



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO
RESTOBAR DEL DISTRITO DE BUENOS AIRES –
MORROPON, AÑO 2018.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

RUBEN YASMANI LÓPEZ CASTRO

ORCID ID: 0000-0003-3909-3454

ASESOR:

MGTR. HÉCTOR YVÁN PELÁEZ CAMACHO

ORCID ID: 0000-0002-5394-1037

PIURA – PERÚ

2019

TÍTULO

Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, Año 2018.

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

López Castro, Ruben Yasmani.

ORCID ID: 0000-0003-3909-3454

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

ASESOR

Peláez Camacho, Héctor Yván.

ORCID ID: 0000-0002-5394-1037

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

JURADOS DE INVESTIGACIÓN

Presidente: Vilela Vargas, Víctor Hugo.

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Miembro: Guzmán Castro, Iván Arturo.

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

Miembro: Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth.

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

JURADO EVALUADOR

Mgtr. Adm. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgtr. Adm. Ivan Arturo Guzmán Castro

Secretario

Lic. Adm. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Mgtr. Adm. Héctor Yván Peláez Camacho

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por iluminarme
y sobretodo permitirme
llegar hasta este punto de
mi vida.

A mis padres por todo
el esfuerzo, confianza
y apoyo incondicional
que me han brindado
para lograr mis metas.

DEDICATORIA

Con mucho amor, cariño
y admiración a mis padres
Ruben y Diana por todo el
apoyo que me brindaron.

A mi hermana Dayana y todos
mis demás familiares cercanos
que siempre estuvieron conmigo.

RESUMEN

La presente investigación titulada “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018. Tiene como objetivo general determinar las características de la competitividad y la gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018. En primera instancia se realizó una investigación detallada de los acontecimientos referidos a la realidad de la MYPE a nivel internacional, nacional y local para conocer las características del entorno en donde se desarrollan dichas empresas. La metodología de la investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo con un diseño no experimental de corte transversal; la población está constituida por 4 Mype con un número de 4 propietarios y 23 trabajadores en conjunto, asimismo, ambas variables son finitas, se utilizó la técnica de la encuesta, con el instrumento cuestionario. Las características que se determinaron dentro de las Mype en cuanto a competitividad y gestión de calidad principalmente se le da valor al cliente, existe calidad de producto, como también se reinvierte en el modelo negocio, del mismo modo se maximiza la calidad en varios ámbitos con la finalidad de satisfacer al cliente y siempre teniendo en cuenta un sistema de control predeterminado.

Palabras clave: competitividad, Gestión de calidad, MYPES.

ABSTRACT

The present research entitled “Characterization of competitiveness and quality management in the MYPE restobar category of the district of Buenos Aires - Morropón, year 2018. Its general objective is to determine the characteristics of competitiveness and quality management in the Mype restobar category of the district of Buenos Aires - Morropón, year 2018. In the first instance a detailed investigation of the events related to the reality of the MYPE at international, national and local level was carried out to know the characteristics of the environment where these companies are developed. The research methodology is descriptive, quantitative level with a non-experimental cross-sectional design; The population consists of 4 Mypes with a number of 4 owners and 23 workers together. Likewise, both variables are finite, the survey technique was used, with the questionnaire instrument. The characteristics that were determined within the Mype in terms of competitiveness and quality management are mainly given value to the customer, there is product quality, as well as reinvested in the business model, in the same way quality is maximized in several areas with the purpose of satisfying the customer and always taking into account a predetermined control system.

Keywords: competitiveness, Quality Management, MYPES.

CONTENIDO

TÍTULO	ii
EQUIPO DE TRABAJO	iii
JURADO EVALUADOR	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
CONTENIDO	ix
INDICE DE TABLAS	xi
INDICE DE GRÁFICOS	xii
INDICE DE CUADROS	xiv
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	12
2.1. Antecedentes	12
2.2. Marco teórico y conceptual	27
III. HIPOTESIS	37
VI. METODOLOGIA	38
4.1. Diseño de la investigación	38
4.2. Población y muestra	39
4.3. Definición y operacionalización de las variables	42
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
4.5. Plan de análisis	44
4.5. Matriz de consistencia	45
4.7. Principios éticos	46
V. RESULTADOS	47
5.1. Resultados	47
5.2. Análisis de resultados	75

VI. CONCLUSIONES	87
RECOMENDACIONES	88
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	89
<i>ANEXOS</i>	99

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Valor al cliente	47
Tabla 2. Calidad del producto.....	48
Tabla 3. Contrato de distribución	49
Tabla 4. Buena reputación	50
Tabla 5. Técnicas de producción de bajo costo	51
Tabla 6. Posesión de patentes.....	52
Tabla 7. Monopolio de acuerdo al gobierno.....	53
Tabla 8. Personal calificado.....	54
Tabla 9. Crear una experiencia inigualable	55
Tabla 10. Reinvertir en el modelo de negocio.....	56
Tabla 11. Maximizar la calidad	57
Tabla 12. Identificar un nicho de mercado	58
Tabla 13. Innovación	59
Tabla 14. Diseño.....	60
Tabla 15. Visión sistemática.....	61
Tabla 16. Satisfacción al cliente	62
Tabla 17. Eficiencia.....	63
Tabla 18. Planeamiento estratégico	64
Tabla 19. Dirección	65
Tabla 20. Compromiso con el personal	66
Tabla 21. Competencia dentro de la organización	67
Tabla 22. Empoderamiento	68
Tabla 23. Reducir riesgos	69
Tabla 24. Establecer la dirección.....	70
Tabla 25. Objetivos claros	71
Tabla 26. Comunicación interna.....	72
Tabla 27. Sistema de control	73
Tabla 28. Procesos de Mejora	74

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. ¿Dentro de su organización establecen un énfasis sobre el valor al cliente?	47
Gráfico 2. ¿Cree usted que el producto y servicio que brinda es de calidad?	48
Gráfico 3. ¿Mantienen contratos de distribución con otras organizaciones?	49
Gráfico 4. ¿Considera usted que la empresa tiene una buena reputación?.....	50
Gráfico 5. ¿Dentro de la organización establecen técnicas de producción de bajo costo?...	51
Gráfico 6. ¿Usted establece la posesión de patentes de su empresa?.....	52
Gráfico 7. ¿Considera una ventaja competitiva para la empresa el monopolio de acuerdo al gobierno?	53
Gráfico 8. ¿Dentro de la organización mantiene un personal calificado?	54
Gráfico 9. ¿Considera que dentro de la organización se crea una experiencia inigualable para el consumidor?.....	55
Gráfico 10. ¿Considera una estrategia competitiva dentro de la organización reinvertir en su modelo de negocio?	56
Gráfico 11. ¿Dentro de la organización existen prácticas para maximizar la calidad?	57
Gráfico 12. ¿Considera el modelo de su negocio como nicho de mercado?	58
Gráfico 13. ¿En la organización establecen la innovación como parte de estrategia competitiva?.....	59
Gráfico 14. ¿En la empresa diseñan modelos de servicio para atraer al cliente?	60
Gráfico 15. ¿Existe una visión sistemática dentro de la empresa?.....	61
Gráfico 16. ¿Cree usted que dentro de la empresa existe un énfasis para satisfacer a los clientes?	62
Gráfico 17. ¿Cree usted que la organización es eficiente?.....	63
Gráfico 18. ¿Considera usted que dentro de la organización existe un planeamiento estratégico?	64
Gráfico 19. ¿Cree usted que quien dirige la empresa muestra liderazgo?.....	65
Gráfico 20. ¿Considera usted que en la organización existe compromiso con el personal? 66	
Gráfico 21. ¿Existe la competencia del talento humano dentro de la empresa?	67
Gráfico 22. ¿Dentro de la empresa existe el empoderamiento del personal?.....	68
Gráfico 23. ¿Existe un sistema de manejo de riesgos en la organización?	69

Gráfico 24. ¿Considera un excelente trabajo por parte de la dirección?	70
Gráfico 25. ¿Cree usted que existen objetivos claros dentro de la organización?.....	71
Gráfico 26. ¿Dentro de la organización existe una comunicación entre colaboradores y propietarios?	72
Gráfico 27. ¿Dentro de la organización está establecido un sistema de control?.....	73
Gráfico 28. ¿La empresa genera procesos de mejora continua?.....	74

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Régimen laboral de micro y pequeña empresa	3
Cuadro 2. Relación de Mypes.....	39

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018. Pertenece a la línea de investigación Caracterización del financiamiento, capacitación, competitividad y rentabilidad en las Mype, dicha línea fue otorgada por la Escuela Profesional de Administración, para que de esta manera los estudiantes se basen esta y posteriormente realicen una determinada investigación.

La relevancia del presente estudio radica en la gran utilidad que posee, ya que permitirá describir las características de la competitividad y gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018. Del mismo modo, cuando se refiere a competitividad podemos mencionar que es la capacidad que tienen un ente, para poder maximizar la productividad de un servicio o bien, reduciendo costos y generando rentabilidad en beneficio de la organización. Asimismo, cuando nos referimos a gestión de calidad, se menciona que es un proceso, el cual está basado en acciones sistematizadas y planificadas, que son necesarias para brindar satisfacción al cliente.

El Ministerio de Producción, realizó una ceremonia denominada “Premio Nacional a la Mype”, donde se conmemora a los micro y pequeños emprendedores los cuales se destacan por las actividades de productividad, contribuir con la PEA, asimismo, con el desarrollo del país y la competitividad del Perú. Dentro de esta, el presidente Martin Vizcarra Cornejo se manifestó dirigiéndose a todos los micro empresarios mencionando que el estado tomará medidas para seguir aumentando el entusiasmo y sobre todo la formalización, en beneficio de los nuevos emprendedores y del país en general. (Diario El Peruano, 2018)

El presidente de la nación Martin Vizcarra, resalto la relevancia de las Mype en el Perú, determinando que el número de micro y pequeñas empresas son de 1700000, asimismo, están representan el 24% de toda la economía nacional y también constituyen el 85% de la población económicamente activa. Del mismo modo, los sectores con más concentración de Mypes formalizadas son comercio (44.1%) y sector servicios con (41.5%), de este modo se determinó que 8 de cada 10 empresas están dentro de este rubro. (Diario El Peruano, 2018)

En cuanto al ambiente económico, el ministro de la producción Raul Perez – Reyes, resalto el gran esfuerzo que realizan los micro y pequeños empresarios para sacar adelante sus negocios, asimismo, de manera directa contribuyen con la economía del país aportando al 24% del PBI, del mismo modo, aún se están instalando programas con la finalidad de que las tasas de formalización de Mype aumenten y se erradique la informalidad. (Diario El Peruano, 2018)

En el análisis del entorno superficial o macroentorno, El estado peruano atraviesa una muy buena etapa económica y sobre todo democrática, la cual viene desde ya hace dos décadas. Esto genera que el desarrollo de la economía del país sea administrado de la manera más prudente, razonando siempre en las pequeñas caídas en cuanto inversiones, sin embargo, esto se puede incrementar con el ámbito comercial descentralizado e internacional (Los 17 tratados de libre comercio garantizan lo mencionado), del mismo modo, tenemos que manejar la estabilidad macroeconómica en beneficio del país. (Ferrero, 2015)

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, estableció un régimen laboral constituido para las micro y pequeñas empresas, del mismo modo, el siguiente cuadro debe ser acatado por todas las Mype formalizadas. (Sunat, 2018)

Cuadro 1. Régimen laboral de micro y pequeña empresa

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Jornada laborable de 8 horas	Jornada laborable de 8 horas
Remuneración mínima Vitae (RMV)	Remuneración mínima Vitae (RMV)
Días de descanso semanal y feriados	Días de descanso semanal y feriados
Descanso vacacional de 15 días	Descanso vacacional de 15 días
Remuneración por sobretiempo	Remuneración por sobretiempo
Seguro Integral de Salud (SIS)	Cobertura en ESSALUD
Cobertura Provisional	Cobertura Provisional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por años de servicio (con un tope de 90 días de remuneración).	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por años de servicio (con un tope de 120 días de remuneración).
	Cobertura de seguro de vida y SCTR
	Derecho a recibir dos gratificaciones al año
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la compensación por tiempo de servicio (CTS)

	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.
--	---

Fuente: SUNAT

Las Mype dentro de la sociedad en su mayoría son constituida entre familiares, lo que conlleva muchas veces a que el dueño de esta no cuente con mucha preparación y además no dirija de forma correcta el emprendimiento que se está realizando, además de no capacitar bien a sus colaboradores o demás familiares que están dentro de la Mype, por ello, los microemprendedores tienen la finalidad de que sus primogénitos en un futuro lleven el negocio con más profesionalismo, para de esta manera identifique los riesgos y los gestione de una forma que genere desarrollo dentro de la organización, del mismo modo, que puedan dirigir, complementar, capacitar y controlar las inversiones que se realizan. (Cabanillas, M. & Cieza, A. 2018, p. 26 – 27)

En el ámbito tecnológico, las Mype no suelen sostener mucho énfasis, sin embargo, en los tiempos actuales donde todos están conectados a través de un dispositivo móvil y redes sociales, estos emprendimientos deberían adaptar el uso TICS como herramienta necesaria en beneficio de la organización. Gran parte de los propietarios de estas Mype, implantan sistemas de control o software los cuales mantienen el monitoreo de las empresas, del mismo modo, estas deberían utilizar las redes sociales como una estrategia de marketing y sobre todo ventaja competitiva ya que no todos los negocios la emplean. (Diario Gestión, 2018)

La tecnología no debe llevarse a extremos muy elevados cuando se trata de Mype, ya que usualmente puede aumentar los costos y afectar de manera directa con la rentabilidad, asimismo, recalcando que aún es un negocio que está en la primera fase del ciclo que cumplen

las empresas y depende de la administración si esta se desarrolle de la mejor manera, de este modo, mantener el uso de las TIC puede ser una gran idea de negocio dándole un plus importante al emprendimiento, sin embargo, no es aconsejable concentrarse en su totalidad dentro de este ambiente. (Diario Gestión, 2018)

Dentro del ámbito ecológico, se puede mencionar que hoy en día las organizaciones tanto estatales como privadas mantienen mucho énfasis en los efectos medioambientales que sus acciones pueden contraer, asimismo, contar con modelo establecido de gestión ambiental es fundamental para cualquier tipo de organización, las empresas en Perú cada vez están más comprometidas con preservar el medio ambiente, del mismo modo la Superintendencia del Mercado de Valores, hace algunos meses presento un formato que incorpora tanto aspectos de rentabilidad como también sociales y ambientales, de este modo las empresas deberán mantener un reporte sobre la responsabilidad social empresarial que están realizan, también se manifestó que las Mype deberán contribuir con esta causa en beneficio de la sociedad. (Diario Gestión, 2018)

Dentro de la normativa legal, en Julio del 2003 el congreso de la Republica procedió a promulgar la Ley N°28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y pequeña empresa, esta asigna al Ministerio de Trabajo como órgano central el cual puede catalogar políticas nacionales sobre las Mype, del mismo modo se implementó 3 instrumentos que son útiles para diversos factores que enfrentan las Mype como informalidad, competitividad, desarrollo, entre otras. (Mi Empresa Propia, 2016)

Dentro de los instrumentos establecidos tenemos CODEMYPE (Constitución del Consejo Nacional para Desarrollar la Micro y Pequeña Empresa) este fue creado junto con la Ley N° 28015, del mismo modo, este se reúne cada 6 veces anualmente o cuando es convocado por la secretaria técnica solicitado por el presidente, su misión es potenciar y promover la competitividad empresarial entre las Mype del país. (Mi Empresa Propia, 2016)

COREMYPE (Constitución de los Consejos Regionales de la Mype) este instrumento tiene como objetivo promover la formalización, competencias y desarrollo de las micro y pequeñas empresas dentro de cada región y su articulación con relación a los programas y planes nacionales, esto tiene que tener concordancia con los límites señalados por la Ley N° 28015. (Mi Empresa Propia, 2016)

RENAMYPE (Registro Nacional de Asociación Empresarial de la Micro y Pequeña Empresa) este instrumento tiene como finalidad otorgar información con relación a los ámbitos y grados de representación sobre Micro y pequeñas empresas, cualquier entidad privado o publica puede acceder a este registro. (Mi Empresa Propia, 2016)

El distrito de Buenos Aires, provincia de Morropón es un poblado pequeño en el cual habitan un promedio de 3418 personas y en conjunto con sus anexos y caseríos suman un promedio de 9418 aproximadamente, las cuales en su mayoría son natales de este distrito, como también cierta parte están emigrando de distintos lugares de la serranía asimismo de todo el Perú. Los estilos de vida de las personas suelen ser distintos cada familia tiene varias y diferentes subculturas dentro de la cultura general que existe. En este poblado, la agricultura es la principal fuente de trabajo, a través del banano y el cacao orgánico (reconocido a nivel

mundial) genera trabajo para el 80% de la población, así como también actualmente están surgiendo las MYPE rubro restobares, las cuales beneficia a un determinado grupo de personas las cuales laboran en dichos establecimientos y que prestan sus servicios hacia ellos.

La Mype del sector restobar aún se rigen por laboral de manera artesanal, estos son rústicos ya que algunos son fabricados en algunos casos con bambú, dichos locales están en su mayoría alejados del centro de la población ya que no quieren causar ningún tipo de fastidio hacia los pobladores con el afán de seguir brindando sus productos y servicios a los usuarios que asisten. Asimismo, los restobares que hace pocos meses se han consolidado están utilizando un proceso en la cual involucran productos tecnológicos tanto para ambientar su local como lo son luces led, un DJ en cabina el cual utiliza consolas para proyectar la música que se requiere, entre otras, así como también para la preparación de sus platos han implementado artefactos electrónicos y maquinas las cuales en conjunto con los chef hacen que sus platos sean del agrado de todo público asistente; entre los más resaltantes tenemos el ceviche, sudado de pescado, chicharrón de pollo como también de pescado, parihuela, en algunos casos preparan pollo a la brasa con el fin de innovar e implementar su carta de platos a elegir, entre otras. Entre las bebidas que ofrecen están la cerveza, gaseosa, agua, ron y en algunos casos tragos que son preparados por un barman a gusto del cliente.

En el microentorno, este tipo de MYPE cuentan con una rentabilidad buena, sin embargo, otras no ya que su nivel de ventas no es muy elevado por lo que estas no tienen una proyección de una gran envergadura, el volumen de los insumos que utilizan es medio ya que solo los adquieren para utilizarlos 3 a 4 días a la semana, el nivel de negociación con los proveedores es un tanto elevado porque los productos que más utilizan como lo es el pescado,

el pollo, las bebidas alcohólicas entre otras, no suelen estar a un alcance cercano debido a que es un distrito alejado de su región.

El nivel de ventas por parte de algunos establecimientos es elevado ya que brindan una buena calidad en el producto, así como la atención por parte de los mozos y las anfitrionas es de muy buena calidad, esto hace que las personas se sientan cómodas por el servicio que están recibiendo. Los dueños de los establecimientos entienden esta perspectiva lo cual hace que se concentren en la calidad para así generar competitividad en su rubro del mismo modo que el negocio será rentable; así mismo, no todos tienen la misma acogida por parte del público, esto hace que no genere una rentabilidad similar a la de su competencia.

El recurso humano que labora en las Mype de mi estudio es un promedio de entre 2 a 10 trabajadores entre hombres y mujeres (en su mayoría mujeres). El personal a través de las buenas cualidades como el respeto, la educación, el buen servicio, la amabilidad y siempre disponible para los clientes, del mismo modo, es de suma importancia proporcionar un buen servicio a los usuarios por lo cual crean competitividad con los otros restobares pertenecientes a la ubicación de Buenos Aires - Morropón.

En cuanto a la infraestructura de las instalaciones, son en su mayor parte de material noble como también existen locales fabricados con bambú o drywall. En su mayoría los restobares están un tanto alejados del centro del distrito ya que no quieren causar incomodidad para la gente, sin embargo, otros han adquirido o comprado casas las cuales fueron acondicionadas para que tenga el ambiente de tanto de un restaurant como de un bar. Todos los locales implementaron su ambiente con materiales los cuales le dan un estilo

agradable y familiar de día como también les brindan un ambiente más nocturno y de bar en las noches.

En el ámbito del financiamiento en su minoría utilizo recursos propios, sin embargo, la mayor parte solicito un crédito a algún banco o entidad financiera ya que no contaban con ningún capital inicial para comenzar a laborar en su rubro, dichos prestamos fluctúan entre los S/. 8000 y los S/. 15000 soles dependiendo la adquisición del propietario, teniendo en cuenta diversos factores como la calidad, la zona y el personal, asimismo, fijándose en la rentabilidad ya que a través de esto pagaría dichos créditos como también tendría que obtener ganancias.

En cuanto a tecnología, los establecimientos han incorporado equipos para la ambientación del local como también para la preparación de todos los platos que hacen para la degustación del cliente.

El personal está en constante capacitación recibiendo charlas por parte de los propietarios de los locales, ya que estos desean que se brinde una atención de calidad para con su público que constantemente asiste, esto genera preferencia al momento de la elección de los consumidores hacia que restobar asistir, lo cual es muy relevante y primordial porque a través de esto las personas concurrirán constantemente a consumir lo cual generara ganancias y competitividad.

El enunciado o problema identificado es: ¿Cuáles son las características de la competitividad y la gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018?, asimismo, se estableció el siguiente objetivo general: Determinar

las características de la competitividad y la gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018. Además, los objetivos específicos propuestos son: a) Describir las ventajas competitivas en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018. b) Conocer las estrategias competitivas en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018. c) Identificar los factores de la gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018. d) Conocer los elementos de la gestión de calidad en las Mype rubro resobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018.

La investigación está justificada ya que las MYPE están interactuando en un entorno cada vez más competitivo, lo que les obliga a adoptar estrategias para garantizar su éxito. Las Mype deben proporcionar capacitación al recurso humano para proporcionar un servicio al cliente esto contribuye al aumento de la competitividad y sobre todo a una buena gestión de calidad.

Viendo esta investigación desde un práctico punto de vista, tiene como objetivo determinar la competitividad y gestión de calidad de las Mype en el rubro de restobar del Distrito Buenos Aires - Morropón; Además, es un requisito de ULADECH católica para obtener el grado de bachiller en Administración de Empresas.

Dicha investigación se basó teóricamente en las variables de investigación de competitividad y gestión de calidad para formar la base del estudio; y realizar investigaciones en el campo científico y las teorías de diferentes autores. Además, se presentan más encuestas de referencia a nivel internacional, nacional y local en relación con las variables.

Metodológicamente, la investigación ha utilizado la técnica de encuesta para recopilar datos primarios a través del cuestionario utilizado para los clientes para la variabilidad de la competitividad y la gestión de la calidad que se realizará al mismo tiempo. utilizando tablas de frecuencia y sus respectivos análisis. resultados.

Culminando, se considera socialmente que esta investigación se justifica porque permite a las MYPE estudiadas investigar su realidad y, en el futuro, tomar sus recomendaciones orientar su gestión en los procesos de competitividad y gestión de calidad. En cierto modo, esto permitirá que la Mype permanezca en el mercado competitivo donde opera. Además, es un requisito de ULADECH católica para obtener el grado de bachiller en Administración de Empresas.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable Competitividad

Cabana; Gálvez & Muñoz (2015) en su investigación titulada “Variables críticas en las ventajas competitivas de restaurantes gourmet, La Serena, Chile”. Presentada en la Universidad de La Serena, La Serena (Chile). Tiene como objetivo general analizar las variables que influyen en el logro de ventajas competitivas en empresas pertenecientes al mercado gastronómico gourmet en La Serena, Chile. Esta investigación es de tipo cuantitativa. Como principal conclusión que la ventaja competitiva en negocios de restaurante gourmet si bien depende significativamente de la lealtad de los clientes, esto mismo provoca que sea relevante que exista una gestión proactiva sistémica, centrada en la calidad de servicio y la satisfacción que se genera. Como consecuencia de lo anterior, además debe lograr un vínculo relacional con el cliente como consecuencia de la lealtad del mismo. Por lo tanto, en esta industria las empresas sólo tendrán un crecimiento sostenible sí la lealtad del cliente es un activo que asume un rol de cliente socio que contribuye en la creación de una propuesta de valor innovadora.

Garrido (2017) en su tesis denominada “Factores de competitividad de las pymes andaluzas”. Presentada en la Universidad de Huelva (España). Tiene como objetivo general determinar el peso relativo de los factores de competitividad de las pymes andaluzas según sus propios gerentes. Se utilizó la metodología Delphi. Esta investigación dio como conclusión que los gerentes consultados piensan que las claves para la competitividad son

rodearse de un equipo directivo capaz, que tenga como prioridad la adecuada gestión financiera y conseguir la excelencia en los productos y servicios que ofrecen a sus clientes.

Fuentes (2014) en su investigación denominada “Aproximación a los factores determinantes de la competitividad de la empresa de distribución comercial”, perteneciente a la Universidad de La Laguna de España; cuyo objetivo fue identificar los factores internos que determinan la competitividad de las empresas comerciales mayoristas y minoristas, a través de la integración de las perspectivas ex ante y ex post de la competitividad. La investigación fue de tipo explicativa, con un diseño cuasi experimental, transversal. La muestra procedente de 99 empresas mayoristas y 95 minoristas del Área Metropolitana de la provincia de Santa Cruz de Tenerife. Dentro de las principales conclusiones se determinó que en la primera etapa se diseñó y aplicó a las empresas mayoristas y minoristas una medida de competitividad que aunque considera que la posesión de recursos y habilidades superiores revertirá en la consecución de un desempeño superior, en el marco de la Teoría de los Recursos y Capacidades, supera el razonamiento más seguido por los investigadores para medir la consecución de la ventaja competitiva que ha sido suponer que aquellas que han logrado una mejor posición competitiva será porque están en posesión de una ventaja competitiva, comprobándose que en la gran mayoría de los casos no se ha constatado que la empresa posee unos recursos superiores que la sustenten. Por ello la medida propuesta no solo mide la posición competitiva de la empresa, sino valora que la misma posee recursos internos superiores al resto, responsables de su logro y además considera que entre la posesión de dichos recursos y la materialización en una posición competitiva superior debe transcurrir un lapso temporal que permita precisamente medir adecuadamente dicho proceso,

dado que los recursos, sobre todo los intangibles, requieren en muchos casos un periodo de desarrollo y acumulación más o menos largo.

Caro & Gonzales (2016) en su tesis titulada “Nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016”. Presentada en la Universidad Privada del Norte (Perú). Tiene como objetivo determinar el nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo para el año 2016 evaluando aspectos internos de los mismos. Se utilizó una metodología de investigación descriptiva de tipo no experimental, corte transversal. En las principales conclusiones se puede destacar que La competitividad es clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de cualquier empresa, especialmente en el sector servicios – restaurantes por ello la importancia de medirla y corregir los errores que impiden a los empresarios locales generar ventajas competitivas en forma interna. La competitividad medida por dimensiones nos permite determinar qué área de la industria cuenta con un nivel más elevado de competitividad para así tomar las medidas correctivas más asertivas. Los resultados de esta investigación muestran que la competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016 es de nivel medio (regular) y que aún existen factores por trabajar para el surgimiento del sector en la región. Un 60% de los restaurantes planifica sus actividades medianamente, por lo tanto, no puede disponer de una planeación estratégica óptima permitiendo una visión futurista del negocio. En materia de producción y operaciones existe un desempeño regular – medio en materia de competitividad y es la dimensión con más puntaje acumulado siendo equipamiento la característica con puntos más bajos. El área de calidad está creando ventajas competitivas, pero aún falta trabajar en la adopción de

sistemas de calidad siendo el motivo económico el principal impedimento. Los restaurantes mantienen rezagos en la dimensión de recursos humanos, más del 93% de los negocios no capacitan al personal y no establecen programas para mejorar el clima laboral. Cerca al 80% de los restaurantes desconocen las políticas ambientales y no administran en forma eficiente agua y electricidad generando costos innecesarios además de perjudicar al medio ambiente. Se considera de nivel bueno- alto a la dimensión de contabilidad y finanzas más del 53% dispone de información contable y de costos, utiliza técnicas de administración financiera y conoce las normas tributarias.

Rupay (2017) en su tesis titulada “Caracterización de la competitividad bajo el enfoque de estrategias de diferenciación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Carhuaz, 2015”. Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú). Esta investigación tiene como objetivo describir las principales características de la competitividad bajo el enfoque de estrategias de diferenciación, en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Carhuaz en el año 2015. Asimismo, la investigación fue cuantitativa – descriptiva no experimental (transeccional o transversal). La conclusión de esta investigación es que el 61,11% de los gerentes encuestados manifiestan que casi nunca hacen uso de instrumentos de registro de los clientes en el restaurante, asimismo el 44,44% de los gerentes encuestados manifiestan que nunca conocen las principales características de los clientes que acuden al restaurante, además el 66,67% de los gerentes encuestados manifiestan que casi nunca emiten mensajes publicitarios constantemente para brindar información acerca de los productos que ofrece su restaurante,

y el 33,33% de los encuestados indican que las tarifas que se asignan en el restaurante nunca están en función a la calidad del servicio que brindan. Finalmente se determinó que los gerentes o representantes de los restaurantes MYPES del distrito de Carhuaz, casi nunca aplican estrategias de diferenciación como la segmentación de mercado, intensidad en la publicidad y prestigio en precios.

Velásquez (2019) en su tesis denominada “La competitividad en las mypes del sector servicio – rubro restaurantes de la av. Perú, distrito de San Martín de Porres, Lima 2018”. Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú). Tiene como objetivo determinar las principales características de la competitividad de las MYPES, del sector servicio - rubro restaurantes de la Av. Perú, distrito de San Martín de Porres, Lima 2018. En cuanto al tipo de investigación, esta ha sido mixta, aplicada, no experimental y transversal, de nivel descriptivo y diseño no experimental, descriptivo, cuantitativo. La población y muestra de este estudio estuvo constituida por 18 restaurantes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas haciendo uso de la técnica de la encuesta, obteniendo el resultado siguiente: Respecto a las características de los emprendedores: 55.56% de los que tienen más de 41 años, 61.11% son convivientes, 55.56% tienen educación técnica y 66.67% es dueño de la empresa. Respecto a las características de la Mype: 38.89% de las empresas tienen entre 2 a 4 años de funcionamiento, 38.89% tiene entre 2 a 5 y de 11 a 20 trabajadores, 100.0% están formalizados y 44.44% de los trabajadores se encuentran en planilla. Respecto a las características de la competitividad de las MYPES: 83.33% considera que sus productos son de calidad, 100% tienen variedad de comidas y tienen una buena atención al cliente. 55.56% trabajan con precios de mercado y no tienen más de un local. 72.22% no capacita a

su personal, 100% tiene estrategias de marketing y 61.11% cuentan con certificado de buenas prácticas de manipuleo.

Peña (2016) en su tesis titulada “Caracterización de la capacitación y competitividad en las mype, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, Año 2016”. Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú). El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, determinar las características que tiene la capacitación y la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de la ciudad de Piura, año 2016; las variables seleccionadas son la capacitación y la competitividad. Se empleó la metodología de investigación nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal. La población estuvo conformada por las MYPE del rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, en total 03 MYPE con sus 15 colaboradores y una muestra desconocida de clientes, la técnica de recolección de datos fue la entrevista y la encuesta, el instrumento fue la guía de entrevista y el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se determinó que las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, se basan en que a estas MYPE le faltan realizar nuevas técnicas de capacitación, para que sus colaboradores desarrollen más habilidades, actitudes y cambios de conductas; además en cuanto a la competitividad presentan ventajas competitivas, en su ubicación, calidad de productos y precios, como estrategia de diferenciación deben ofrecer recomendaciones nutricionales y servicio de delivery.

Valdiviezo (2018) en su tesis denominada “Caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente en las mype rubro restaurantes de la urb. Santa Ana – Piura año

2018”. Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú). Tuvo como objetivo determinar qué características de la competitividad y calidad de atención al cliente existen en las MYPE del rubro restaurantes de la Urb. Santa Ana – Piura, año 2018. Para cumplir con este objetivo se empleó la metodología de tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo, se utilizó un diseño no experimental, y de corte transversal. La conclusión de este estudio es que, con respecto a la clasificación de los servicios brindados, se encontró niveles regulares (55%), en lo referente a la tecnología se encontró en óptimas condiciones (71%), en lo concerniente a las ofertas los niveles son demasiados bajos (73% de desaprobación), con respecto a la atención se encuentra en niveles de satisfacción elevados (87%) y en lo que respecta a la calidad se encontraron niveles aceptables (93%). Teniendo así como conclusión general de este estudio que la competitividad de las MYPES del rubro Restaurantes de la Urb. Santa Ana – Piura Finalmente como conclusión principal de la investigación se debe mencionar que la competitividad de los restaurantes se caracteriza por la eficiencia alcanzada, los adecuados niveles de calidad de servicio, los índices de tecnología y con relación a la calidad, esta se caracteriza por la buena atención al cliente, los altos niveles de satisfacción en los clientes y sobre todo los productos y servicios de calidad brindados.

Suluco (2016) en la investigación denominada “Caracterización de la competitividad y el kaizen en las mype rubro restaurantes, de la urbanización los Rosales – Piura, Año 2016”. Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. ha tenido como objetivo principal describir las características que tiene la competitividad y el kaizen en las MYPE rubro restaurantes en la urbanización Los Rosales – Piura año 2016, se empleó una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte

transversal la cual tuvo como población una muestra conformada por los 06 propietarios, 15 colaboradores y 105 clientes utilizando como técnica la encuesta, los resultados de la investigación dieron que el 80% promedio medio de las MYPE genera innovación mientras que para la variable kaizen el 100% de las MYPE estaría dispuesto a aplicar un cambio de mejora y así poder ser más competitiva.

2.1.2. Variable Gestión de Calidad

Ruiz (2014) en su investigación titulada “Diseño de un modelo de gestión de calidad basada en la NTC ISO 6001 para Mercado Santa Fe de Antioquía”, presentada en la Universidad de Medellín – (Colombia). La metodología para la realización de este proyecto será cualitativa debido a que no hay muchos datos que sustenten la necesidad de implementación de un modelo de gestión en pequeños supermercados; las fuentes primarias a utilizar son: Entrevistas al personal del supermercado (Gerente y empleados) para conocer las funciones y responsabilidades. Encuestas a los clientes para conocer sus necesidades y expectativas. Dentro de las conclusiones se determina que el Mercado Santafé de Antioquia mediante el sistema de gestión de calidad, cada día este más organizado pues contara con procesos documentados, formatos, registros, procedimientos, etc., Con el proceso de capacitación la alta gerencia y empleados de Mercado Santafé de Antioquia comprendieron que los documentos son necesarios para ser más eficientes en la prestación del servicio, que son una herramienta de gran ayuda que sirven como soporte para el mejoramiento continuo de las actividades y a tener claro cómo funciona cada uno de los procesos y procedimientos de la compañía, eliminando actividades, logrando así la optimización y eficiencia en cada uno de los procesos. Además, es un aporte significativo que hace que se sea más competente

en el mercado laboral, al contar con conocimientos de este tema de la documentación enfocado hacia la mejora continua, que es lo que buscan en la actualidad las Compañía.

Hernández (2015) en su tesis doctoral titulada “Gestión de calidad y planificación de rutas turísticas gastronómicas: estudio de caso en la provincia de Córdoba”. Presentada en la Universidad de Córdoba (España). Tiene como objetivo avanzar en el conocimiento de distintos aspectos clave para el turismo gastronómico y más concretamente en Córdoba y su provincia. Es una investigación descriptiva. Tiene como conclusión principal que el turismo gastronómico es una opción estratégica de desarrollo para muchos destinos. Muchas zonas, incluso a pesar de contar con pocos recursos, disponen de un enorme patrimonio gastronómico, intangible y volátil, pero que puede aprovecharse como atractivo turístico. A continuación, desglosaremos las conclusiones de cada uno de los estudios y análisis realizados, para posteriormente terminar en unas recomendaciones para con la estrategia a seguir. El turismo gastronómico en la ciudad de Córdoba, es un segmento en auge que complementa al turismo cultural arquitectónico característico de esta ciudad. La variada gastronomía de la ciudad y la calidad de las materias primas con que se elaboran hacen que el producto final (plato gastronómico) sea muy apreciado por el turista que lo degusta, pero se necesitan unas estrategias que unan sinergias entre los restaurantes (con el producto final) y la provincia (con la materia prima) que se podría conseguir a través de la unión de sinergias, vías rutas gastronómicas y puesta en valor de estos productos, visión que es compartida por una buena parte del empresariado cordobés, pero que hace falta el apoyo empuje y coordinación de todos los agentes no sólo la parte empresarial sino las administraciones tanto

locales como regionales que den al turismo gastronómico el empuje necesario para que ocupe una posición relevante dentro de Córdoba.

Guzmán; Jiménez & Lara (2015) en su tesis titulada “Diseño de un sistema de gestión de calidad para los restaurantes de la zona del Puerto de la Libertad”. Presentada en la Universidad de el Salvador. Tiene como objetivo Realizar el diseño de un Sistema de Gestión de Calidad para los Restaurantes del Puerto de La Libertad, basado en la situación actual de estos, que les permita organizar sus operaciones, para poder brindar un servicio de alta calidad que satisfaga las necesidades del cliente, de manera constante. Entre las principales conclusiones podemos destacar que la investigación realizada para la determinación de las necesidades del cliente para tomarlas de base para el diseño del SGC, presentado son una base necesaria para el respaldo y desarrollo de las actividades planteadas dentro del diseño considerando a los clientes como el elemento más importante a satisfacer. En general la percepción de los turistas obtenida tanto a partir de la investigación propia como de las investigaciones secundarias consultadas, refleja la realidad de los establecimientos de la zona, por lo que las medidas de mejora propuestas en base a estas percepciones se espera tengan un impacto positivo sobre esta realidad. A partir del estudio se pudieron determinar cuáles son las expectativas de los clientes en cuanto al servicio brindado por los restaurantes de la zona determinando las características consideradas por estos como las más importantes para tomarlos de base para la elaboración del sistema de gestión de calidad. Las impresiones de los turistas acerca de los sitios visitados y que fueron calificados de forma negativa se destaca el hecho de que existe mucha contaminación en el aire y existen demasiada falta de controles de calidad e higiene en los restaurantes a nivel nacional. Una de las características

a las que las personas que visitan la zona han considerado como de mayor relevancia es la necesidad de asegurar la higiene de los restaurantes y que la atención siempre sea buena, considerando a los restaurantes como poco higiénicos, y de atención no siempre buena. Los restaurantes del Puerto de La Libertad no poseen un sistema bien estructurado que les ayude a tener un mejor control de los procesos que se llevan a cabo tanto procesos administrativos como del área de cocina y atención al cliente.

Centurión (2015) en su tesis titulada “Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del santa”. Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú). Esta investigación tiene como objetivo describe las principales características de la gestión de calidad, la formalización, el financiamiento, la competitividad, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas. La metodología es descriptivo, cuantitativo de diseño no experimental. Para ello se utilizó un muestreo no probabilístico intencional, se extrajo una muestra de 160 Mypes; con las cuales se determinó sus principales características y las de sus representantes. En 13 Mypes se establecieron las características de la gestión de calidad; en 49 Mypes, las características de la formalización; en 50 Mypes, las características de competitividad; en 97 Mypes, las características del financiamiento; en 100 Mypes, las características de la capacitación y en 11 Mypes las características de rentabilidad. Se utilizó como instrumento un cuestionario estructurado aplicado a los representantes de las Mypes mediante la técnica de la encuesta y se llegó a las siguientes conclusiones: las Mypes en la provincia del Santa en su mayoría son dirigidas por personas adultas de sexo femenino, con instrucción secundaria y superior técnica, y están en el mercado por más de 4 años. Son

formales y fueron creadas para obtener ganancia. La formalización les proporciona ventajas como aumento de sus ventas y obtención de créditos, ayudándoles a posesionarse en el mercado. En la competitividad, la mayoría de las Mypes no cuenta con un plan estratégico, conoce a sus competidores y percibe que es competitivo. En el financiamiento, las Mypes han solicitado créditos más de una vez a terceras personas a una tasa de más del 20% anual, invirtiéndolo en compra de activos y capital de trabajo. En la capacitación, las Mypes consideran que esta es una inversión; por ello, han capacitado a su personal más de una vez en atención al cliente. En la rentabilidad, se percibe que las Mypes son rentables, han mejorado su infraestructura. Respecto de la gestión de calidad, a pesar de que tienen dificultades del personal con poca iniciativa y no se adapta al cambio y la aplicación de una adecuada gestión de calidad, han mejorado el rendimiento del negocio.

Cortez & Cholán (2014) en su tesis “Estrategias de calidad como instrumento para el desarrollo de la competitividad de las micro y pequeñas empresas de Trujillo”. Presentada en la Universidad Nacional de Trujillo (Perú). Tiene como objetivo determinar las estrategias de calidad como instrumento para la competitividad de las micro y pequeñas empresas de Trujillo. Siendo el método utilizado descriptivo –explicativo. para ello se aplicó a 100 Mypes una encuesta, para orientar eficazmente a los conductores de empresas unipersonales y jurídicas formales de Mypes de Trujillo. Entre los resultados obtenidos se demuestra que las Mypes utilizan las estrategias de captación cliente para su competitividad, es decir que para diferenciarse de la competencia el 35% indica que prefieren calidad del producto, el 30% capacidad de adaptación al mercado. En cuanto a las estrategias de precio si tuvieran la oportunidad de agruparse las Mypes el 45% indica para ofrecer variedad de productos y el

40% prefieren precios orientados a la competencia. En cuanto a las estrategias de fidelización para su competitividad el 45% toma en cuenta para fidelizar al cliente trato amable del personal asimismo el 45% de los clientes son leales. Utilizan estrategias de producto para su competitividad es decir sobre los aspectos que toma en cuenta en el diseño del producto el 40% toma en cuenta al mercado objetivo, asimismo el 50% prefieren precios competitivos.

Sánchez; Erazo; Casariego & Encinas (2015) en la tesis denominada “Gestión de Calidad del Sector de Restaurantes en Lima Metropolitana”. Presentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Esta investigación tiene como objetivo obtener información relevante acerca del estudio y analizarla bajo los nueve factores. La naturaleza de la investigación es de carácter cuantitativo, estudio no experimental, diseño transversal y alcance descriptivo. Entre las principales conclusiones podemos definir que El objetivo de la investigación acerca de identificar el nivel de cumplimiento de los factores de éxito del TQM en la gestión de calidad del sector de restaurantes en Lima Metropolitana queda demostrado por los resultados obtenidos en la investigación, de esta manera se da respuesta a las preguntas de investigación. En respuesta a la primera pregunta de investigación, se puede concluir que el nivel de calidad (TQM) del sector restaurantes es alto porque obtuvo el valor de 4.13 en la escala de Likert 1 al 5. En respuesta a la segunda pregunta de investigación, se puede concluir que el nivel de calidad en los nueve factores es alto porque obtuvieron valores homogéneos mayores que 4 en la escala de Likert de 1 a 5. Para el factor Alta Gerencia (X1) se obtuvo con mayor valor la subvariable la alta gerencia busca del éxito a largo plazo (X13 = 4.47). Este alto valor pudo deberse al gran potencial que tiene el sector, lo cual se encuentra evidenciado en el AMOFHIT, en la sección finanzas y contabilidad (F). Para el factor

Planeamiento de la Calidad (X2) se obtuvo con mayor valor la subvariable la empresa tiene metas específicas y detalladas en cuanto a la calidad ($X_{21} = 4.23$). Este alto valor pudo deberse a la necesidad de brindar productos inocuos, de buen sabor e innovadores, lo cual se encuentra indicado en los requisitos de las BPM de la revisión de la literatura.

Medina (2018) En su tesis denominada “Caracterización de competitividad y gestión de calidad de las mype sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, Año 2018”. Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú). Tuvo como objetivo general: Determinar la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, año 2018. Metodología fue de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. La población se consideró tres unidades económicas, con 18 trabajadores, de carácter infinito para las dos variables, siendo los resultados de la muestra obtenidos, 89 clientes, utilizando la técnica de la encuesta, con el instrumento cuestionario. Luego de las aplicaciones de análisis de los resultados se concluyó: los restaurantes de la Av. B de Talara utilizan ventajas competitivas como la diferenciación, las actividades de apoyo de la cadena de valor, el enfoque y aplicación de estrategias de publicidad; los tipos de competitividad que aplica son la estructural, la empresarial, y en lo referido a la importancia de la gestión de calidad se centra en los procedimientos, empleo y estándares de calidad, y como beneficios encuentran la satisfacción en la atención y los procesos.

Godos (2018) en su tesis titulada “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mype rubro restaurantes de la ciudad de Talara, Año 2018”. Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú). La presente investigación presentó

como objetivo identificar las características de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Talara año, 2018. Se empleó la investigación de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Sus principales conclusiones en cuanto a las características de la competitividad, más de la mitad de los restaurantes no tienen definidos procedimientos de entrega del producto, las condiciones del servicio en su mayoría son las adecuadas, más de la mitad de los restaurantes cumplen con sus compromisos asumidos, los trabajadores en su mayoría tienen vocación para el servicio, mayormente los propietarios de los restaurantes tienen un plan para identificar cuáles son las actividades que se deben mejorar como también tienen en cuenta la opinión de sus trabajadores, en su mayoría los productos ofrecidos son novedosos y mayormente se da continuidad a los cambios aplicados. Respecto a las características de la gestión de calidad, en su mayoría los restaurantes tienen definidas las estrategias del servicio, casi la mitad de los restaurantes participan en actividades de labor social, en su mayoría los restaurantes solicitan la opinión de los clientes para mejorar el servicio, se identifica también que la relación entre la calidad y precio del producto en su mayoría permite a los clientes volver y recomendar.

Montalban (2018) en su tesis titulada “Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad en las mype rubro restaurantes del AA.HH. Almirante Miguel Grau-Piura Año 2018”. Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú). tuvo como objetivo general, analizar las características de la Gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro Restaurantes AA. HH Almirante miguel Grau - Piura, año, se aplicó la metodología descriptiva. Entre las principales conclusiones podemos definir

que respecto a gestión de calidad: Los propietarios manifiestan que el 60% de su MYPE cuenta con una mejora de un grado de satisfacción con el servicio para los clientes y el 40% creen que el restaurante aún no cuenta con mejora de grado de satisfacción con su servicio. Respecto a la competitividad: Los clientes manifiestan: el 50 % de los restaurantes aún le falta cumplir las necesidades que tiene cada cliente y de realizar evaluaciones para su personal de trabajo en cuento la atención. Asimismo, el 50% de los clientes encuestados afirman que con el tiempo los restaurantes han ido mejorando en su atención, obteniendo mejores resultados.

2.2. Marco teórico y conceptual

2.2.1. Competitividad

2.2.1.1. Definición

Rojas & Sepúlveda (2017) determina que la competitividad es la acción que muestra una persona, o grupo de personas para poder desempeñarse y sobresalir en un ambiente determinado, como también juega un papel importante, dentro del mundo empresarial, social y académico. El individuo debe desempeñarse en varios ámbitos, esto lo hace ser potencialmente competitivo ya que al adquirir más conocimientos se puede desempeñar en varios ambientes, asimismo, cuando una empresa tiende a mejorar continuamente, a través de la experiencia e información que posee tiende a ser mucho sobresaliente y competitiva en rubro en que se encuentre.

La competitividad está utilizada ampliamente en determinados círculos de negocios, socioeconómicos, políticos, entre muchos más, como resultado, el marco de referencia para

nuestros funcionarios financieros ha pasado de la autodefensa a tomar un enfoque más extenso, abierto y proactivo. (Cabrera, López y Ramírez, 2011)

Esta variable influye en la proposición y el desarrollo de cualquier iniciativa comercial, lo que naturalmente crea un desarrollo en el modelo de negocio y en el emprendedor. (Cabrera, López y Ramírez, 2011)

Las entidades privadas o públicas ya sean con fines de lucro o no, sistemáticamente tiene la capacidad para mantener determinadas ventajas en beneficio de la competitividad, esto quiere decir, los conocimientos, recursos y atributos los cuales hacen posible lograr, mejorara y mantener un determinado estatus en la organización. (Milenio, 2015)

La definición estable de competitividad dentro de un país, empresa o persona natural, es la capacidad de acción que enfrenta una competencia extendida, dentro de un concepto de comparación con otras entidad o elementos que poseen estas.

Vega & Humberto (2016) menciona que la competitividad es determinada por la actividad productiva, conceptualizada en valorar el servicio o bien que se genera a costa del trabajo. Esta variable es básicamente la funcionalidad de los estándares de calidad en cuanto a lo ofrecido (esta depende del precio ofrecido) así como la eficiencia y eficacia producida. Asimismo, tiene lugar no específicamente en todas las industrias de una determinada geografía.

La competitividad es determinante para que las organizaciones puedan desarrollar su máximo potencial, ya que, a nivel mundial, el grado de competencia es elevado, esto se debe a que varios países implementan constantemente tecnologías nuevas, esto maximiza la

productividad, del mismo, la innovación es parte fundamental de la competitividad y se tiene que emplear si se requiere seguir creciendo como empresa.

En la actualidad, las organizaciones se ven comprometidas a la competición con entidades que implementan y conservan altos estándares de calidad, aplicando la eficiencia, ofreciendo bienes o servicios de calidad elevada, asimismo, los usuarios cada vez son más exigentes en cuanto a sus preferencias, por ellos, esta variable tiene que aplicarse de la mejor manera, es decir, utilizar la eficiencia, eficacia y efectividad lo más alto posible, de esta forma se lograrán los objetivos propuestos.

2.2.1.2. Ventajas competitivas

Garza (2014) Determina que existen muchas fuentes para mantener una mejor ventaja competitiva en distintos rubros los cuales se desarrollan las empresas, asimismo, podemos resaltar que estas ventajas están basadas en su mayoría en los clientes, siendo estos los principales entes para que una organización crezca. Dentro de las principales ventajas competitivas tenemos:

1. Valor al cliente: Se refiere al grado de satisfacción que las empresas están dispuestas a lograr para con el cliente. Asimismo, a través de este se puede tomar conocimientos de que estrategias de marketing se va a utilizar para la captación de los mismos.
(Garza, 2014)
2. Calidad del producto: Este se mide a través de estándares de calidad, del mismo modo, para una mejor percepción de calidad es observando la aceptación del público

por este, la fijación del bien o servicio en la mente del consumidor constituye en cierto modo una mejor calidad. (Garza, 2014)

3. Contrato de distribución: Este son tipos de documentos los cuales regulan la actividad comercial, entre dos empresas para intercambiar un bien o servicio por una determinada suma de dinero. (Garza, 2014)
4. Buena reputación de la empresa: Las empresas se constituyen de una mejor manera cuando tienen una buena reputación o aceptación. De modo que, esta ventaja contribuye en cuanto a ganancias se refiere ya que las tasas de asistencia por una mejor percepción serán elevadas. (Garza, 2014)
5. Técnicas de producción de bajos costos: Utilizar técnicas las cuales están enfocadas en reducir costos, es de gran importancia, ya que el déficit de la empresa sería menor, obteniendo el mismo producto y recibiendo mayores ganancias en general. (Garza, 2014)
6. Posesión de patentes: Se determina posesión de patentes a los bienes que le pertenecen a la empresa de acuerdo a ley. (Garza, 2014)
7. Monopolio de acuerdo al gobierno: Esta ventaja consiste en posicionarse de tal manera que en el rubro no exista ningún otro ofertante, de manera lícita de acuerdo a las patentes impuestas por el estado. (Garza, 2014)
8. Personal Calificado: Es una de las principales formas para lograr competitividad, teniendo un personal altamente calificado y capacitado se va a generar mayores actividades de producción en beneficio del cliente y empresa. (Garza, 2014)

2.2.1.3 Estrategias competitivas

Matas (2014) menciona que las estrategias son un punto primordial que una organización debe establecer, ya que teniendo estos puntos clave estarán por encima de la competencia, asimismo, están tienen que estar basadas en el cliente, siempre teniendo en cuenta el entorno cambiante que esto conlleva.

Cabrera; López y Ramírez (2011) determinan que, estableciendo las estrategias adecuadas para la empresa, esta tiene una visión hacia el éxito. Cuando se habla de estrategias nos referimos a las habilidades que se implantan para generar competitividad, este mide la suficiente capacidad que posee la organización para competir dentro de un mercado y de la misma manera posicionarse en la mentalidad de las personas.

Matas se basa en la teoría de Kotler, el cual propone 7 estrategias las cuales se consideran la clave para el éxito de la empresa, estas son:

1. Estrategias de costos bajos: Cuando se reduce costos no solo tiene que ser en producción, sino en todas las áreas establecidas de la empresa, sin dejar de lado la buena calidad y las expectativas del cliente que tiene acerca de la empresa. (Matas, 2014)
2. Crear una experiencia inigualable para el consumidor: Esta estrategia establecida en grandes franquicias, los cuales están basadas en dar un servicio personalizado al cliente, es una de la más efectivas ya que el consumidor va a sentir satisfacción e incluso puede pagar más por el bien o servicio que se le está brindando. (Matas, 2014)

3. Reinvertir en el modelo de negocio: Existen ocasiones en las organizaciones las cuales se concentran en mejorar con constantemente el producto o servicio y no logran los objetivos requeridos, sin embargo, tenemos que observar nuestra entidad desde otro punto de vista y enfocarnos que, en vez de hacerlo mejor, se tiene que hacer diferente. (Matas, 2014)
4. Maximizar la calidad: Cuando se maximiza la calidad, el cliente se va a sentir atraído por esta estrategia, de tal manera que la empresa se posicionara en la mentalidad del consumidor y próximamente fidelizarse con la empresa. (Matas, 2014)
5. Identificar un nicho de mercado: Esta estrategia aun no es explotada en su totalidad, las empresas solo se concentran en vender lo mismo en un lugar establecido por muchas industrias, sin embargo, buscar un nicho de mercado es generar ventas ya que no existe competencia y además los usuarios requieren del producto. (Matas, 2014)
6. Innovación: Esta estrategia es una clave para alcanzar el éxito empresarial, sabemos que en el entorno es constantemente cambiante, por ello se necesitan productos innovadores los cuales generen atracción por parte de los usuarios, esta es una ventaja competitiva considerable y efectiva. (Matas, 2014)
7. Diseño: Muchas de las grandes empresas como Apple tienen esta estrategia muy presente, ya que constantemente están diseñando un mejor producto el cual capta la atención de las personas, el diseño es de gran importancia ya que genera expectativa y sobre todo consumismo en los usuarios. (Matas, 2014)

2.2.1.4. Competitividad empresarial

Ibarra; Gonzales & Demuner (2017) mencionan que adoptar un hábito de competencia empresarial es de suma importancia, ya que a través de ello se puede visualizar el desarrollo en diferentes áreas como los son económico, social, organizacional, asimismo, esta competitividad siempre tiene que estar enfocada en el cliente ya que este es el que observa y decide que es lo que quiere consumir y a quien le va a consumir, por ello las empresas están en constante innovación, beneficiándose y beneficiando al usuario final.

Gordon (2014) determina que las organizaciones son más exitosas cuando generan competitividad, existen autores que confunden términos como eficacia con excelencia, esto quiere decir que las empresas deben plantearse estos dos métodos por separado y no juntarlos por confusión, de esta manera la empresa genera mucha más competitividad que las demás circulando en el rubro en que se encuentren, teniendo en cuenta la calidad de sus colaboradores y el entorno cambiantes debido a sus clientes.

2.2.2. Gestión de calidad

2.2.2.1. Definición

Lizarzaburu (2015) menciona que un sistema de gestión de calidad es indispensable en una organización que desea alcanzar el éxito, asimismo, se determina como una herramienta a tener en cuenta dentro de la fase del proceso administrativo, y de la misma manera se obtendrá resultados de mejora en las acciones realizadas.

La gestión de calidad es un mecanismo de operaciones el cual contribuye a la optimización de los recursos. Asimismo, el objetivo de este es orientar todos los puntos cables de una organización y centrarlos en un solo fin, el cual estará en beneficio de la empresa y del cliente final, generando de esta manera satisfacción al cliente. (ISO 9001: 2015, 2018)

Gonzales & Arciniegas (2015) determinan que la variable en estudio está constituida por varios procedimientos estructurados que la empresa emplea y de esta manera mejora el producto y genera competitividad. Esta cuenta con la capacidad de elaborar bienes o brindar servicios con altos estándares de calidad, proporcionando garantía al cliente por lo solicitado.

Hernández; Barrios & Martínez (2018) mencionan que la gestión de calidad hoy en día se observa desde el punto de vista estratégico para impulsar la competitividad a nivel de empresa, esta permite ver a la entidad como un conjunto de procesos sistematizados e interrelacionados cuya finalidad es generar satisfacción al cliente. Esta variable hace que cada día se mejore la calidad de servicio o producto, con la finalidad de crecer como mercado, crear ganancias y hacer que el usuario se sienta satisfecho por lo requerido.

2.2.2.2. Factores de la gestión de calidad

Bolaños & Baquerizo (2018) basándose en la norma ISO 9001, mencionan que la gestión de calidad constituye varios factores fundamentales para lograr éxito, competitividad y satisfacción al cliente en una organización; estos factores son:

1. Visión sistemática de la empresa: Este factor determina al conjunto de procesos interrelacionados los cuales constituyen un fin específico, todas las partes de una

empresa tienen que estar conectadas para que puedan funcionar a un mismo nivel y de la mejor manera. (Bolaños & Baquerizo, 2018)

2. Satisfacción al cliente: Unos de los instrumentos para medir la gestión de calidad, es observar si el cliente está satisfecho con el bien o servicio ofrecido. (Bolaños & Baquerizo, 2018)
3. Aumentar la Eficiencia: Cuando una organización es más eficiente, haciendo una buena utilización de los recursos a través de procesos, esta se vuelve mejor cada día, ya que una buena gestión de recursos es una de las primeras claves para una buena gestión de calidad. (Bolaños & Baquerizo, 2018)
4. Planeamiento estratégico: Dentro de una organización este factor es primordial, ya que constituyendo un plan estratégico podemos maximizar las actividades de producción, además, permite identificar de mejor manera MOF de una organización. (Bolaños & Baquerizo, 2018)
5. La alta dirección: Esta debe demostrar liderazgo en cuanto a ejecución de procesos que se dan en la organización, asimismo, si dentro de la alta dirección existen objetivos trazados involucrando a todo el personal cumpliendo estándares de calidad, este tendrá muchas más posibilidades de éxito. (Bolaños & Baquerizo, 2018)
6. Compromiso con el personal: El personal es la parte principal de un sistema de gestión de calidad, ya que ellos ocupan los cargos de producción dentro de la organización, al establecer un sistema de gestión de calidad y educando al personal, estos contribuirán confeccionando un excelente producto o brindando un buen servicio, en beneficio del cliente. (Bolaños & Baquerizo, 2018)

7. Competencia dentro de la organización: La competencia del talento humano dentro de una organización es de gran utilidad, ya que ellos son los encargados de producir los productos, al generar competitividad aumento la calidad y sobre todo la capacidad de crear e innovar, asimismo, reduce despidos lo que genera reducción de costos por contratación. (Bolaños & Baquerizo, 2018)
8. Empoderamiento de la calidad: Se define como la capacidad del individuo para tener control de su ambiente, asimismo, este se esforzará por ser mejor y tener más responsabilidad lo cual lo hace más competitivo y autosuficiente de sus actividades. (Bolaños & Baquerizo, 2018)

2.2.2.3. Elementos de la Gestión de calidad

Dentro de un sistema de gestión de calidad existen elementos fundamentales que debe poseer cualquier organización, asimismo, la ISO 9001: 2015 menciona 7 elementos claves los cuales son:

1. Incrementar el enfoque al cliente: Es relevante que el usuario tenga participación directa con la gestión de calidad, ya que el cliente es el primer ente encargado de evaluar la calidad del servicio o producto ofrecido, por lo que se necesita observarlo muy de cerca y además fidelizarlo. (ISO 9001: 2015, 2018)
2. Reducir riesgos: Este se mide a través de sistema de evaluación de los riesgos. (ISO 9001: 2015, 2018)
3. Establecer la dirección: Para realizar un adecuado sistema de gestión de calidad, se identificar primero cual es la dirección que se quiere tomar para encaminar la

empresa. De esta forma, los trabajadores estarán identificados con los objetivos trazados. (ISO 9001: 2015, 2018)

4. **Objetivos claros:** Dentro de una organización se deben diseñar objetivos, de esta manera se planificaría el proceso que se requiere seguir enfatizado en gestión de calidad. (ISO 9001: 2015, 2018)
5. **Comunicación interna:** Este elemento es fundamental, ya que con comunicación se pueden identificar cómo va el manejo de actividades, asimismo, si existe algún problema y su posible solución. (ISO 9001: 2015, 2018)
6. **Sistema de control:** Es fundamental implantar un sistema de control, para identificar como están los procesos continuamente, además, identificar si los objetivos se están cumpliendo. (ISO 9001: 2015, 2018)
7. **Procesos de mejora:** Se tienen que establecer dentro de la organización, implantándose como objetivos para seguir desarrollándose como empresa. (ISO 9001: 2015, 2018)

III. HIPOTESIS

Hernández, Fernández, & Baptista, (2014), las investigaciones descriptivas se enfocan en la descripción de una realidad o un contexto; al no indicar relación o incidencia no es necesario el planteamiento de hipótesis, queda en criterio del autor(a) en todo caso.

VI. METODOLOGIA

4.1. Diseño de la investigación

El tipo de investigación descriptiva es porque quiere identificar las características del problema y evaluar los hechos que ocurren en un contexto particular dentro de la Mype.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación descriptiva intenta demostrar las características, atributos y perfiles de poblaciones, asociaciones, procesos, metas u otros fenómenos que se están analizando.

Asimismo, presenta un nivel cuantitativo porque permite estudiar los datos científicamente, utilizando estadísticas numéricas. Recopila y analiza datos sobre variables y estudia los síntomas y fenómenos relacionados con el problema de manera objetiva, de modo que los resultados puedan generalizarse.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el enfoque cuantitativo usa procedimientos estandarizados (aceptados por una comunidad científica); Estos datos se generan automáticamente y se analizan por métodos estadísticos.

El diseño de la investigación no es experimental porque se realiza sin manipular las variables, es decir que los fenómenos ven cómo son un entorno natural para analizarlos. Finalmente, muestra un diseño transversal como la recolección de datos y el uso de los instrumentos utilizados para recopilar información en un momento dado, el propósito es describir las variables y analizar su ocurrencia en su contexto dado.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), define las concepciones no productivas como Investigaciones llevadas a cabo sin manipular ninguna variación de

variables, y solo se encontraron los fenómenos y entran en un entorno natural para luego analizarlos. en un tiempo único y en un solo momento para describir las variables.

4.2. Población y muestra

4.2.1. Población

En el presente estudio, se ha establecido dentro del sector Mype rubro restobar, en el cual se tuvo en cuenta 04 entidades, las cuales contienen una población indicada en la siguiente tabla:

Cuadro 2. Relación de Mypes

Razón Social	RUC	Dirección	Representante	N° de trabajadores
El encanto Bonaerense	10432785659	Mz B. Lote 1- sector nuevo linderos, Buenos Aires – Morropón	Esmilda Lizet Ruiz Silva	04
La Estación	10700390565	La quebrada, Nuevo Linderos, Mza E - Distrito de Buenos Aires – Morropón	Luis Miguel Benites Camizan	10
Doar	10409810468	Jirón Mariscal Sucre N° 131 Buenos Aires – Morropón	Doyler Colala Ramírez	02
El buen sabor	10803693582	Av. Buenos Aires s/n Buenos Aires – Morropón	Esmeralda Guerrero Huamán	07
TOTAL				23

Fuente: Municipalidad Distrital de Buenos Aires

Para la variable competitividad se va acudir a los trabajadores ya que los indicadores muestran lo establecido, por tanto, se constituye una población finita.

Para la variable Gestión de calidad se acudirá a los colaboradores, ya que, basándose en los indicadores, estos muestran lo establecido, por ello se constituye una población finita.

4.2.2. Muestra

Otzen & Manterola (2017) mencionan que la muestra genera la extrapolación, asimismo, generaliza los resultados observados en esta, del mismo modo, extrae la población con la que se va a trabajar.

En cuanto a la variable Competitividad, se investigará a los propietarios de cada Mype, por tanto, la población es finita, asimismo, el número de propietarios es 1 por Mype dando un equivalente a 4.

Carrillo (2015) menciona que la población finita es cuando (N) es menor que 50 personas, asimismo, no se requiere de formula estadística para calcular la población, la muestra es (N=n) por tanto (n=4).

En cuanto a la variable en estudio la cual es Gestión de calidad, se va a investigar a los trabajadores, por tanto, la población es finita. En la presente información la muestra que se va utilizar es del determinado número de trabajadores por Mype, de este modo, sería un promedio de 23 trabajadores en total.

Carrillo (2015) menciona que la población finita es cuando (N) es menor que 50 personas, asimismo, no se requiere de formula estadística para calcular la población, la muestra es (N=n) por tanto (n=2)

4.3. Definición y operacionalización de las variables

Variable	Definición	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala	Fuente
C O M P E T I T I V I D A	Rojas & Sepúlveda (2017) determina que la competitividad es la acción que muestra una persona, o grupo de personas para poder desempeñarse y sobresalir en un ambiente determinado, como también juega un papel importante, dentro del mundo empresarial, social y académico.	Ventajas	La dimensión Ventajas se medirá a través de los indicadores (Valor al cliente, calidad del producto, contrato de distribución, buena reputación, técnicas de producción de bajo costo, posesión de patentes, monopolio de acuerdo al gobierno, personal calificado) con la técnica e instrumento de cuestionario.	Valor al cliente. Calidad del producto. Contrato de distribución. Buena reputación. Técnicas de producción de bajo costo. Posesión de patentes. Monopolio de acuerdo al gobierno. Personal calificado.	Dicotómica	Propietarios
		Estrategias	La dimensión Estrategias se medirá a través de los indicadores (Crear una experiencia inigualable, reinvertir en el modelo de negocio, maximizar la calidad, identificar un nicho de mercado, innovación, diseño) con la técnica e instrumento de cuestionario.	Crear una experiencia inigualable. Reinvertir en el modelo de negocio. Maximizar la calidad. Identificar un nicho de mercado. Innovación. Diseño.	Dicotómica	Propietarios

Fuente: Elaboración propia

Variable	Definición	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala	Fuente
G E S T I Ó N D E C A L I D A D	Lizarzaburu (2015) menciona que un sistema de gestión de calidad es indispensable en una organización que desea alcanzar el éxito, asimismo, se determina como una herramienta a tener en cuenta dentro de la fase del proceso administrativo, y de la misma manera se obtendrá resultados de mejora en las acciones realizadas	Factores	La dimensión Factores se medirá a través de los indicadores (Visión sistemática, satisfacción al cliente, eficiencia, planeamiento estratégico, dirección, compromiso con el personal, competencia dentro de la organización, empoderamiento.) con la técnica e instrumento de cuestionario.	Visión sistemática. Satisfacción al cliente. Eficiencia. Planeamiento estratégico. Dirección. Compromiso con el personal. Competencia dentro de la organización. Empoderamiento.	Dicotómica	Trabajadores
		Elementos	La dimensión Elementos se medirá a través de los indicadores (Reducir riesgos, establecer la dirección, objetivos claros, comunicación interna, sistema de control, procesos de mejora) con la técnica e instrumento de cuestionario.	Reducir riesgos. Establecer la dirección. Objetivos claros. Comunicación interna. Sistema de control. Procesos de mejora.	Dicotómica	Trabajadores

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

En la presente investigación se va a aplicar la técnica de encuesta, Gonzales (2018) menciona que esta técnica busca recopilar datos importantes sobre lo que sucede en una población determinada. Además, permite dar respuesta a la problemática en términos descriptivos y con relación a las variables.

Instrumentos

El instrumento de recolección de datos es el cuestionario las cuales estarán ordenadas y con coherencia a lo que se requiere. Según Ligan (2018) determina que el cuestionario debe contener una serie de preguntas respecto a las variables, estas preguntas tienen que estar bien formuladas ya que de esta manera se logrará obtener lo que se requiere en la problemática.

4.5. Plan de análisis

Ligan (2018) determina que el plan de análisis detalla, cuantifica, tabula, grafica las medidas de resumen de las variables en estudio, ya que la investigación se estaría utilizando mediante los modelos y técnicas estadísticas, asimismo, se recopilara datos mediante el técnicas e instrumentos y los resultados de estos, serán cuantificados para obtener respuestas a la problemática. Del mismo modo, se utilizará el programa Microsoft Office Excel 2016 para graficar los datos y cuantificar los resultados.

4.5. Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLES	HIPOTESIS	METODOLOGIA
Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, Año 2018.	¿Cuáles son las características de la competitividad y la gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018?	Determinar las características de la competitividad y la gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018.	a) Describir las ventajas competitivas en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018.	COMPETITIVIDAD	Hernández, Fernández, & Baptista, (2014), las investigaciones descriptivas se enfocan en la descripción de una realidad o un contexto; al no indicar relación o incidencia no es necesario el planteamiento de hipótesis, queda en criterio del autor(a) en todo caso.	Tipo: descriptivo Nivel: cuantitativo Diseño: no experimental de corte transversal
			b) Conocer las estrategias competitivas en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018.			

Fuente: Elaboración propia

4.7. Principios éticos

Castro & García (2018) dan a conocer que los principios éticos colaboran a que toda la información establecida en la investigación tiene que estar basada sobre criterios, responsabilidad, transparencia y sobre todo confidencialidad. Esta investigación se llevó a cabo con total transparencia al recopilar los datos por parte de todos los autores, como también de los clientes, asimismo, todos los datos son auténticos y se van a mantener en total confidencialidad.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

5.1.1. Competitividad

Propietarios

Tabla 1. Valor al cliente

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador.

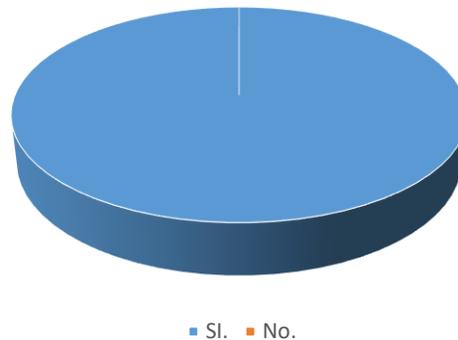


Gráfico 1. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Dentro de su organización establecen un énfasis sobre el valor al cliente?

Interpretación:

En la tabla 1 denominada “valor al cliente”, se puede explicar que el 100% equivalente a los 4 propietarios mencionan que si establecen un énfasis sobre el valor al cliente.

Tabla 2. Calidad del producto

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador.

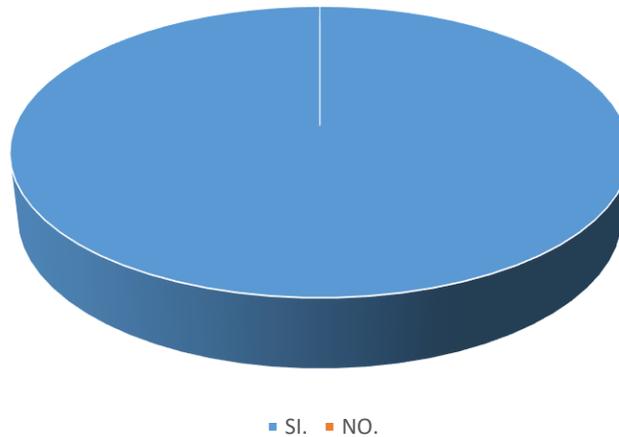


Gráfico 2. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Cree usted que el producto y servicio que brinda es de calidad?

Interpretación:

En la tabla 2 denominada “calidad del producto”, se puede explicar que el 100% equivalente a los 4 propietarios mencionan que el producto o servicio que brinda es de calidad.

Tabla 3. Contrato de distribución

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	75%
No	1	25%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador.

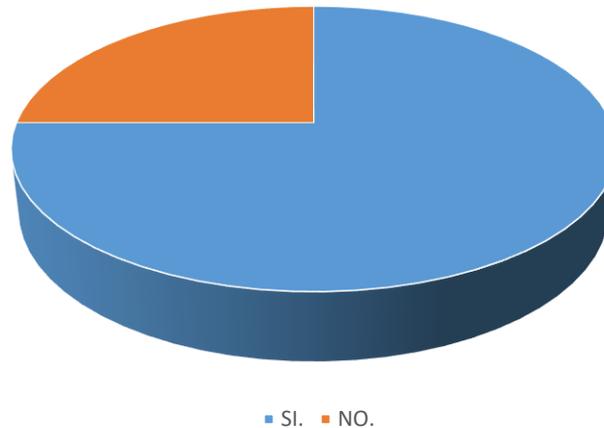


Gráfico 3. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Mantienen contratos de distribución con otras organizaciones?

Interpretación:

En la tabla 3 denominada “contrato de distribución” en la encuesta realizada nos detalla que el 75% equivalente a 3 propietarios mantienen contratos de distribución con otras organizaciones, mientras que 25% equivalente a un 1 propietario no mantiene contratos de distribución con otras organizaciones.

Tabla 4. Buena reputación

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador.

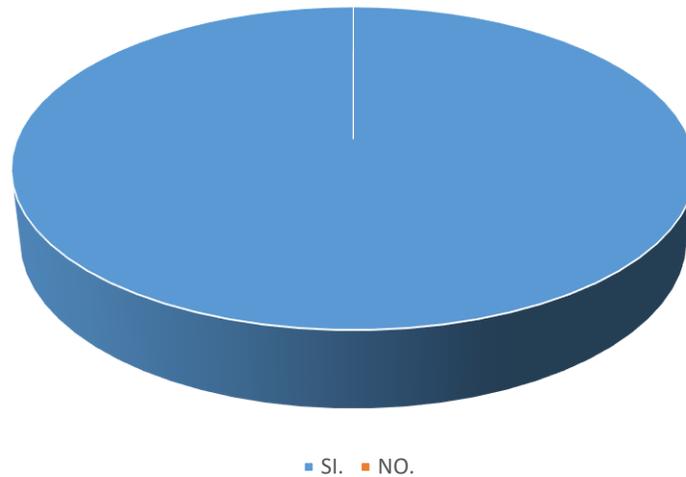


Gráfico 4. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Considera usted que la empresa tiene una buena reputación?

Interpretación:

En la tabla 4 denominada “Buena reputación” se determina según las encuestas que el 100% equivalente a 4 propietarios considera que la empresa tiene una buena reputación.

Tabla 5. Técnicas de producción de bajo costo

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	50%
No	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador.

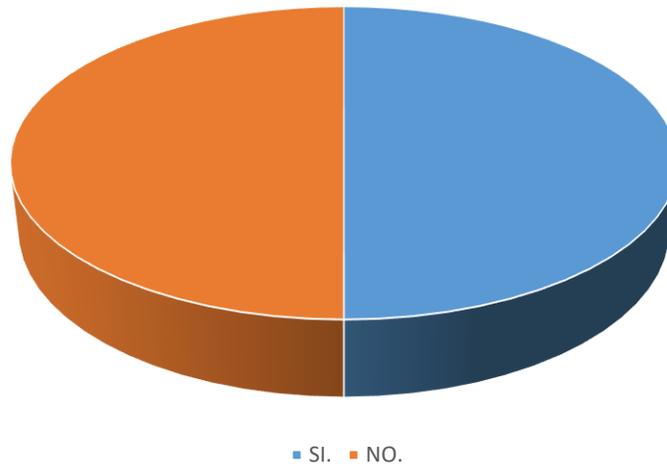


Gráfico 5. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Dentro de la organización establecen técnicas de producción de bajo costo?

Interpretación:

En la tabla 5 denominada “Técnicas de producción de bajo costo” en la encuesta realizada detalla que el 50% equivalente a 2 propietarios establecen técnicas de producción de bajo costo, mientras que el 50% adicional equivalente a 2 propietarios, no establecen técnicas de bajo costo.

Tabla 6. Posesión de patentes

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador.

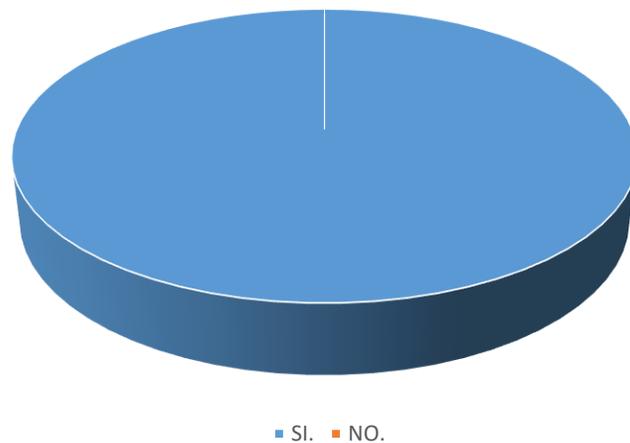


Gráfico 6. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Usted establece la posesión de patentes de su empresa?

Interpretación:

En la tabla 6 denominada “posesión de patentes” se determinó según los encuestados que el 100% equivaliendo a 4 propietarios establecen posesión de patentes en su empresa.

Tabla 7. Monopolio de acuerdo al gobierno

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	25%
No	3	75%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador.

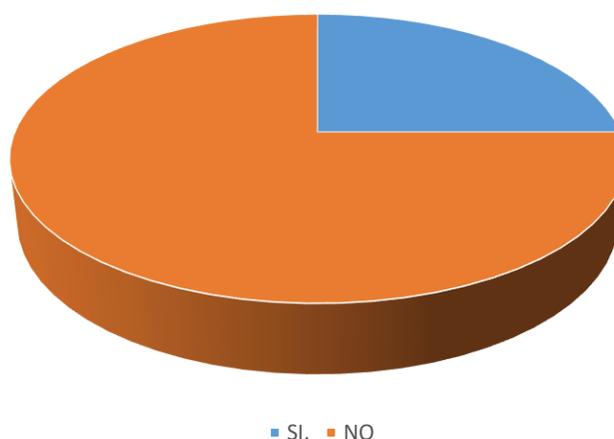


Gráfico 7. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Considera una ventaja competitiva para la empresa el monopolio de acuerdo al gobierno?

Interpretación:

En la tabla 7 denominada “Monopolio de acuerdo al gobierno” en la encuesta realizada detalla que el 25% equivalente a 1 propietarios considera una ventaja competitiva el monopolio de acuerdo al gobierno, mientras que el 75% equivalente a 3 propietarios, no considera una ventaja competitiva el monopolio de acuerdo al gobierno.

Tabla 8. Personal calificado

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	50%
No	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador.

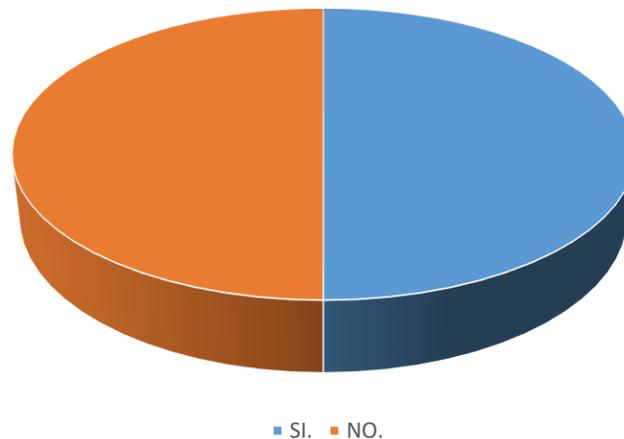


Gráfico 8. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Dentro de la organización mantiene un personal calificado?

Interpretación:

En la tabla 8 denominada “personal calificado” en la encuesta realizada detalla que el 50% equivalente a 2 propietarios establecen que dentro de la organización mantienen personal calificado, mientras que el 50% adicional equivalente a 2 propietarios, no poseen personal calificado dentro de su organización.

Tabla 9. Crear una experiencia inigualable

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador.

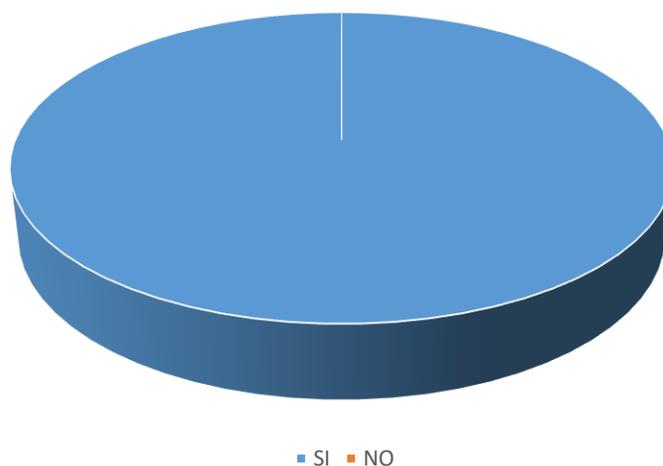


Gráfico 9. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Considera que dentro de la organización se crea una experiencia inigualable para el consumidor?

Interpretación:

En la tabla 9 denominada “Crear una experiencia inigualable” se determinó según los encuestados que el 100% equivalente a 4 propietarios consideran que dentro de la organización se crea una experiencia inigualable para el consumidor.

Tabla 10. Reinvertir en el modelo de negocio

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador.

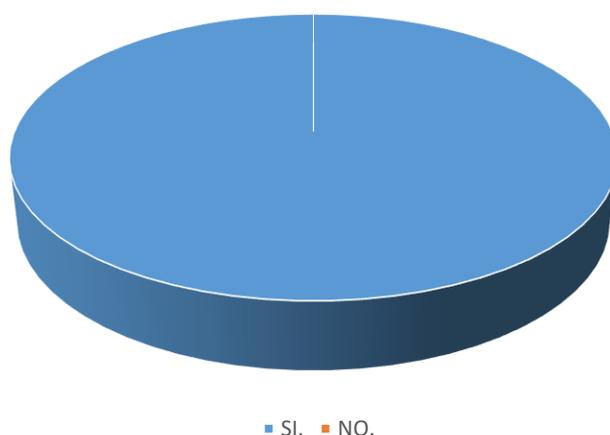


Gráfico 10. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Considera una estrategia competitiva dentro de la organización reinvertir en su modelo de negocio?

Interpretación:

En la tabla 10 denominada “Reinvertir en el modelo de negocio” se determinó según los encuestados que el 100% equivalente a 4 propietarios consideran una estrategia competitiva dentro de la organización reinvertir en su modelo de negocio.

Tabla 11. Maximizar la calidad

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador.

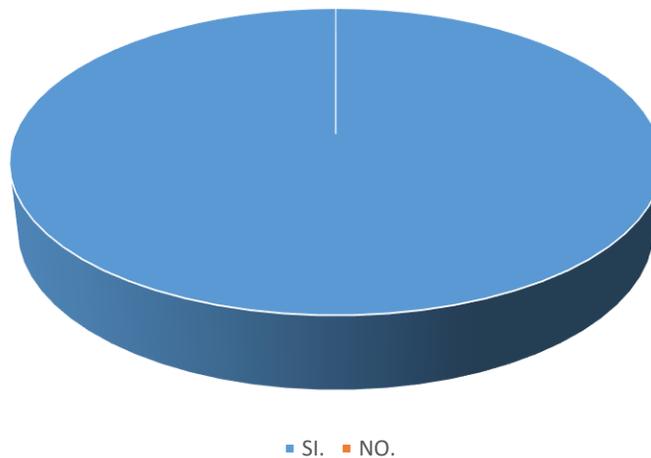


Gráfico 11. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Dentro de la organización existen prácticas para maximizar la calidad?

Interpretación:

En la tabla 11 denominada “Maximizar la calidad” se determinó según los encuestados que el 100% equivalente a 4 propietarios consideran que dentro de la organización si existen prácticas para maximizar la calidad.

Tabla 12. Identificar un nicho de mercado

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	25%
No	3	75%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador.

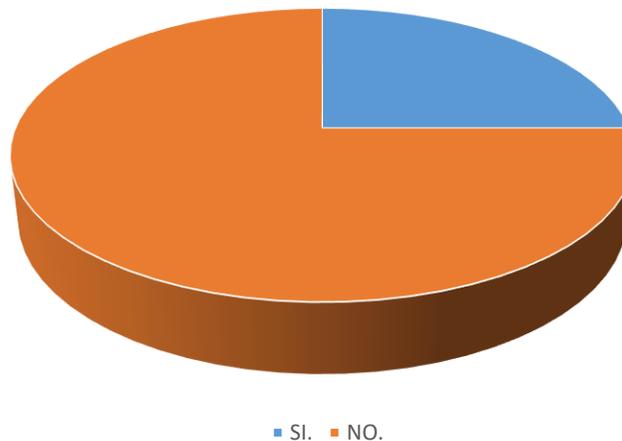


Gráfico 12. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Considera el modelo de su negocio como nicho de mercado?

Interpretación:

En la tabla 12 denominada “Identificar un nicho de mercado” se determinó según la encuesta realizada que el 25% equivalente a 1 propietario si considera que su negocio en un nicho de mercado, mientras que el 75% equivalente a 3 propietarios determinan que no consideran a su negocio como nicho de mercado.

Tabla 13. Innovación

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

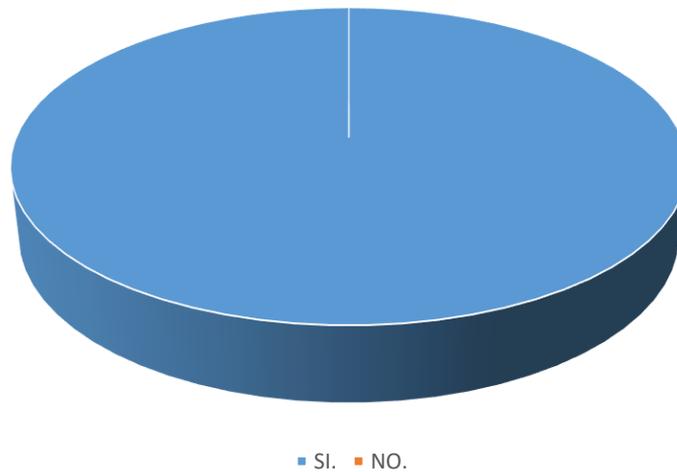


Gráfico 13. Diagrama circular que representa la pregunta ¿En la organización establecen la innovación como parte de estrategia competitiva?

Interpretación:

En la tabla 13 denominada “Innovación” se determinó según los encuestados que el 100% equivalente a 4 propietarios consideran que en la organización establecen la innovación como parte de estrategia competitiva.

Tabla 14. Diseño

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	25%
No	3	75%
Total	4	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

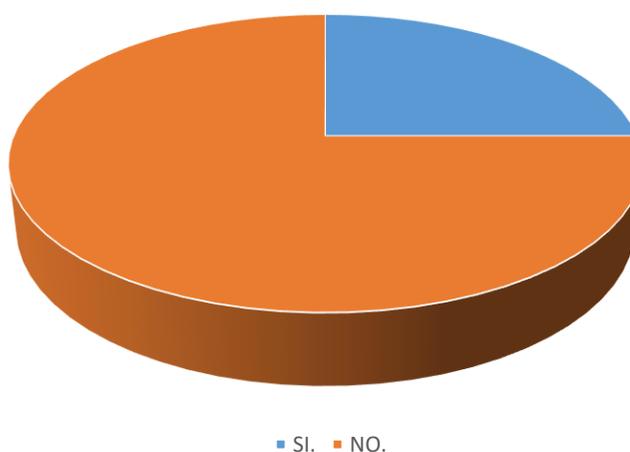


Gráfico 14. Diagrama circular que representa la pregunta ¿En la empresa diseñan modelos de servicio para atraer al cliente?

Interpretación:

En la tabla 14 denominada “Diseño” en la encuesta realizada detalla que el 25% equivalente a 1 propietario considera que en la empresa diseñan modelos de servicio para atraer al cliente mientras que el 75% equivalente a 3 propietarios, no considera que en la empresa diseñan modelos de servicio para atraer al cliente.

5.1.2. Gestión de calidad

Trabajadores

Tabla 15. Visión sistemática

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	69.57%
No	7	30.43%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

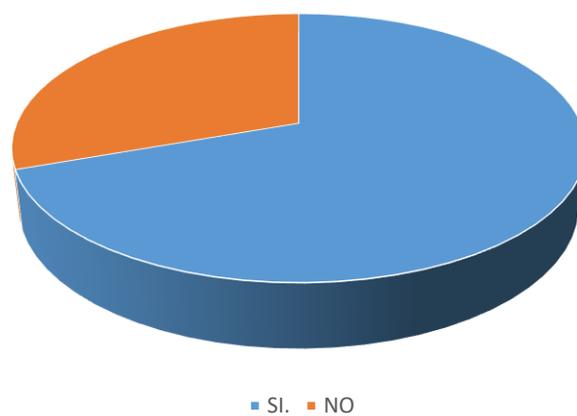


Gráfico 15. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Existe una visión sistemática dentro de la empresa?

Interpretación:

En la tabla 15 denominada “Visión sistemática” se detalla según la encuesta realizada que el 69.57% equivalente a 16 colaboradores considera que si existe una visión sistemática dentro de la empresa mientras que el 30.43% equivalente a 7 colaboradores, no considera que existe una visión sistemática dentro de la empresa.

Tabla 16. Satisfacción al cliente

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	100%
No	0	0%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

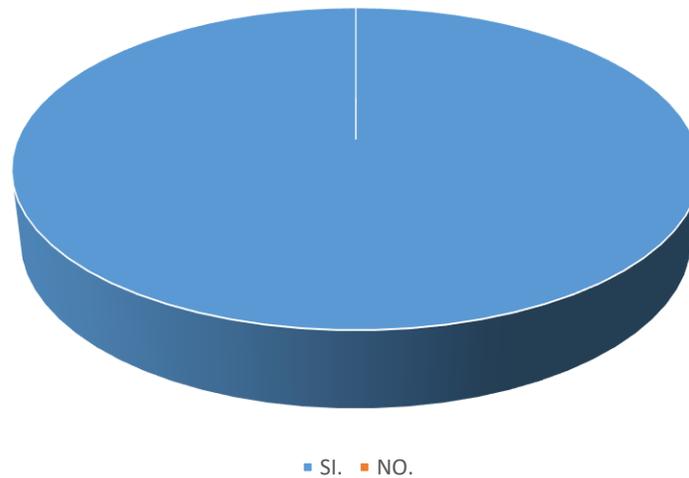


Gráfico 16. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Cree usted que dentro de la empresa existe un énfasis para satisfacer a los clientes?

Interpretación:

En la tabla 16 denominada “Satisfacción al cliente” se detalla según la encuesta que el 100% equivalente 23 colaboradores considera que dentro de la empresa si existe un énfasis para satisfacer a los clientes.

Tabla 17. Eficiencia

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	78.26%
No	5	21.74%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

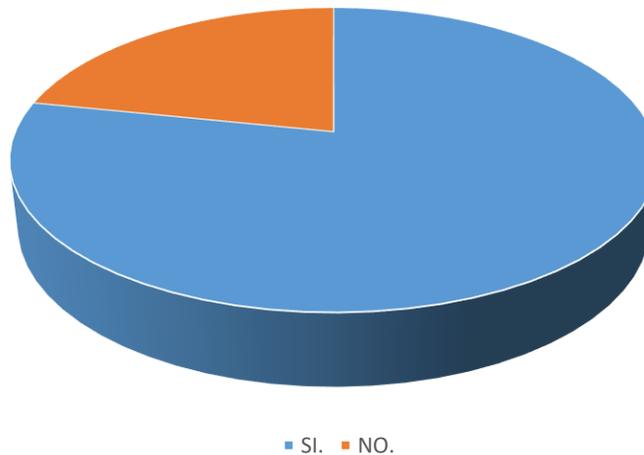


Gráfico 17. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Cree usted que la organización es eficiente?

Interpretación:

En la tabla 17 denominada “Eficiencia” se detalla según la encuesta realizada que el 78.26% equivalente a 18 colaboradores considera que la organización es eficiente mientras que el 21.74% equivalente a 5 colaboradores, no considera que considera que la organización es eficiente.

Tabla 18. Planeamiento estratégico

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	56.62%
No	10	43.48%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

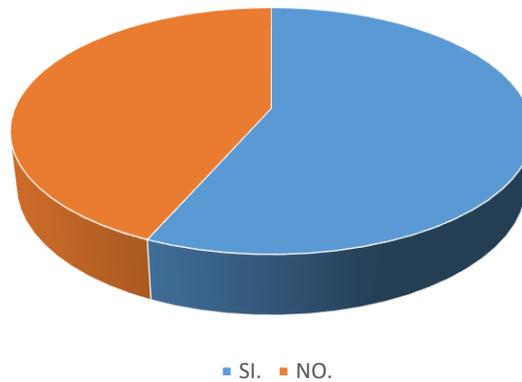


Gráfico 18. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Considera usted que dentro de la organización existe un planeamiento estratégico?

Interpretación:

En la tabla 18 denominada “Planeamiento estratégico” se detalla según la encuesta realizada que el 56.62% equivalente a 13 colaboradores considera que dentro de la organización si existe un planeamiento estratégico mientras que el 43.48% equivalente a 10 colaboradores, considera que dentro de la organización no existe un planeamiento estratégico.

Tabla 19. Dirección

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	78.26%
No	5	21.74%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

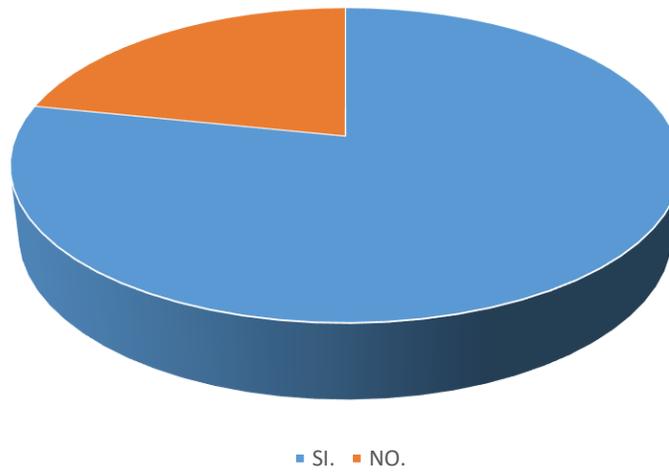


Gráfico 19. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Cree usted que quien dirige la empresa muestra liderazgo?

Interpretación:

En la tabla 19 denominada “Dirección” se detalla según la encuesta realizada que el 78.26% equivalente a 18 colaboradores considera que quien dirige la empresa si muestra liderazgo mientras que el 21.74% equivalente a 5 colaboradores, considera que quien dirige la empresa no muestra liderazgo.

Tabla 20. Compromiso con el personal

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	78.26%
No	5	21.74%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

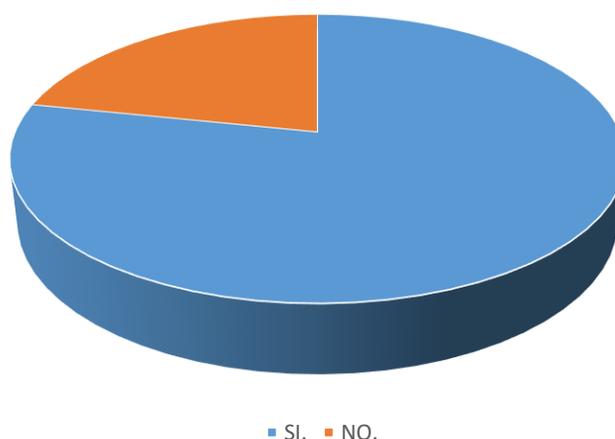


Gráfico 20. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Considera usted que en la organización existe compromiso con el personal?

Interpretación:

En la tabla 20 denominada “Compromiso con el personal” se detalla según la encuesta realizada que el 78.26% equivalente a 18 colaboradores considera que en la organización si existe compromiso con el personal mientras que el 21.74% equivalente a 5 colaboradores, considera que en la organización no existe compromiso con el personal.

Tabla 21. Competencia dentro de la organización

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	43.48%
No	13	56.52%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

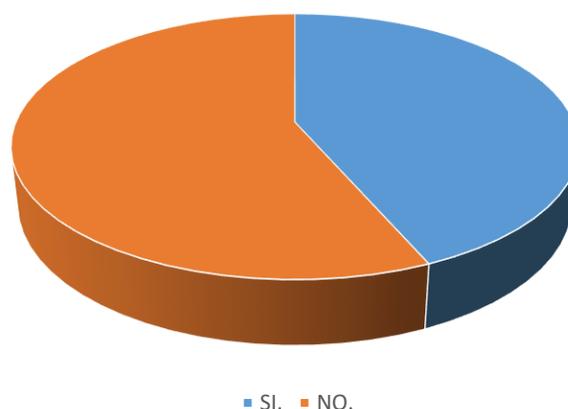


Gráfico 21. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Existe la competencia del talento humano dentro de la empresa?

Interpretación:

En la tabla 21 denominada “Competencia dentro de la organización” se detalla según la encuesta realizada que el 43.48% equivalente a 10 colaboradores considera que si existe la competencia del talento humano dentro de la empresa mientras que el 56.52% equivalente a 13 colaboradores, considera que no existe la competencia del talento humano dentro de la empresa.

Tabla 22. Empoderamiento

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	26.09%
No	17	73.91%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

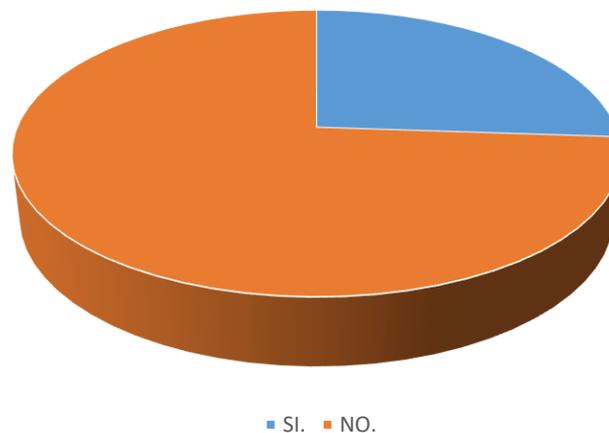


Gráfico 22. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Dentro de la empresa existe el empoderamiento del personal?

Interpretación:

En la tabla 22 denominada “Empoderamiento” se detalla según la encuesta realizada que el 26.09% equivalente a 6 colaboradores considera que dentro de la empresa si existe el empoderamiento del personal mientras que el 73.91% equivalente a 17 colaboradores, considera que dentro de la empresa no existe el empoderamiento del personal.

Tabla 23. Reducir riesgos

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	69.57%
No	7	30.43%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

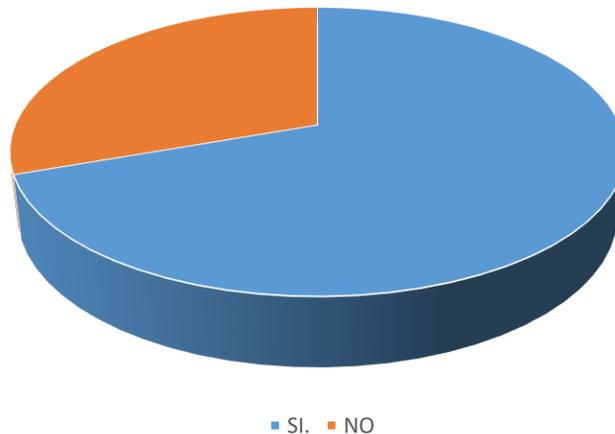


Gráfico 23. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Existe un sistema de manejo de riesgos en la organización?

Interpretación:

En la tabla 23 denominada “Reducir riesgos” se detalla según la encuesta realizada que el 69.57% equivalente a 16 colaboradores considera que si existe un sistema de manejo de riesgos en la organización mientras que el 30.43% equivalente a 7 colaboradores, no considera que existe un sistema de manejo de riesgos en la organización.

Tabla 24. Establecer la dirección.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	82.61%
No	4	17.39%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

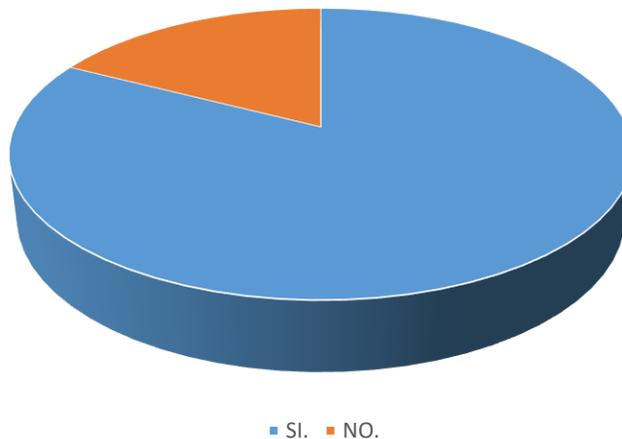


Gráfico 24. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Considera un excelente trabajo por parte de la dirección?

Interpretación:

En la tabla 24 denominada “Establecer la dirección” se detalla según la encuesta realizada que el 82.61% equivalente a 19 colaboradores si considera que un excelente trabajo por parte de la dirección mientras que el 17.39% equivalente a 4 colaboradores, no considera un excelente trabajo por parte de la dirección.

Tabla 25. Objetivos claros

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	60.87%
No	9	39.13%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

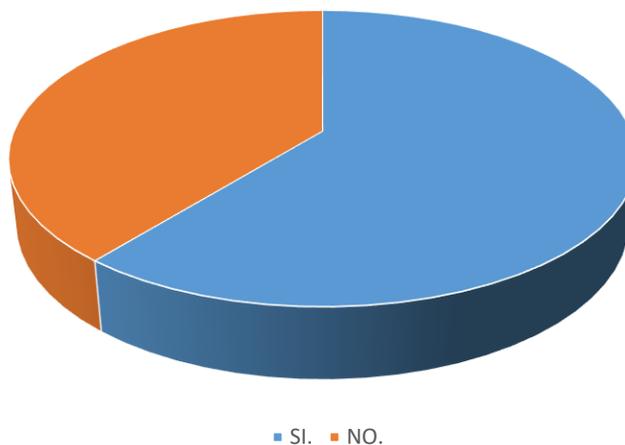


Gráfico 25. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Cree usted que existen objetivos claros dentro de la organización?

Interpretación:

En la tabla 25 denominada “objetivos claros” se detalla según la encuesta realizada que el 60.87% equivalente a 14 colaboradores si considera que si existen objetivos claros dentro de la organización mientras que el 39.13% equivalente a 9 colaboradores considera que no existen objetivos claros dentro de la organización.

Tabla 26. Comunicación interna

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	91.30%
No	2	8.70%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

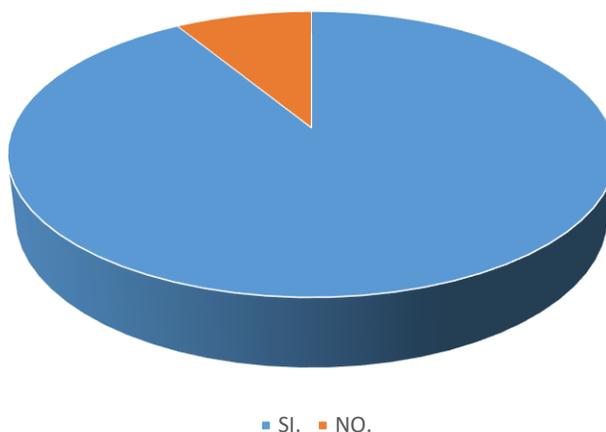


Gráfico 26. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Dentro de la organización existe una comunicación entre colaboradores y propietarios?

Interpretación:

En la tabla 26 denominada “comunicación interna” se detalla según la encuesta realizada que el 91.30% equivalente a 21 colaboradores considera que dentro de la organización si existe una comunicación entre colaboradores y propietarios mientras que el 8.70% equivalente a 2 colaboradores considera que no existe una comunicación entre colaboradores y propietarios.

Tabla 27. Sistema de control

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	100%
No	0	0%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

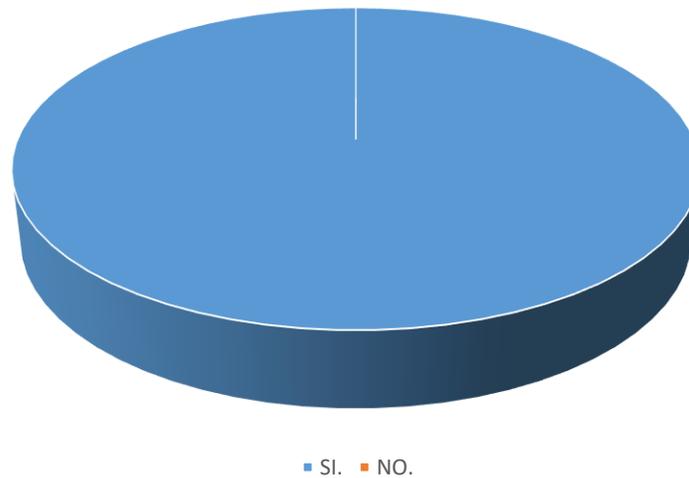


Gráfico 27. Diagrama circular que representa la pregunta ¿Dentro de la organización está establecido un sistema de control?

Interpretación:

En la tabla 27 denominada “Sistema de control” detalla según la encuesta que el 100% equivalente 23 colaboradores considera que dentro de la organización si está establecido un sistema de control.

Tabla 28. Procesos de Mejora

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	91.30%
No	2	8.70%
Total	23	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las empresas rubro restobar del distrito Buenos Aires – Morropón.

Elaboración: Investigador

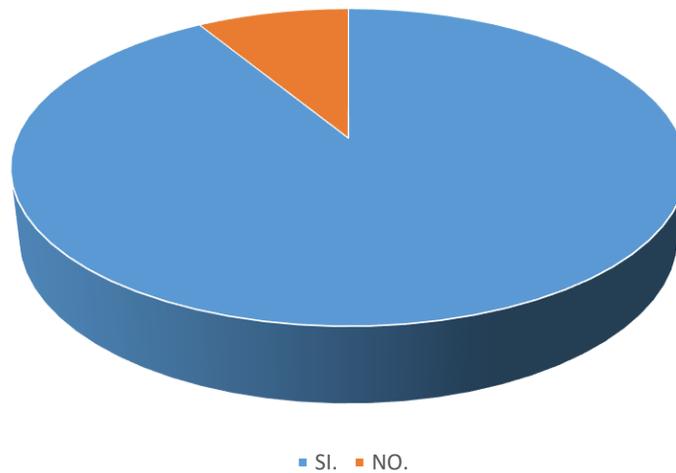


Gráfico 28. Diagrama circular que representa la pregunta ¿La empresa genera procesos de mejora continua?

Interpretación:

En la tabla 28 denominada “proceso de mejora” se detalla según la encuesta realizada que el 91.30% equivalente a 21 colaboradores, consideran que la empresa si genera procesos de mejora continua mientras que el 8.70% equivalente a 2 colaboradores considera que no genera procesos de mejora continua.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Competitividad

1° objetivo específico Describir las ventajas competitivas en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018.

Dimensión ventajas competitivas.

En la tabla N° 1 denominada “Valor al cliente” se puede explicar que el 100% (4) propietarios mencionan que sí establecen un énfasis sobre el valor al cliente, hecho que guarda relación con Cabana; Gálvez & Muñoz (2015) el cual indica que al darle valor al cliente este será leal en cuanto a nivel de consumo, asimismo, la empresa debe generar gestiones proactivas y sistematizadas para la satisfacción del cliente. Del mismo modo, Garza (2014) menciona que el valor al cliente da referencia al grado de satisfacción que las empresas están dispuestas a lograr para con el cliente. Asimismo, a través de este se puede tomar conocimientos de que estrategias de marketing se va a utilizar para la captación de los mismos.

En la tabla N° 2 denominada “calidad del producto” se puede explicar que el 100% (4) propietarios mencionan que el producto o servicio que brinda es de calidad, hecho que concuerda con Velázquez (2018) el cual menciona que el 83.33% de sus productos son de calidad, asimismo, esto indica que teniendo un producto de calidad va atraer la atención del público, esto genera beneficio a la organización. Del mismo modo, Garza (2014) menciona que la calidad del producto se mide a través de estándares de calidad, asimismo, para una

mejor percepción de calidad es observando la aceptación del público por este, la fijación del bien o servicio en la mente del consumidor constituye en cierto modo una mejor calidad.

En la tabla N° 3 denominada “contrato de distribución” en la encuesta realizada nos detalla que el 75% (3) propietarios mantienen contratos de distribución con otras organizaciones, hecho que discrepa con Caro & Gonzales (2016) los cuales mencionan que los restaurantes no poseen contratos de distribución, esto hace que malgasten el tiempo en contactar proveedores y también dinero por las adquisiciones. Asimismo, Garza (2014) menciona que los contratos de distribución son tipos de documentos los cuales regulan la actividad comercial, entre dos empresas para intercambiar un bien o servicio por una determinada suma de dinero.

En la tabla N° 4 denominada “Buena reputación” se determina según las encuestas que el 100% (4) propietarios considera que la empresa tiene una buena reputación, hecho que guarda relación con Fuentes (2013) el cual señala que una ventaja competitiva es tener una buena reputación, esta se obtiene por varios ítems, sin embargo, los más destacados es la posesión de recursos y además las habilidades superiores. Asimismo, Garza (2014) menciona que las empresas se constituyen de una mejor manera cuando tienen una buena reputación o aceptación. De modo que, esta ventaja contribuye en cuanto a ganancias se refiere ya que las tasas de asistencia por una mejor percepción serán elevadas.

En la tabla N° 5 denominada “Técnicas de producción de bajo costo” en la encuesta realizada detalla que el 50% (2) propietarios establecen técnicas de producción de bajo costo, hecho que discrepa con Caro & Gonzales (2016) menciona que en las Mype estudiadas no

muestran técnicas de producción para decir costos, ya que servicios básicos como el agua y la luz son mal utilizadas generando costos innecesarios y además perjudica el medio ambiente. Del mismo modo, Garza (2014) determina que utilizar técnicas las cuales están enfocadas en reducir costos, es de gran importancia, ya que el déficit de la empresa sería menor, obteniendo el mismo producto y recibiendo mayores ganancias en general.

En la tabla N° 6 denominada “posesión de patentes” se determinó según los encuestados que el 100% (4) propietarios establecen posesión de patentes en su empresa, hecho que guarda relación con Velásquez (2018) el cual menciona que es 100% de las Mype en su estudio están formalizadas, esto da a conocer que si mantiene una posesión de patentes a nombre de los propietarios. Asimismo, Garza (2014) menciona que se determina posesión de patentes a los bienes que le pertenecen a la empresa de acuerdo a ley.

Tabla N° 7 denominada “Monopolio de acuerdo al gobierno” en la encuesta realizada detalla que el 75% (3) propietarios, no considera una ventaja competitiva el monopolio de acuerdo al gobierno, hecho que guarda relación con Caro & Gonzales (2016) mencionan que los propietarios de las Mype en sus estudios no conocen las políticas que establece el estado, esto quiere decir que el monopolio de acuerdo al gobierno no lo consideran como una ventaja competitiva. Asimismo, Garza (2014) menciona que el monopolio de acuerdo al gobierno consiste en posicionarse de tal manera que en el rubro no exista ningún otro ofertante, de manera lícita de acuerdo a las patentes impuestas por el estado.

En la tabla N° 8 denominada “personal calificado” en la encuesta realizada detalla que el 50% (2) propietarios establecen que dentro de la organización mantienen personal

calificado, este hecho es comparable con Caro & Gonzales (2016) los cuales establecen que en sus Mype cerca del 80% de sus colaboradores están capacitados esto hace que mantenga un personal calificado para la atención al cliente y en la parte de producción. Asimismo, Garza (2014) menciona que teniendo un personal altamente calificado es una de las principales formas para lograr competitividad ya que se va a generar mayores actividades de producción en beneficio del cliente y empresa.

2° Objetivo específico Reconocer las estrategias competitivas en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018.

Dimensión Estrategias Competitivas

En la tabla N° 9 denominada “Crear una experiencia inigualable” se determinó según los encuestados que el 100% equivalente a 4 propietarios consideran que dentro de la organización se crea una experiencia inigualable para el consumidor, hecho que guarda relación con Fuentes (2014) el cual menciona que se debe tomar importancia a los recursos intangibles, esto cabe señalar que, al crear una buena experiencia dentro de los establecimientos, los clientes concurrirán consecutivamente generando actividad dentro de la organización. Asimismo, Matas (2014) menciona que al crear una experiencia inigualable para el consumidor se realiza una estrategia la cual ya está establecida en grandes franquicias, los cuales están basadas en dar un servicio personalizado al cliente, es una de la más efectivas ya que el consumidor va a sentir satisfacción e incluso puede pagar más por el bien o servicio que se le está brindando.

En la tabla N° 10 denominada “Reinvertir en el modelo de negocio” se determinó según los encuestados que el 100% (4) propietarios consideran una estrategia competitiva dentro de la organización reinvertir en su modelo de negocio, hecho que guarda relación con Garrido (2017) el cual menciona que se le tiene que dar prioridad a la gestión financiera, determinando que se debe invertir en el modelo de negocio para que este sea prospero. Asimismo, Matas (2014) menciona que existen ocasiones en las organizaciones las cuales se concentran en mejorar con constantemente el producto o servicio y no logran los objetivos requeridos, sin embargo, tenemos que observar nuestra entidad desde otro punto de vista y enfocarnos que, en vez de hacerlo mejor, se tiene que hacer diferente.

En la tabla N° 11 denominada “Maximizar la calidad” se determinó según los encuestados que el 100% (4) propietarios consideran que dentro de la organización si existen prácticas para maximizar la calidad, hecho que guarda relación con Cabana; Gálvez & Muñoz (2015) el cual menciona que es suma relevancia la calidad de servicio ya que esto genera satisfacción al cliente, además de lograr vínculos relacionados con estos. Asimismo, Matas (2014) menciona que cuando se maximiza la calidad, el cliente se va a sentir atraído por esta estrategia, de tal manera que la empresa se posicionara en la mentalidad del consumidor y próximamente fidelizarse con la empresa.

En la tabla N° 12 denominada “Identificar un nicho de mercado” se determinó según la encuesta realizada que el 75% (3) propietarios determinan que no consideran a su negocio como nicho de mercado, hecho que guarda relación con Velázquez (2018) el cual menciona en las conclusiones de su tesis que dentro del área geográfica y de acuerdo al rubro restaurantes considera que este modelo de negocio no es un niño de mercado ya que existen

18 restaurantes dentro de su área. Del mismo modo, Matas (2014) menciona que esta estrategia aun no es explotada en su totalidad, las empresas solo se concentran en vender lo mismo en un lugar establecido por muchas industrias, sin embargo, buscar un nicho de mercado es generar ventas ya que no existe competencia y además los usuarios requieren del producto.

En la tabla N° 13 denominada “Innovación” se determinó según los encuestados que el 100% (4) propietarios consideran que en la organización establecen la innovación como parte de estrategia competitiva, hecho que guarda relación con Cabana; Gálvez & Muñoz (2015) el cual determina que crear estrategias innovadoras como fidelizar al cliente es una de las herramientas fundamentales ya que se captará un gran prospecto. Asimismo, Matas (2014) menciona que la innovación es clave para alcanzar el éxito empresarial, sabemos que en el entorno es constantemente cambiante, por ello se necesitan productos innovadores los cuales generen atracción por parte de los usuarios, esta es una ventaja competitiva considerable y efectiva.

En la tabla N° 14 denominada “Diseño” en la encuesta realizada detalla que el 75% (3) propietarios, no considera que en la empresa diseñan modelos de servicio para atraer al cliente, hecho que discrepa con Peña (2016) el cual menciona que más le da énfasis a la capacitación y no directamente a diseñar un modelo de servicio para poder atraer al cliente. Asimismo, Matas (2014) menciona que muchas de las grandes empresas como Apple tienen esta estrategia muy presente, ya que constantemente están diseñando un mejor producto el cual capta la atención de las personas, el diseño es de gran importancia ya que genera expectativa y sobre todo consumismo en los usuarios.

3° Objetivo específico Identificar los factores de la gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018.

Dimensión Factores

En la tabla N° 15 denominada “Visión sistemática” se detalla según la encuesta realizada que el 69.57% (16) colaboradores considera que sí existe una visión sistemática dentro de la empresa, hecho que discrepa con Ruiz (2014) el cual menciona que las Mype en su estudio no muestran una visión sistemática las cual ayude a alcanzar los objetivos. Asimismo, Bolaños & Baquerizo (2018) menciona que la visión sistemática determina al conjunto de procesos interrelacionados los cuales constituyen un fin específico, todas las partes de una empresa tienen que estar conectadas para que puedan funcionar a un mismo nivel y de la mejor manera.

En la tabla N° 16 denominada “Satisfacción al cliente” se detalla según la encuesta que el 100% (23) colaboradores considera que dentro de la empresa si existe un énfasis para satisfacer a los clientes, hecho que guarda relación con Guzmán; Jiménez & Lara (2015) el cual menciona que brindando un servicio de calidad se satisface las necesidades del cliente y eso es lo primordial. Asimismo, Bolaños & Baquerizo (2018) determina que unos de los instrumentos para medir la gestión de calidad, es observar si el cliente está satisfecho con el bien o servicio ofrecido.

En la tabla N° 17 denominada “Eficiencia” se detalla según la encuesta realizada que el 78.26% (18) colaboradores considera que la organización es eficiente, hecho que guarda

relación con Ruiz (2014) el cual menciona que en la eficiencia es fundamental en cada uno de los procesos que se realiza dentro de la organización en áreas como administración, producción y servicio. Asimismo, Bolaños & Baquerizo (2018) menciona que cuando una organización es más eficiente, haciendo una buena utilización de los recursos a través de procesos, esta se vuelve mejor cada día, ya que una buena gestión de recursos es una de las primeras claves para una buena gestión de calidad.

En la tabla N° 18 denominada “Planeamiento estratégico” se detalla según la encuesta realizada que el 56.62% (13) colaboradores considera que dentro de la organización si existe un planeamiento estratégico, hecho que discrepa con Centurión (2015) el cual menciona que dentro de sus Mype no existe un planeamiento estratégico. Del mismo modo, Bolaños & Baquerizo (2018) menciona que dentro de una organización este factor es primordial, ya que constituyendo un plan estratégico podemos maximizar las actividades de producción, además, permite identificar de mejor manera MOF de una organización.

En la tabla N° 19 denominada “Dirección” se detalla según la encuesta realizada que el 78.26% (18) colaboradores considera que quien dirige la empresa si muestra liderazgo, hecho que discrepa con Ruiz (2014) el cual menciona que la parte de gerencia o directiva se tienen que someter a procesos de capacitación para mejorar sobre todo el liderazgo impuesto. Asimismo, Bolaños & Baquerizo (2018) menciona que en la alta dirección se debe demostrar liderazgo en cuanto a ejecución de procesos que se dan en la organización, asimismo, si dentro de la alta dirección existen objetivos trazados involucrando a todo el personal cumpliendo estándares de calidad, este tendrá muchas más posibilidades de éxito.

En la tabla N° 20 denominada “Compromiso con el personal” se detalla según la encuesta realizada que el 78.26% (18) colaboradores considera que en la organización si existe compromiso con el personal, hecho que guarda relación con Centurión (2015) el cual menciona que sí existe compromiso con el personal, del mismo modo, los capacitan constantemente y estos responder de acuerdo a lo que se le brinda. Asimismo, Bolaños & Baquerizo (2018) menciona que el personal es la parte principal de un sistema de gestión de calidad, ya que ellos ocupan los cargos de producción dentro de la organización, al establecer un sistema de gestión de calidad y educando al personal, estos contribuirán confeccionando un excelente producto o brindando un buen servicio, en beneficio del cliente.

En la tabla N° 21 denominada “Competencia dentro de la organización” se detalla según la encuesta realizada que el 56.52% (13) colaboradores, considera que no existe la competencia del talento humano dentro de la empresa, hecho que guarda relación con Cortez & Cholán (2014) el cual menciona que genera competitividad dentro y fuera, tanto entre sus colaboradores para estos sean mejores y también en cuanto a sus precios y sus productos. Del mismo modo, Bolaños & Baquerizo (2018) menciona que la competencia del talento humano dentro de una organización es de gran utilidad, ya que ellos son los encargados de producir los productos, al generar competitividad aumento la calidad y sobre todo la capacidad de crear e innovar, asimismo, reduce despidos lo que genera reducción de costos por contratación.

En la tabla N° 22 denominada “Empoderamiento” se detalla según la encuesta realizada que el 73.91% (17) colaboradores, considera que dentro de la empresa no existe el empoderamiento del personal, hecho que discrepa con Centurión (2015) el cual menciona

que sí empoderan a sus colaboradores brindando capacitación y otorgando la confianza respectiva, respetando los parámetros laborales. Del mismo modo, Bolaños & Baquerizo (2018) define como la capacidad del individuo para tener control de su ambiente, asimismo, este se esforzará por ser mejor y tener más responsabilidad lo cual lo hace más competitivo y autosuficiente de sus actividades.

4° Objetivo específico Comprender los elementos de la gestión de calidad en las Mype rubro resobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, año 2018.

Dimensión Elementos

En la tabla N° 23 denominada “Reducir riesgos” se detalla según la encuesta realizada que el 69.57% (16) colaboradores considera que sí existe un sistema de manejo de riesgos en la organización, hecho que discrepa con Ruiz (2014) el cual da a conocer que se le da más énfasis al ámbito de producción y servicio, sin embargo, no establecen un plan para la reducción de riesgos. Asimismo, ISO 9001: 2015 (2018) este se mide este se mide a través de sistema de evaluación de los riesgos.

En la tabla N° 24 denominada “Establecer la dirección” se detalla según la encuesta realizada que el 82.61% (19) colaboradores si considera que un excelente trabajo por parte de la dirección, hecho que guarda relación con Sánchez; Erazo; Casariego & Encinas (2015) el cual menciona que la dirección y gerencia buscan primordialmente el éxito de su organización. Asimismo, ISO 9001: 2015 (2018) determina que, para realizar un adecuado sistema de gestión de calidad, se identificar primero cual es la dirección que se quiere tomar

para encaminar la empresa. De esta forma, los trabajadores estarán identificados con los objetivos trazados.

En la tabla N° 25 denominada “objetivos claros” se detalla según la encuesta realizada que el 60.87% (14) colaboradores si considera que sí existen objetivos claros dentro de la organización, hecho que guarda relación con Ruiz (2014) el cual menciona que con un proceso de calidad total se podrá lograr los objetivos que toda organización de este rubro requiere. Del mismo modo, ISO 9001: 2015 (2018) determina que, dentro de una organización se deben diseñar objetivos, de esta manera se planificaría el proceso que se requiere seguir enfatizado en gestión de calidad.

En la tabla N° 26 denominada “comunicación interna” se detalla según la encuesta realizada que el 91.30% (21) colaboradores considera que dentro de la organización si existe una comunicación entre colaboradores y propietarios, hecho que guarda relación con centurión (2015) el cual menciona que si existe dentro la organización la comunicación, esta se da a través de las capacitaciones y sobre el aporte para la atención de los clientes, del mismo modo, existe buena relación entre los colaboradores y propietarios. Asimismo, ISO 9001: 2015 (2018) establece que este elemento es fundamental, ya que con comunicación se pueden identificar cómo va el manejo de actividades, asimismo, si existe algún problema y su posible solución.

En la tabla N° 27 denominada “Sistema de control” detalla según la encuesta que el 100% (23) colaboradores considera que dentro de la organización si está establecido un sistema de control, hecho que guarda relación con Guzmán; Jiménez & Lara (2015) el cual

menciona que existe procesos administrativos como sistemas de control en áreas como cocina, atención al cliente, entre otras. Asimismo, ISO 9001: 2015 (2018) establece es fundamental implantar un sistema de control, para identificar como están los procesos continuamente, además, identificar si los objetivos se están cumpliendo.

En la tabla N° 28 denominada “proceso de mejora” se detalla según la encuesta realizada que el 91.30% (21) colaboradores, consideran que la empresa si genera procesos de mejora continua, hecho que guarda relación Ruiz (2014) el cual menciona que mantienen planes establecidos sobre procesos de mejora continua dentro de la organización con el objetivo de desarrollarse y ser competitivos. Del mismo modo, ISO 9001: 2015 (2018) determina que los procesos de mejora se tienen que establecer dentro de la organización, implantándose como objetivos para seguir desarrollándose como empresa.

VI. CONCLUSIONES

Las características que se determinaron dentro de las Mype en cuanto a competitividad y gestión de calidad principalmente se le da valor al cliente, existe calidad de producto, como también se reinvierte en el modelo negocio, del mismo modo se maximiza la calidad en varios ámbitos con la finalidad de satisfacer al cliente y siempre teniendo en cuenta un sistema de control predeterminado.

Las principales ventajas competitivas que poseen las Mype en estudio es el darle valor al cliente, asimismo mantienen una buena reputación, existe calidad en sus productos y sobre todo mantienen posesión de patentes, del mismo modo, todas estas ventajas hacen que las Mype de este rubro estén en constante desarrollo.

Las estrategias competitivas conocidas son crear una experiencia inigualable, asimismo, reinvierten en el modelo de negocio, maximizan la calidad y sobre todo mantienen la innovación en cuanto a los productos brindados como también a la atención ofrecida.

Los factores de gestión de calidad identificados dentro de las Mype en estudio es principalmente la satisfacción al cliente, así como también existe eficiencia en la organización y sobre todo la dirección realiza un buen trabajo, sin embargo, existe un índice muy bajo de empoderamiento del personal por parte de los propietarios.

Los elementos de gestión de calidad identificados en las Mype son la comunicación interna por parte de los propietarios hacia los colaboradores, asimismo, mantienen un sistema de control de control de riesgos y finalmente tienen establecidos procesos de mejora continua dentro de la organización.

RECOMENDACIONES

Dentro de las Mype se debe mejorar la información de acuerdo a lo que determina el gobierno en cuanto a su rubro, asimismo, deben diseñar mejores modelos de servicio, como también capacitar de manera constante a su personal.

En el marco de las ventajas, deben darles más énfasis a las técnicas de producción de bajo costo, así como también informarse de acuerdo al monopolio impuesto al gobierno y contratar a un personal más calificado en cuanto a niveles de producción como de atención al cliente.

En cuanto a estrategias, los propietarios deben buscar nichos de mercados en donde posicionarse para tener más acogida del público, asimismo, deben diseñar modelos de servicio al cliente, con la finalidad de brindar una mejor atención y el usuario se sienta satisfecho en general.

Dentro de los factores, deben empoderar más a sus colaboradores, del mismo modo, debe existir la competencia racional dentro de la organización con el objetivo de ser mejores constantemente, asimismo, mejorar el planeamiento estratégico que poseen las organizaciones.

El elemento principal que se debe reforzar dentro de las Mype es tener los objetivos claros hacia donde quieren llegar o si desean evolucionar como empresa, esto es de gran importancia para realizar procesos de mejora continua dentro de la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Bolaños, A. & Baquerizo, M. (2018) Factores claves del éxito de las organizaciones que han adoptado la norma ISO 9001. Universidad de Guayaquil. Obtenido de: <file:///C:/Users/Yasmani%20Lopez/Downloads/Dialnet-FactoresClavesDelExitoDeLasOrganizacionesQueHanAdo-6324897.pdf>
- Cabanillas Condezo, M. R., & Cieza Esteban, A. A. (2018). Factores sociales y culturales que influyen en la contratación de seguros patrimoniales para la prevención de riesgos de las micro y pequeñas empresas (Mypes) en la ciudad de Lima. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. Extraído de: <https://doi.org/10.19083/tesis/624735>
- Cabana, S., Gálvez, P. & Muñoz, C. (2015) Variables críticas en las ventajas competitivas de restaurantes gourmet, La Serena, Chile. Universidad de La Serena, La Serena (Chile). Extraído de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v31n54/v31n54a07.pdf>
- Cabrera, A. Lopez, P. & Ramírez, C. (2011) La Competitividad Empresarial: Un Marco Conceptual Para Su Estudio. Extraído de: https://www.researchgate.net/publication/256014318_La_Competitividad_EmpresarialUn_Marco_Conceptual_Para_Su_Estudio_Corporate_competitiveness_a_conceptual_framework_for_its_study
- Castro, N., & García, S. (2018). Principios éticos rectores de las investigaciones de tercer nivel o grado académico en Ciencias Médicas. Revista Cubana de Educación Médica Superior., 12. Obtenido de http://scielo.sld.cu/pdf/ems/v32n2/a26_1220.pdf

- Carrillo, A. (2015) Población y Muestra. Universidad Autónoma del Estado de México. México. Obtenido de: <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Caro, G, & Gonzales, F. (2016). “Nivel De Competitividad De Los Restaurantes De 3 Tenedores De La Ciudad De Trujillo En El Año 2016”. Universidad Privada Del Norte, Trujillo. Obtenido de: <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10002/Caro%20Casta%20Bleda%20Gabriela%20%20Gonzales%20Zavala%20Fiorella.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Centurión, R. (2015) “Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del santa”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú). Obtenido de: <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/829>
- Cieza, A, & Cabanillas, M. (2018). Factores sociales y culturales que influyen en la contratación de seguros patrimoniales para la prevención de riesgos de las micro y pequeñas empresas (Mypes) en la ciudad de Lima. Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas, Lima
- Cortez, S. & Cholán, A. (2014) “Estrategias de calidad como instrumento para el desarrollo de la competitividad de las micro y pequeñas empresas de Trujillo”. Universidad Nacional de Trujillo (Perú). Obtenido de: <file:///C:/Users/Yasmani%20Lopez/Downloads/804-1958-1-PB.pdf>

Diario El Peruano. (2018). Gobierno ratifica apoyo a las mypes. El Peruano. Extraído de:
<https://elperuano.pe/noticia-gobierno-ratifica-apoyo-a-mypes-66377.aspx>

Diario Gestión. (2018). Las mypes y las TIC: mitos y verdades sobre su uso y efectos para las empresas. Gestion. Recuperado el 6 de Mayo de 2019, de Gestion:
<https://gestion.pe/tecnologia/mypes-tic-mitos-verdades-efectos-empresas-233245-noticia/>

Diario Gestión (2018) Gestión ambiental en las empresas, una nueva tendencia. Gestió.
Extraído de: <https://gestion.pe/economia/empresas/gestion-ambiental-empresas-nueva-tendencia-111130-noticia/>

Escuela Europea De Excelencia. (10 de Julio de 2018). Escuela Europea De Excelencia.
Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de Escuela Europea De Excelencia:
<https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/07/conoce-conceptos-basicos-gestion-de-calidad/>

Ferrero, A. (2015). Estabilidad política y económica en Perú. Obtenido de Análisis & Opinión. América Economía.: <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/estabilidad-politica-y-economica-en-peru>

Fuentes. M, (2014) Aproximación a los factores determinantes de la competitividad de la empresa de distribución comercial. Universidad de La Laguna de España. España.
Extraído de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=39584>

García, E. (2016) Competitividad en el Perú: Diagnóstico, sectores a priorizar y lineamientos a seguir para el período 2011-2016. Universidad del Pacifico. Perú. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/5118/511851326002.pdf>

Garrido, E. (2017). Factores de competitividad de las pymes andaluzas. Universidad de Huelva. Huelva. Obtenido de: http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/15398/Factores_de_competitividad.pdf?sequence=2

Garza, E. (2014). Estrategias y ventajas competitivas. Gestipolis. Recuperado el 6 de Mayo de 2019, de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/estrategias-y-ventajas-competitivas/>

Godos, P. (2018). “Caracterización De La Competitividad Y Gestión De Calidad De Las Mype Rubro Restaurantes De La Ciudad De Talara, Año 2018”. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Piura-Perú. Obtenido de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7548/COMPETITIVIDAD_RESTAURANTE_GODOS_SANCHEZ_PABLO_ALEXIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gonzales, I. (2018). Caracterización de la competitividad y calidad de servicio en las Mype comerciales rubro abarrotes de Castilla, Año 2018. Piura, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6260/COMPETITIVI>

DAD_CALIDAD_DE_SERVICIO_GONZALES_CARRION_INGRID_FIORELL
A.pdf?sequence=1&isAllowed=y

González, Ó. C., & Arciniegas, J. A. (2015). *Sistemas de Gestión de calidad*. Eco Edición. Recuperado el 24 de Mayo de 2019, de Eco Edición, Extraído de: <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/09/Sistemas-de-gestio%CC%81n-de-calidad-1ra-Edicio%CC%81n.pdf>

Gordon, D. (2014) *Competencia Empresarial*. Corporación Educativa Colegio Británico de Cartagena. Extraído de: <https://docplayer.es/30844921-Competencia-empresarial-dayana-gordon-bustamante.html>

Guzmán, C., Jiménez, G. & Lara, R. (2008). “Diseño De Un Sistema De Gestión De Calidad Para Los Restaurantes De La Zona Del Puerto De La Libertad”. Universidad De El Salvador. La Libertad - Perú. Obtenido de: http://ri.ues.edu.sv/1930/1/Dise%C3%B1o_de_un_sistema_de_gestion_de_calidad_para_los_restaurantes_de_la_zona_del_puerto_de_La_Libertad.pdf

Hernández, H., Barrios, I. & Martínez, D. (2018). *Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones*. Universidad Libre Colombia. Colombia. Extraído de: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/2130/1621>

Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp->

content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-
edicion.compressed.pdf

Hernández, R. (2015). *Gestión Y Planificación De Rutas Turísticas Gastronómicas: Estudio De Caso En La Provincia De Córdoba*. Universidad De Córdoba. Córdoba - España.

Extraído de:
<https://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/13107/2015000001211.pdf?sequence=1>

Ibarra, M. Gonzales, L. & Demuner, M. (2017). *Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California*. Universidad Autónoma de Baja California. Obtenido de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>

ISO 9001. (2015). *Nueva ISO 9001: 2015*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/02/cumplir-sistema-de-gestion-de-calidad/>

ISO 9001 - 2015 (2018) ¿Conoce los conceptos básicos de la gestión de calidad? Obtenido de: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/07/conoce-conceptos-basicos-gestion-de-calidad/>

Lingan, J. (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de la mypes del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Distrito de Tumbes, 2018*. Tumbes, Perú: Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8199/COMPETITIVI>

DAD_Y_GESTI%C3%93N_DE_CALIDAD_DE_LAS_MYPES_LINGAN_CALD
ER%C3%93N_JUNIOR_MIGUEL%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lizarzaburu, E. (2015). La Gestión De La Calidad En Perú: Un Estudio De La Norma Iso 9001, Sus Beneficios Y Los Principales Cambios En La Versión 2015. Universidad Del Rosario Colombia. Colombia. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187244133006.pdf>

Matas, R. (2014). Estrategia competitiva. Gestipolis. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/estrategia-competitiva/>

Medina, K. (2018). Caracterización De Competitividad Y Gestión De Calidad De Las Mype Sector Servicio Gastronómico Rubro Restaurantes Comida Marina, Talara, Año 2018. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Piura-Perú. Obtenido de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4504/COMPETITIVIDAD_Y_GESTION_DE_CALIDAD_MEDINA_VARGAS_%20KATHERINE_ULIETT.pdf?sequence=1&isAllowed=

Mi Empresa Propia (2016) Marco Legal e Institucional para las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú. Extraído de: <https://mep.pe/marco-legal-e-institucional-para-las-micro-y-pequeñas-empresas-en-el-peru/>

Milenio (2015) Competitividad, concepto e importancia. Extraído de: <https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>

- Montalbán, F. (2018). Caracterización De La Gestión De Calidad Y La Competitividad En Las Mype Rubro Restaurantes Del AA.HH. Almirante Miguel Grau-Piura Año 2018. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Piura-Perú. Obtenido de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7870/COMPETITIVIDAD_MYPE_MONTALBAN_RAMOS_FRANK_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. Ternuco, Chile: Universidad de la Frontera. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Peña, M. (2016). Caracterización De La Capacitación Y Competitividad En Las Mype, Rubro Restaurantes Vegetarianos Del Centro De Piura, Año 2016. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Piura-Perú. Obtenido de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1051/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_PENA_LIZANO_MERCEDES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ruiz, (2014) Diseño de un modelo de gestión de calidad basada en la NTC ISO 6001 para Mercado Santa Fe de Antioquía. Universidad de Medellín – Colombia. Obtenido de: <https://core.ac.uk/download/pdf/51195495.pdf>
- Rojas, P. & Sepúlveda. S. (2017) ¿Que es la competitividad? Extraído de: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan038655.pdf>

Rupay, Y. (2017). Caracterización De La Competitividad Bajo El Enfoque De Estrategias De Diferenciación En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios – Rubro Restaurantes De Dos Tenedores De La Ciudad De Carhuaz, 2015. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Huaraz. Obtenido de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4967/MYPE_COMPETITIVIDAD_RUPAY_LLANQUE_YESICA_NORMA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez, G. Erazo, A. Casariego, M. & Encinas, R. (2015) “Gestión de Calidad del Sector de Restaurantes en Lima Metropolitana”. Pontifica Universidad Católica del Perú. Obtenido de: file:///C:/Users/Yasmani%20Lopez/Downloads/SANCHEZ_ERAZO_CALIDAD_RESTAURANTES_LIMA.pdf

SUNAT (2018) Régimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa. Extraído de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

Segundo R. (2015). Variables críticas en las ventajas competitivas de restaurantes gourmet, La Serena, Chile. Universidad de la Serena.

Suluco, A. (2016). Caracterización De La Competitividad Y El Kaizen En Las Mype Rubro Restaurantes, De La Urbanización Los Rosales – Piura, Año 2016. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Piura-Perú. Obtenido de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1033/COMPETITIVI>

DAD_KAIZEN_SULUCO_ROSAS_ANA%20_LUCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valdiviezo, K. (2018). Caracterización De La Competitividad Y Calidad De Atención Al Cliente En Las Mype Rubro Restaurantes De La Urb. Santa Ana - Piura Año 2018. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Piura-Perú. Obtenido de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5833/CARACTERIZACION_COMPETITIVIDAD_KAROO_L_ALEXANDRA_VALDIVIEZO_ROBLADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Velásquez. L. (2019). La Competitividad En Las Mypes Del Sector Servicio – Rubro Restaurantes De La Av. Perú, Distrito De San Martín De Porres, Lima 2018. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Lima. Obtenido de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11208/EMPRESA_COMPETITIVIDAD_VELASQUEZ_ROJAS_LAURA_ROSARIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

ANEXO 01: ESQUEMA DE PRESUPUESTO

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.10	100	10.00
• Fotocopias	0.10	100	10.00
• Empastado	50.00	2	100.00
• Hojas bond A-4	0.10	50	5.00
• Lapiceros	0.80	3	2.40
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
• Internet	50.00	16	800.00
Sub total			1027.40
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	20.00	5	100.00
Sub total			100.00
Total de presupuesto desembolsable			1127.40
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			1779.40

6. ¿Considera usted que en la organización existe compromiso con el personal?

a) Si

b) No

7. ¿Existe la competencia del talento humano dentro de la empresa?

a) Si

b) No

8. ¿Dentro de la empresa existe el empoderamiento del personal?

a) Si

b) No

9. ¿Existe un sistema de manejo de riesgos en la organización?

a) Si

b) No

10. ¿Considera un excelente trabajo por parte de la dirección?

a) Si

b) No

11. ¿Cree usted que existen objetivos claros dentro de la organización?

a) Si

b) No

12. ¿Dentro de la organización existe una comunicación entre colaboradores y propietarios?

a) Si

b) No

13. ¿Dentro de la organización está establecido un sistema de control?

a) Si

b) No

14. ¿La empresa genera procesos de mejora continua?

a) Si

b) No

ANEXO 03: VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Victor Helio Paturo Muro identificado con DNI N° 02860873 con el grado de: Magister en Administración

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos encuesta, elaborada por Ruben Yasmani López Castro, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación titulado “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, Año 2018” que se encuentra realizando.

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

Piura 13 de junio 2019.


Mg. VICTOR HELIO PATURO MUR
RUP

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	ITEMS relacionados con la variable competitividad	¿Es perteneciente con el contenido?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Dentro de su organización establecen un énfasis sobre el valor al cliente?	X			X		X		X
2	¿Cree usted que el producto y servicio que brinda es de calidad?	X			X		X		X
3	¿Mantienen contratos de distribución con otras organizaciones?	X			X		X		X
4	¿Considera usted que la empresa genera una buena reputación?			X			X		X
5	¿Dentro de la organización establecen técnicas de producción de bajo costo?	X			X		X		X
6	¿Usted establece la posesión de patentes de su empresa?	X			X		X		X
7	¿Considera una ventaja competitiva para la empresa el monopolio de acuerdo al gobierno?	X			X		X		X
8	¿Dentro de la organización mantiene un personal calificado?	X			X		X		X
9	¿Considera que dentro de la organización se crea una experiencia inigualable para el consumidor?	X			X		X		X
10	¿Considera una estrategia competitiva dentro de la organización reinvertir en su modelo de negocio?	X			X		X		X
11	¿Dentro de la organización existen prácticas para maximizar la calidad?	X			X		X		X
12	¿Considera el modelo de su negocio como nicho de mercado?	X			X		X		X
13	¿En la organización establecen la innovación como parte de estrategia competitiva?	X			X		X		X
14	¿En la empresa diseñan modelos de servicio para atraer al cliente?	X			X		X		X


Victor Helio Patiño H.
 RUC: 01 123456789

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIOS POR EXPERTOS									
Orden	ITEMS relacionados con la variable Gestión de calidad.	¿Es pertinente con el contenido?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Existe una visión sistemática dentro de la empresa?	X			X		X		X
2	¿Cree usted que dentro de la empresa existe un énfasis para satisfacer a los clientes?	X			o		X		o
3	¿Cree usted que la organización es eficiente?	X			o		X		X
4	¿Considera usted que dentro de la organización existe un planeamiento estratégico?	X			X		X		o
5	¿Cree usted que quien dirige la empresa muestra liderazgo?	X			X		X		o
6	¿Considera usted que en la organización existe compromiso con el personal?	o			o		X		o
7	¿Existe la competencia del talento humano dentro de la empresa?	o			X		X		X
8	¿Dentro de la empresa existe el empoderamiento del personal?	o			X		X		o
9	¿Existe un sistema de manejo de riesgos en la organización?	o			o		X		o
10	¿Considera un excelente trabajo por parte de la dirección?	o			o		X		o
11	¿Cree usted que existen objetivos claros dentro de la organización?	X			o		o		X
12	¿Dentro de la organización existe una comunicación entre colaboradores y propietarios?	o			X		o		o
13	¿Dentro de la organización está establecido un sistema de control?	o			X		X		X
14	¿La empresa genera procesos de mejora continua?	o			X		X		X



 CLAD

 Mg. VICTOR HELIO RATING MÓN

 RUC: 01202001



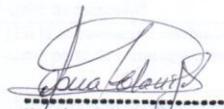
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Héctor Orlando Arica Clavijo identificado con DNI N°
02786302 con el grado de: MAESTRO EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos encuesta, elaborada por Ruben Yasmani López Castro, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación titulado "Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, Año 2018" que se encuentra realizando.

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

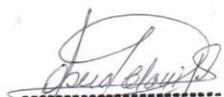
Piura 13 de JUNIO 2019.


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	ITEMS relacionados con la variable competitividad	¿Es perteneciente con el contenido?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Dentro de su organización establecen un énfasis sobre el valor al cliente?	✓			✓		✓		✓
2	¿Cree usted que el producto y servicio que brinda es de calidad?	✓			✓		✓		✓
3	¿Mantienen contratos de distribución con otras organizaciones?	✓			✓		✓		✓
4	¿Considera usted que la empresa genera una buena reputación?	✓			✓		✓		✓
5	¿Dentro de la organización establecen técnicas de producción de bajo costo?	✓			✓		✓		✓
6	¿Usted establece la posesión de patentes de su empresa?	✓			✓		✓		✓
7	¿Considera una ventaja competitiva para la empresa el monopolio de acuerdo al gobierno?	✓			✓		✓		✓
8	¿Dentro de la organización mantiene un personal calificado?	✓			✓		✓		✓
9	¿Considera que dentro de la organización se crea una experiencia inigualable para el consumidor?	✓			✓		✓		✓
10	¿Considera una estrategia competitiva dentro de la organización reinvertir en su modelo de negocio?	✓			✓		✓		✓
11	¿Dentro de la organización existen prácticas para maximizar la calidad?	✓			✓		✓		✓
12	¿Considera el modelo de su negocio como nicho de mercado?	✓			✓		✓		✓
13	¿En la organización establecen la innovación como parte de estrategia competitiva?	✓			✓		✓		✓
14	¿En la empresa diseñan modelos de servicio para atraer al cliente?	✓			✓		✓		✓


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIOS POR EXPERTOS									
Orden	ITEMS relacionados con la variable Gestión de calidad.	¿Es perteneciente con el contenido?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Existe una visión sistemática dentro de la empresa?	✓			✓		✓		✓
2	¿Cree usted que dentro de la empresa existe un énfasis para satisfacer a los clientes?	✓			✓		✓		✓
3	¿Cree usted que la organización es eficiente?	✓			✓		✓		✓
4	¿Considera usted que dentro de la organización existe un planeamiento estratégico?	✓			✓		✓		✓
5	¿Cree usted que quien dirige la empresa muestra liderazgo?	✓			✓		✓		✓
6	¿Considera usted que en la organización existe compromiso con el personal?	✓			✓		✓		✓
7	¿Existe la competencia del talento humano dentro de la empresa?	✓			✓		✓		✓
8	¿Dentro de la empresa existe el empoderamiento del personal?	✓			✓		✓		✓
9	¿Existe un sistema de manejo de riesgos en la organización?	✓			✓		✓		✓
10	¿Considera un excelente trabajo por parte de la dirección?	✓			✓		✓		✓
11	¿Cree usted que existen objetivos claros dentro de la organización?	✓			✓		✓		✓
12	¿Dentro de la organización existe una comunicación entre colaboradores y propietarios?	✓			✓		✓		✓
13	¿Dentro de la organización está establecido un sistema de control?	✓			✓		✓		✓
14	¿La empresa genera procesos de mejora continua?	✓			✓		✓		✓


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo García Espinosa, Rubén identificado con DNI N°
02638937 con el grado de: Magister 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, elaborada por Ruben Yasmani López Castro, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación titulado "Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, Año 2018" que se encuentra realizando.

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

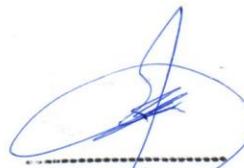
Piura 13 Junio 2019.

Lic. Adm. Antonia García Astomas
CLAD/03141

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	ITEMS relacionados con la variable competitividad	¿Es perteneciente con el contenido?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Dentro de su organización establecen un énfasis sobre el valor al cliente?	X			X		X		X
2	¿Cree usted que el producto y servicio que brinda es de calidad?	X			X		X		X
3	¿Mantienen contratos de distribución con otras organizaciones?	X			X		X		X
4	¿Considera usted que la empresa genera una buena reputación?	X			X		X		X
5	¿Dentro de la organización establecen técnicas de producción de bajo costo?	X			X		X		X
6	¿Usted establece la posesión de patentes de su empresa?	X			X		X		X
7	¿Considera una ventaja competitiva para la empresa el monopolio de acuerdo al gobierno?	X			X		X		X
8	¿Dentro de la organización mantiene un personal calificado?	X			X		X		X
9	¿Considera que dentro de la organización se crea una experiencia inigualable para el consumidor?	X			X		X		X
10	¿Considera una estrategia competitiva dentro de la organización reinvertir en su modelo de negocio?	X			X		X		X
11	¿Dentro de la organización existen prácticas para maximizar la calidad?	X			X		X		X
12	¿Considera el modelo de su negocio como nicho de mercado?	X			X		X		X
13	¿En la organización establecen la innovación como parte de estrategia competitiva?	X			X		X		X
14	¿En la empresa diseñan modelos de servicio para atraer al cliente?	X			X		X		X


 Lic. Adm. Anteziza García Arismendi
 CLAD. 03141

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIOS POR EXPERTOS									
Orden	ITEMS relacionados con la variable Gestión de calidad.	¿Es pertinente con el contenido?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Existe una visión sistemática dentro de la empresa?	X			X		X		X
2	¿Cree usted que dentro de la empresa existe un énfasis para satisfacer a los clientes?	X			X		X		X
3	¿Cree usted que la organización es eficiente?	X			X		X		X
4	¿Considera usted que dentro de la organización existe un planeamiento estratégico?	X			X		X		X
5	¿Cree usted que quien dirige la empresa muestra liderazgo?	X			X		X		X
6	¿Considera usted que en la organización existe compromiso con el personal?	X			X		X		X
7	¿Existe la competencia del talento humano dentro de la empresa?	X			X		X		X
8	¿Dentro de la empresa existe el empoderamiento del personal?	X			X		X		X
9	¿Existe un sistema de manejo de riesgos en la organización?	X			X		X		X
10	¿Considera un excelente trabajo por parte de la dirección?	X			X		X		X
11	¿Cree usted que existen objetivos claros dentro de la organización?	X			X		X		X
12	¿Dentro de la organización existe una comunicación entre colaboradores y propietarios?	X			X		X		X
13	¿Dentro de la organización está establecido un sistema de control?	X			X		X		X
14	¿La empresa genera procesos de mejora continua?	X			X		X		X


 Vig. Lic. Adm. Arzobispo García Arismendi
 CLAD. 03141

ANEXO 04: SOLICITUD A MYPE

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”

Piura 15 de junio del 2019

Señor (a):

Representante Legal de la Mype

Yo Ruben Yasmani López Castro, identificado con DNI N° 74746757, Estudiante del séptimo ciclo de la Escuela Profesional de Administración de la Asignatura de Taller de Investigación III en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH) con código N° 0811161079, ante usted, con el debido respeto me presento y expongo lo siguiente:

Que, concuro a su persona con la finalidad de solicitarle el permiso para realizar las encuestas para mi taller de investigación titulado “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, Año 2018.” Para de esta manera obtener mi grado de bachiller en administración.

Sin otro particular agradezco la atención brindada al presente, no sin antes expresarle mi consideración y estima personal.


Luis Roguel Benites
Camezden
DNI. 70039056


Ruben Yasmani Lopez Castro
DNI N° 74746757


DTI. ULADECH Sede Piura
Mg. Lic. Hector Ivan Pelaez C.

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”

Piura 15 de junio del 2019

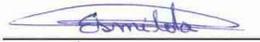
Señor (a):

Representante Legal de la Mype

Yo Ruben Yasmani López Castro, identificado con DNI N° 74746757, Estudiante del séptimo ciclo de la Escuela Profesional de Administración de la Asignatura de Taller de Investigación III en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH) con código N° 0811161079, ante usted, con el debido respeto me presento y expongo lo siguiente:

Que, concurro a su persona con la finalidad de solicitarle el permiso para realizar las encuestas para mi taller de investigación titulado “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, Año 2018.” Para de esta manera obtener mi grado de bachiller en administración.

Sin otro particular agradezco la atención brindada al presente, no sin antes expresarle mi consideración y estima personal.


Emilda Ruy Silva
4327 8565


Ruben Yasmani Lopez Castro
DNI N° 74746757


DTI. ULADECH Sede Piura
Mg. Lic. Hector Ivan Pelaez C.

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”

Piura 15 de junio del 2019

Señor (a):

Representante Legal de la Mype

Yo Ruben Yasmani López Castro, identificado con DNI N° 74746757, Estudiante del séptimo ciclo de la Escuela Profesional de Administración de la Asignatura de Taller de Investigación III en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH) con código N° 0811161079, ante usted, con el debido respeto me presento y expongo lo siguiente:

Que, concurro a su persona con la finalidad de solicitarle el permiso para realizar las encuestas para mi taller de investigación titulado “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, Año 2018.” Para de esta manera obtener mi grado de bachiller en administración.

Sin otro particular agradezco la atención brindada al presente, no sin antes expresarle mi consideración y estima personal.

 40981046 Doyler Colata Panizza	 Ruben Yasmani Lopez Castro DNI N° 74746757	 DTI. ULADECH Sede Piura Mg. Lic. Hector Yvan Pelaez C.
--	--	--

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”

Piura 15 de junio del 2019

Señor (a):

Representante Legal de la Mype

Yo Ruben Yasmani López Castro, identificado con DNI N° 74746757, Estudiante del séptimo ciclo de la Escuela Profesional de Administración de la Asignatura de Taller de Investigación III en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH) con código N° 0811161079, ante usted, con el debido respeto me presento y expongo lo siguiente:

Que, concuro a su persona con la finalidad de solicitarle el permiso para realizar las encuestas para mi taller de investigación titulado “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las Mype rubro restobar del distrito de Buenos Aires – Morropón, Año 2018.” Para de esta manera obtener mi grado de bachiller en administración.

Sin otro particular agradezco la atención brindada al presente, no sin antes expresarle mi consideración y estima personal.


Esmerita Guerrero Huaman.
DNI N° 80369358


Ruben Yasmani Lopez Castro
DNI N° 74746757


DTI. ULADECH Sede Piura
Mg. Lic. Hector Yvan Pelaez C.

ANEXO: 05 EVIDENCIAS FOTOGRAFICAS







