



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y LA  
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO  
RESTAURANTES DEL AA HH 1 DE JUNIO DE PAITA, AÑO  
2017**

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

**AUTORA:**

**ARISMENDIS PALOMINO, FIORELLA DE YANIRA  
ORCID ID: 0000-0002-5558-6761**

**ASESORA:**

**PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ  
ORCID ID: 0000-0001-8823-2655**

**PIURA – PERÚ  
2020**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Arismendis Palomino, Fiorella De Yanira

ORCID: 0000-0002-5558-6761

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

### **ASESOR**

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

### **JURADO**

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

## **JURADO EVALUADOR**

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas  
ORCID ID: 0000-0003-2027-6920  
Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro  
ORCID ID: 0000-0002-4650-4322  
Secretario

Lic. Maritza Chumacero Ancajima  
ORCID ID: 0000-0001-7372-741X  
Miembro

Dra. Mercedes R. Palacios de Briceño  
ORCID ID: 0000-0001-8823-2655  
Asesora

## **AGRADECIMIENTO**

A las MYPE del rubro restaurantes de Paíta por brindarme información y facilitarme la aplicación de las encuestas; asimismo a los profesores por que han sido mi guía durante mi formación académica.

## **DEDICATORIA**

A Dios por haberme dado las  
fuerzas de poder culminar mi  
carrera profesional.

A mis padres y hermanos por su apoyo  
incondicional para poder terminar mi  
carrera, y en memoria de aquellos seres  
queridos que siempre guardo en mi  
alma.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general describir las características de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes del AAHH 01 de Junio de Paita, en la metodología se tuvo una investigación descriptiva, cuantitativa de diseño no experimental y transversal. Se contó con 07 MYPE, con una muestra para ambas variables de 384 clientes, empleando la técnica de la encuesta y un cuestionario como instrumento estructurado validado por expertos. Dentro de las principales conclusiones se determinó que las ventajas competitivas de la MYPE rubro restaurantes del AAHH 01 de junio de Paita, se caracterizan en su mayoría por el reconocimiento de la marca, asimismo por contar con personal capacitado La caracterización de las estrategias competitivas indica que la mayoría de clientes considera una calidad de atención buena, también consideran que cuentan con precios competitivos. El nivel de gestión de calidad, señala que la mitad de los clientes consideran la mejora del servicio, la necesidad de contar con insumos de calidad, contar con mayor relación con los clientes, también mejorar los procesos de atención, poniendo mayor empeño en las tareas. Los factores determinantes de la gestión de calidad se caracterizan por contar con liderazgo, también la mitad de clientes requieren mayor disposición de ayuda, y mayor amabilidad en la atención, reforzando en la cooperación y trabajo mutuo.

**Palabras Clave:** Competitividad, gestión de calidad, MYPE, Restaurantes.

## ABSTRACT

The present research presented as a general objective to establish the characteristics of competitiveness and quality management of the MYPE of restaurants of the AAHH June 1, Paita, in the methodology had a descriptive, quantitative research of non-experimental and transversal design. There was a population of 04 MYPE, with a sample for both variables of 380 clients, using the technique of the survey and a questionnaire as a structured instrument validated by experts. Among the main conclusions, it was determined that the competitive advantages of the MYPE of the restaurants of the AAHH June 1, Paita, are characterized mainly by the recognition of the brand, also by having trained personnel. The characterization of the competitive strategies indicate that the majority of clients consider good quality of service, they also consider that they have competitive prices. The level of quality management, points out that half of the customers consider improving the service, the need to have quality inputs, have a greater relationship with customers, also improve the attention processes, putting more effort into the tasks. The determinants of quality management are characterized by having leadership, also half of clients require greater willingness to help, and greater kindness in care, reinforcing cooperation and mutual work.

**Keywords:** Competitiveness, quality management, MYPE, Restaurants.

## TABLA DE CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
JURADO EVALUADOR .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
TABLA DE CONTENIDO .....	viii
INDICE DE TABLAS .....	x
2.2.1 INTRODUCCIÓN.....	1
2.2.2 REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
2.1 Antecedentes.....	11
2.1.1 Variable Competitividad .....	11
2.1.2 Variable Gestión de calidad.....	17
2.2 Bases teóricas.....	27
2.2.1 Teoría de Competitividad.....	27
2.2.2 Teoría de Gestión de Calidad .....	30
III. HIPÓTESIS .....	36
3.1 Hipótesis.....	36
IV. METODOLOGÍA .....	37
4.1. Diseño de la investigación.....	37
4.2.- Población y Muestra .....	38
4.3 Definición y Operacionalización de variables .....	38
4.4. Técnicas e instrumentos.....	41
4.4.1 Técnicas .....	41
4.4.2 Instrumentos .....	41
4.5 Plan de análisis.....	41
4.6 Matriz de Consistencia .....	43
4.7 Principios éticos.....	45
V. RESULTADOS .....	46
5.1 Resultados de la encuesta .....	46
5.2 Análisis de los resultados .....	68
VI. CONCLUSIONES.....	74
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	75



ANEXOS.....	79
1. Cuestionarios.....	79
2. Validaciones.....	83
3. Libro de códigos.....	98
VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD.....	113

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Edad del Cliente .....	46
Tabla 2 Sexo.....	47
Tabla 3 Cliente frecuente .....	48
Tabla 4 Conocimiento del rubro .....	49
Tabla 5 Trabajadores capacitados.....	50
Tabla 6 Desempeño adecuado .....	51
Tabla 7 Uso de recursos tecnológicos .....	52
Tabla 8 Calidad de Atención.....	53
Tabla 9 Competitiva en precios .....	54
Tabla 10 Importancia de capacidad de respuesta .....	55
Tabla 11 Atención rápida.....	56
Tabla 12 Mejora en el servicio de atención .....	57
Tabla 13 Calidad en sus insumos y materia prima.....	58
Tabla 14 Relación adecuada con clientes .....	59
Tabla 15 Procesos de atención .....	60
Tabla 16 Empeño en atención .....	61
Tabla 17 Evaluación sobre calidad.....	62
Tabla 18 Decisiones de empleados.....	63
Tabla 19 Liderazgo por parte de la dirección .....	64
Tabla 20 Disposición de ayuda .....	65
Tabla 21 Amabilidad en atención.....	66
Tabla 22 Colaboración trabajo en equipo.....	67

## I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada “Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad en las MYPE Rubro Restaurantes del AA.HH Primero de Junio De Paita, Año 2017”. Pertenece a la línea de investigación denominada Gestión de Calidad y Formalización en las MYPE en Perú y al campo disciplinar Promoción de la MYPE, la misma que fue seleccionada por la facultad de Administración.

La presente investigación se ha estructurado considerando los siguientes capítulos: I Introducción, II: Revisión de la Literatura, III: Hipótesis, IV: Metodología de la Investigación, V: Resultados de la investigación, VI: Conclusiones.

La presente investigación es de nivel descriptivo, de tipo cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Se empleó la encuesta como técnica de recopilación de datos, utilizando el cuestionario estructurados como herramienta.

La siguiente investigación se justifica porque nos va a permitir conocer, 1determinar y describir las características de la competitividad y la gestión de calidad en las MYPE rubro Restaurantes del AA.HH 1 de Junio de Paita, año 2017.

El problema se ha identificado como: “¿Cuáles serán las características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes del AA.HH 1 de Junio de Paita, año2017?” Así pues, el objetivo general es: “Describir las características de la competitividad y la gestión de calidad en las MYPE rubro Restaurantes del AA.HH 1 de Junio de Paita, año2017”; y sus objetivos específicos son: (a) Determinar las ventajas competitivas de las MYPE rubro restaurantes del AA.HH 1 de Junio de Paita, año2017; (b) Describir las estrategias competitivas de las

MYPE rubro restaurantes del AA.HH 1 de Junio de Paita, año 2017; (c) Determinar el nivel de gestión calidad de las MYPE rubro restaurantes del AA.HH Primero de Junio de Paita, año 2017; (d) Conocer los factores determinantes de la gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes del AAHH. Primero de Junio de Paita, año 2017.

“Las micro y pequeñas empresas (MYPES) son unidades económicas que pueden desarrollar actividades de producción, comercialización de bienes, prestación de servicios, transformación y extracción, existen casi 6 millones a nivel nacional, 93.9 % microempresas (1 a 10 trabajadores) y solo 0.2 % pequeñas (de 1 a 100 trabajadores), el resto, 5.9 % son medianas y grandes empresas. Las MYPES mayormente surgen por necesidades insatisfechas de sectores pobres, por desempleo, bajos recursos económicos, trabas burocráticas, dificultades para obtener créditos, entre otros” (Palacios, 2018).

Las MYPE desempeñan un papel fundamental en el sector empresarial peruano, Ya que son la principal fuente de creación de empleo (86.0% del empleo en el sector privado y 58.6% de la PEA ocupada en el 2015). Sin embargo, debido al bajo nivel de productividad en este sector, su contribución es baja. Se calcula que éstas sólo aportan el 23.5% del valor agregado total generado por las empresas privadas formales. (Ministerio de la Producción., 2017)

En un análisis del ambiente externo, Perú ha afrontado un período de estabilidad democrática y económica durante los últimos 20 años, permitiendo que la economía pueda mantener un correcto control de la inversión y apertura comercial (Ferrero, 2015).

Bajo este panorama, es vital que el gobierno, ministerios e instituciones involucradas adopten políticas proactivas para promover MYPES, coordinando con el sector privado para introducirlo en las actividades de exportación y busquen aprovechar las oportunidades generadas por los TLC (tenemos 20 acuerdos con 50 países), además, brindándoles financiamientos de crédito competitivos y de proporcionarles financiamiento de crédito competitivo y Comités directivos locales y regionales accesibles que se están implementando para ayudar a estandarizarlos, organizarlos, y administrarlos para ayudarlos a mejorar su calidad, productividad y competitividad. (Ministerio de la Producción., 2017)

En el ámbito legal, las enmiendas al Decreto Legislativo 1086 busca promover la competitividad, la formalización y desarrollo de micro y pequeñas empresas, así como otorgar acceso a un trabajo estable y decente, generando así que una gran cantidad de empresas de este sector se establezcan legalmente según la Sociedad Peruana de Pymes (Ferrero, 2015)

En junio de 2017 se aprobó un Fondo para el Fortalecimiento Productivo de las MYPES (Forpro) la cual tenía como propósito financiar capital de trabajo, el mismo que no logró concretarse por la exigencia de formalización y de pertenecer al régimen tributario o general del Impuesto a la Renta. Otro fondo denominado “Crecer” ha sido incluido en el pedido de facultades legislativas que financiaría las MYPES sin previo requisito de formalidad, cuyo procesamiento sería muy complicado, y todavía no se ha implementado, y actualmente el Ministerio de Trabajo ofrece una ley laboral juvenil para MYPES la cual promueve contrataciones formales indefinidas (Palacios, 2018).

El expresidente Kuczynski promulgó un conjunto de decretos legislativos

destinados a brindar soporte a las micro y pequeñas empresas. (MYPE, que vende no más de 1.700 UIT o S / 6.885.000) con la finalidad de reducir los obstáculos que imposibilitan su incorporación al sistema tributario.

El jefe de INEI: Aníbal Sánchez, señaló que la economía del Perú medida en el PBI, se acrecentó en un 3 % durante el último trimestre del 2016. Siendo resultado de un favorable progreso en sectores como la acuicultura (27,4%), pesca, extracción de gas, petróleo y minerales (10,6%), telecomunicaciones y otros servicios de información (7,3%), electricidad, gas y agua (5.3%), gestión pública y defensa (4,2%). (Andina, 2017).

Según los pronósticos recabados por analistas nacionales e internacionales de la consultora Latin American Consensus Forecast, Perú registrará la segunda inflación más baja y el mayor aumento poblacional en la región el año entrante. Los empresarios del sector gastronómico consideran la posibilidad de incorporarse al sistema previsional y continuar con la constante capacitación de su personal, dentro del marco de la reforma del Sistema Privado de Pensiones creada y aprobada por mayoría en el hemiciclo del congreso de la república del Perú en mayo año 1997

Ferreyros (2014), consideró de suma importancia que las autoridades crearan nuevas fórmulas para incentivar e incorporar a las pequeñas empresas a la formalización y evitar así que las medidas consideradas en la reforma lo impidan.

Actualmente se habla del término Gestión de la Excelencia, que está relacionada con un conjunto de decisiones estratégicas y tácticas con el objetivo específico de mejorar productos, servicios, gestión y procesos en general de la organización.

El implemento de este Sistema justifica la capacidad con la que cuenta la organización para otorgar a sus consumidores productos que cumplan con los requisitos que se exigen y los legalmente aplicables, asimismo mejorar y lograr que el cliente se sienta satisfecho por medio de la mejora continua del sistema. (Aranda, 2014).

Se está promoviendo el desarrollo de estrategias y acciones del Plan Nacional de Calidad Turística del Perú - CALTUR, con el objetivo de lograr una mejora en el brindado de servicios turísticos buscando hacer conciencia respecto a la importancia de la calidad a los encargados de brindar éstos servicio (Mathews, 2014).

Las empresas requieren desarrollar una gestión sostenible, que sea exitosa y que incluya una visión global del mercado, la competencia y las necesidades y capacidades propias de la organización, dando importancia a los activos intangibles (imagen, calidad de servicio, organización interna de la empresa, reserva, prestación y venta de servicios) así como también a los activos tangibles (equipamiento, embarcaciones, localización de oficina administrativa etc.) (MINCETUR, 2013).

Paita, se encuentra ubicado a 57 km del departamento de Piura y es poseedora del segundo puerto más importante del país, después de El Callao. Es considerada en el país como la decimosexta ciudad con mayor población. Es poseedora de un clima húmedo y tropical durante todo el año debido de su localización geográfica, y cuenta y su temperatura de 25° grados aproximadamente.

En la ciudad Paiteña se realizan y celebran diversas festividades a lo largo del año; realizándose en el mes de septiembre una de las más importantes: La Fiesta de "Nuestra Señora de las Mercedes", la cual congrega a miles de feligreses del país

entero. Durante este mes, con profundo fervor religioso, se realiza el tradicional novenario, misas, liturgias, así como también las procesiones de la imagen de la Santa Virgen, quien desde el 1° de Setiembre es llevada de la Basílica a la iglesia San Francisco de Asís. Por estos días, la ciudad no solo está llena de feligreses, sino también comerciantes de diversas partes de Piura, quienes llegan para la comercialización de dulces, la comida típica y vestimentas, en lo que se denomina la tradicional “feria”.

Se celebra también la fiesta nacional de los pescadores: San Pedro y San Pablo; Se da inicio con la celebración de la sagrada misa, procesiones, homenajes y el paseo en lancha que es tradicional, también se aprecia *bailes* costumbristas. Los pescadores de Paita y Caletas, conmemoran en este día, el día del pescador y sus patronos, los Santos Apóstoles San Pedro y San Pablo. En Paita la celebración da inicio con la salva de 21 camaretazos, posteriormente a las se lleva a cabo la procesión de las imágenes de los santos apóstoles.

Durante los días 24, 25, 26 y 27 de Julio se celebra la festividad del Apóstol Santiago, la cual tiene como mayor atractivo, la ya famosa danza “El caballito” originaria de Colán.

A partir del análisis del ámbito interno y externo de las MYPE se plantean, mediante el “Plan Nacional para la Productividad y Competitividad de las MYPE (2011- 2021)”, objetivos estratégicos que se constituyen como los cambios que se esperan lograr en el mediano y largo plazo en el sector de las MYPE para la mejora de las condiciones que garanticen su competitividad en el mercado nacional e internacional.



Asimismo, estos objetivos se han articulado a cuatro ejes estratégicos que se vienen promoviendo en el sector de las MYPE y que reflejan claramente los ámbitos de intervención que deberán ser abordados en el mediano y largo plazo. Éstos serán: gestión estratégica, producción de calidad, innovación y desarrollo, inserción en nuevos mercados, formalización y el emprendurismo (Ministerio de la Producción, 2011-2021)

La rivalidad entre los competidores aparece en la competencia de precios, variedad de la carta, calidad y sazón de las comidas y publicidad; debido a que las MYPE deben obtener el mayor número de ventas al día, por lo cual es necesario y predominante contar con estrategias que nos permitan obtener mayor competitividad y que esta continúe a la par con la gestión de calidad.

Por otro lado, un producto complementario se refiere a un producto cuyo consumo está correlacionado con el consumo de otro producto, es decir, como se describe aquí, un aumento en el consumo de un producto conduce a un aumento en el consumo de otro producto. “Análisis de la decisión de precios para productos sustituibles y complementarios” (Shyamal, K; Manoranjan, M & Nandan, R, 2016)

En el ambiente interno se llega a observar que las MYPE del rubro Restaurantes, cuentan mayormente con local propio, y en la mayoría los propietarios adaptan sus casas o terrenos para establecer su negocio, logrando de esta manera insertarse en este medio. La infraestructura del local es pequeña, algunas disponen de carteles ofertando sus precios; además una carta describiendo los productos que se venden.

Las MYPE, en su mayoría cuentan con toda la documentación legal en regla, es decir son formales, aunque no cumplen a cabalidad con las normas de la Municipalidad

en cuanto a las disposiciones de defensa civil, salud y normativas municipales para el funcionamiento del local.

En relación a la maquinaria que poseen, se puede ver que tienen lo primordial para el funcionamiento, maquinaria en estado de conservación regular, algunas MYPE disponen de máquinas nuevas.

Los precios de los servicios se encuentran dentro del promedio, hay descuentos para diferentes platos de la carta, pero no se aplican para los platos especiales. Las MYPE no realizan publicidad, ya que mayormente tiene una clientela fija y recurrente porque son personas cercanas al sitio. Casi ninguna de las MYPE conoce o pone en práctica estrategias que les permitan crear una mayor competitividad, basada en una buena atención y el precio para atraer mayor clientela.

Las MYPE para lograr ser competitivas deben cambiar su visión de desarrollo, a través de la innovación, capacitación, el empleo de redes sociales y búsqueda de asociaciones con otras MYPE, con el fin de que puedan aparecer y desenvolverse en mercados nuevos. De esta manera, un excelente sistema de gestión nos dará a conocer el compromiso de la empresa con la calidad y a su vez la previsibilidad en los asuntos internos, así como la forma de satisfacer lo que el cliente exige. La gestión de calidad otorga a su vez un panorama general que simplifica el control y los procesos internos.

En las MYPE en estudio se llega a observar que los microempresarios muestran poco interés por la capacitación y a los procesos de calidad. Generalmente la mayoría de las MYPE no disponen de estrategias que permitan que la calidad sea perceptible para el cliente; no están capacitados en cómo se debe de atender a un cliente ya sea en su manera de atención verbal, como estar adecuadamente uniformados ya sea por la

imagen de la empresa y por lo que ofrecen (comidas).

La investigación se basa en el hecho de que las MYPE se encuentran actualmente interactuando en un entorno cada vez más competitivo, lo que las obliga a optar estrategias que les asegure ser exitosas. Estas organizaciones optan herramientas de optimización basadas en nuevos enfoques de gestión; esto implica realizar un estudio sobre la competitividad y la gestión de calidad.

Desde un práctico punto de vista, la investigación tiene como objetivo definir las características de competitividad y gestión de la calidad de las MYPE del AA.HH Primero de Junio de Paita rubro restaurantes; en cuanto a las ventajas y estrategias competitivas de MYPE, el nivel de gestión de calidad y los factores clave para la gestión de calidad de MYPE que están siendo motivo de estudio.

Morales (2016), considera que una investigación tiene justificación practica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o al menos cuando se propone una estrategia que contribuye a la solución del problema planteado.

La investigación se basó teóricamente en variables de competitividad y gestión de la calidad para dar sentido a la investigación; y poder conducir la investigación en el estudio científico y en las diferentes teorías de autores. Además, se presentan otros estudios de antecedentes a nivel internacional, nacional y local relacionados con las variables.

Méndez (2016), señala que cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, se debe confrontar con una teoría, contrastar resultados.

Metódicamente, la investigación se llevó a cabo con la técnica de la encuesta

para la recolección de datos primarios, a través del instrumento cuestionario empleado a los trabajadores para la variable competitividad y la variable gestión de calidad, la representación se realizará utilizando tablas de frecuencia y el análisis de resultados obtenidos.

Morales (2016), la justificación metodológica del estudio se da cuando el proyecto a realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento efectivo y confiable.

Finalmente, desde un enfoque social es que se justifica esta investigación, ya que permite a los propietarios de la MYPE en estudio conocer su realidad y tomar recomendaciones futuras para guiar su gestión en los procesos de calidad, permitiéndoles mantenerse en el mercado en que se desarrolla brindando un mejor servicio de calidad a la comunidad.

Según Barajas (2012), indica que el enfoque social busca resaltar la importancia que tendrá en una institución, individuos y en general en la sociedad con el desarrollo de la investigación.

También la investigación se justifica porque servirá como medio para obtener el título de licenciada en administración y para que la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, mejore sus estándares de calidad establecidas por la CONEAU, al permitir y exigir la titulación de sus egresados sea a través de la elaboración y sustentación de tesis.

# REVISIÓN DE LITERATURA

## 2.1 Antecedentes

### 2.1.1 Variable Competitividad

En los antecedentes internacionales se considera a Calderón (2015) presentó su investigación: “Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano”, en la Universidad Nacional de Colombia”. Hizo uso de la metodología de investigación cualitativa y diseño transversal, aplicando la técnica de entrevistas a 25 empresarios y empleados. Entre sus conclusiones se determina que, durante la investigación cualitativa, con el uso de entrevistas, notas de campo, bitácoras y fotografías, estas organizaciones cuentan con capital humano artesanal que no tiene capacitación y, que sus conocimientos en su área han sido por sus propios medios. Sin embargo, la teoría enuncia que la educación formal en el capital humano es importante para poder alcanzar la productividad. Por lo consiguiente sus productos no tienden a ser fáciles para exportar, pues este capital humano, no tiene ni la capacitación adecuada ni el interés de aprender formalmente nuevas herramientas para el manejo de la empresa en las diversas áreas que la conforman. Se concluye también que el personal prefiere realizar manualmente el registro de la información comercial y de producción usando cuadernos y libretas, generando problemas como demoras y olvidos de entregas de pedidos, inexactitud a la hora de hacer cuentas y saber cuánto les cuesta en realidad la producción de un par de zapatos, ocasionando que en varias ocasiones terminen por vender a pérdida; es decir que vendan sus productos a un precio menor que el costo de producción.

(Mantilla; Vilcaundo; Ruíz & Mayorga, 2014) presentaron ante la Universidad Técnica de Ambato de Tungurahua – Ecuador su investigación denominada “La innovación tecnológica y la competitividad de las PYMES manufactureras del Cantón Ambato”.

En la cual se realizó un estudio no experimental de carácter descriptivo y transversal, con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo). La muestra estuvo conformada por 111 MYPES, para lo cual se empleó la encuesta como técnica para obtención de información.

Se obtuvo entonces que las MYPES del rubro poseen un nivel medio en cuanto al uso de tecnología. Se determinó también que las MYPES no poseen un alto nivel de competitividad que les permita hacer frente a otros mercados locales o regionales, y que esto es parte de las barreras legales que impone el estado para la exportación. Asimismo, evidencia que, la mayor parte de PYMES no consideran la innovación tecnológica como factor clave de éxito, por lo que en su mayoría, no cuentan con un área encargada de ello.

García y López (2014) en su investigación denominada: “Evaluación de la competitividad de los restaurantes de cocina internacional”, presentada en la Universidad Autónoma de Baja California, muestra como objetivo medir el nivel de competitividad de los restaurantes de cocina internacional en la ciudad de Ensenada.

Por el uso de la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas, la investigación se define como cuantitativa, y se usó la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en la población (Hernández, Fernández y Baptista, 2003). El método utilizado fue hipotético-deductivo. Se concluye así que la competitividad en restaurantes se relaciona principalmente con cinco variables, las cuales son: innovación, recursos humanos, aseguramiento de la calidad, TIC y contabilidad y finanzas. Siendo la primera, la más importante ya que nos permite determinar la fidelidad del cliente, dado que se busca su asistencia continua para degustar platillos, por ello es necesario que los restaurantes estén en constante renovación de sus menús, a fin de ofrecer una amplia variedad a sus clientes. Se resalta la importancia del capital humano en este rubro, donde en la mayoría de ellas se depende un chef profesional para mantener la calidad y presentación en sus platos. Por ello resalta la importancia de poder tener y gestionar adecuadamente nuestro recurso humano.

De ahí la relevancia de tener una adecuada gestión de los recursos humanos, donde se contemplen estrategias para su permanencia o suplencia en caso de que salgan de la empresa.

La tecnología es una variable determinante en la competitividad, teniendo en cuenta el desarrollo de los medios de comunicación como redes sociales, por lo que será necesario que las MYPES del rubro las utilicen dentro de sus estrategias de publicidad. Dentro de los antecedentes nacionales se consideró a Rupay (2015), quien presentó su investigación: “Competitividad bajo el enfoque de estrategias de diferenciación, en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de dos tenedores carhuaz, año 2015 en la Universidad Católica Los

Ángeles de Chimbote – Huaraz. Ésta investigación fue cuantitativa de nivel descriptivo por medio de un diseño no experimental.

Aplicó para la obtención de información, un cuestionario a 18 gerentes o representantes de las MYPES, en la cual se obtuvieron como resultados que más del 50% de los encuestados manifiesta no utilizar que permitan llevar un control de registro de sus clientes, lo cual se refleja en que el 44,44% manifiesta no conocer cuáles son las preferencias de los mismos.

Además el 66,67% señalan no realizar publicidad o emitir información acerca de los productos que ofrece su restaurante, mientras que el 33,33% de los indican que los precios que ofrecen no están en función a la calidad del servicio que brindan. Por último, se concluyó que los gerentes o representantes de los restaurantes MYPES no hacen uso de estrategias que le permitan diferenciarse en el mercado, tampoco hacen uso de publicidad ni cuentan con una buena cartilla de precios.

Ortiz (2018) en su investigación denominada: “Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Tumbes, año 2017” la cual fue presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, estableció como objetivo determinar, describir y analizar las características principales de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES en estudio, para lo cual consideró 15 MYPES que fueron encuestadas, y de las que se obtuvo como resultado que más del 50% ven en la calidad y atención,



factores que determinan la competitividad en las mismas. Del mismo modo, el 40% de los encuestados manifestaron que la competencia se basa en la calidad de los productos que ofrecen.

Arias de los Santos (2014) en su investigación denominada: “Caracterización del financiamiento y la competitividad de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicios - Rubro Restaurantes de comidas criollas, del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2013-2014” en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, la cual tuvo por objetivo describir principal determinar cuáles serán las características que determinan el financiamiento y competitividad de las MYPE del sector en estudio. Su investigación fue de tipo descriptiva, para lo cual se tomó como muestra a 10 propietarios o representantes profesionales del rubro, a quienes por medio de una encuesta se les aplicó un cuestionario, obteniendo entre sus principales conclusiones que la competitividad es un factor determinante que les permite alcanzar una posición determinada posición socioeconómica y que esta se basa al buen uso de recursos, conocimientos y atributos que posea la MYPE, a diferencia de las otras.

Dentro de los antecedentes locales o regionales, se consideró a Albán (2016), quien en su investigación titulada “Competitividad y Rentabilidad de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes Pollerías (Sullana 2016)”, la cual fue presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Piura, presentó una metodología descriptiva, nivel cuantitativa, diseño no experimental. La población de la investigación estuvo conformada por 25 MYPE, dentro de las cuales se tomaron 200 clientes como muestra, quienes fueron encuestados, obteniendo como resultados que la competitividad en las MYPE del rubro son la infraestructura y tecnología.

Asimismo, que éstas con cuentan con el suficiente recurso humano para el desarrollo de actividades, que la relación con sus clientes es deficiente, pero poseen buenas estrategias de ventas.

Pérez (2016) en su investigación titulada: “Competitividad y Rentabilidad en las MYPE Servicio – rubro restaurantes cubicherías (Piura), año 2016”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Piura., empleó una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal.

La población estuvo conformada por 4 MYPE (población infinita). Se empleó para la recolección de datos la técnica de la encuesta y un instrumento cuestionario estructurado. Dentro de los resultados se concluyó que el 83.33% de los encuestados reconocen que la MYPE se distingue y caracteriza por los productos que ofrece. Además se obtuvo como resultado que el 56% manifestó que la empresa innova para vender sus productos, en cambio el 44% de ellos no lo hace o por lo menos no lo considera importante. Asimismo, los directivos de la empresa se preocupan por brindar un servicio de calidad a los clientes en un 62% y que el factor determinante de la competitividad se basa en la calidad del producto ofrecido.

Peña (2016) en su investigación: “Caracterización De La Competitividad Y Competitividad En Las MYPE Rubro Restaurantes Vegetarianos Del Centro De Piura 2016”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general determinar las características que determinarán la competitividad y capacitación de las MYPE en estudio. “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”.

En cuanto a las ventajas competitivas se detalla la opinión respecto a que concurren al restaurante por encontrarse en buena ubicación el 25% indican que asisten porque el lugar es acogedor, el 16% señalan que acuden por la cercanía del establecimiento y el 7% acude al restaurante porque es un lugar seguro. Asimismo, se detalla también que el 49% de los clientes señalan que los colaboradores al momento de atenderlos demuestran respeto, el 19% atienden con rapidez, el 15% son honestos, el 10% son empáticos y solo el 7% son proactivos, siendo este un punto característico de la competitividad. Concluyendo así 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.

### **2.1.2 Variable Gestión de calidad**

Dentro de los antecedentes internacionales, García (2014) en su investigación titulada “Sistema de Calidad para el restaurante del Hotel Neptuno en Valencia, España”. La presente investigación tiene empleando el instrumento cuestionario en escala de likert según el modelo SERVQUAL, a los clientes huéspedes del hotel.

Dentro de las principales conclusiones, se determinó que la aplicación práctica del modelo permitió identificar las ventajas y desventajas de esta herramienta, así como reflexionar acerca del impacto que puede tener en la calidad de servicio de las empresas dedicadas a la hospitalidad. En el desglose de las dimensiones la que obtuvo mayor puntuación y por lo tanto revela mayor importancia para los comensales fue la referida a empatía, aspecto que es de importancia en empresas de hostelería y restauración ya que, como fue mencionado anteriormente, el cliente lo primero que busca cuando se dirige a un restaurante es que sea atendido con amabilidad y por personas que se vean interesadas en prestar como objetivo general diseñar un sistema de calidad para el Restaurante Tridente del Hotel Neptuno en Valencia, España basado en el modelo SERVQUAL. La metodología empleada en la investigación presentó un diseño no experimental, transversal, un servicio de calidad. Luego se encuentran muy de cerca la dimensión: elementos tangibles, de donde se concluye que los clientes toman mucho en cuenta tanto la apariencia de las instalaciones como la de los 49 empleados, elementos de servicio y la carta. En tercer lugar se posiciona la dimensión seguridad referida a la comunicación y atención mostrada por los empleados además de sus habilidades para inspirar confianza y credibilidad durante el servicio. A la capacidad de respuesta, que se refiere a la disposición y voluntad de los empleados para ayudar al comensal y proporcionar el servicio, se le dio menos importancia que las mencionadas anteriormente pero no con gran diferencia en la puntuación. Y con la menor importancia por parte de los clientes con respecto a las demás dimensiones se sitúa la fiabilidad, refiriéndose a la habilidad que tienen los empleados para ejecutar el servicio de forma confiable y cuidadosa.

Jurado Toledo (2014) en su investigación “Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito”, presentada en la Pontificia Universidad Católica de Ecuador. El objetivo de su investigación fue determinar a través de un diagnóstico el nivel de calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurante de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito, a fin de proponer mejoras para los procedimientos internos, utilizando los criterios de la Norma UNE 93200:2008. Se realizó una investigación de campo acerca de la satisfacción al cliente, la cual fue diseñada bajo los parámetros de SERVQUAL y DINESERV, herramientas desarrolladas para medir la calidad del servicio. El sector hotelero, de alimentos y bebidas y turístico actualmente son una de las fuentes de ingresos más importantes del país de Ecuador, sin embargo este sector aún no cuenta con el desarrollo necesario para cumplir con todas las expectativas de los clientes tanto nacionales como extranjeros. Uno de los principales inconvenientes que existe es que el personal de este sector no cuenta con la preparación y capacitación necesaria, razón por la cual no existe un servicio de calidad para los clientes. Otra situación que es necesaria mencionar es que la normativa para abrir un restaurante de lujo o de otras categorías se debe tener vigencia de 25 años, y hasta la actualidad se mantiene sin modificación alguna, por lo que los restaurantes la cumplen como parte del trámite de apertura, pero no se la aplica, ya que es obsoleta para la realidad que vivimos actualmente. Al llevar a cabo la investigación, se pudo determinar que existen aspectos positivos y negativos dentro de la administración y operación del restaurante, las mismas que deben ser corregidas y fortalecidas, para poder satisfacer al cliente. Una vez que se analizó cada uno de los procesos y actividades del restaurante, se inició la investigación de la gestión de la

Calidad en el servicio y atención al cliente, por lo que se aplicó una herramienta de gestión de mejoramiento en los servicios, Norma Española UNE 93200:2008 – Carta de Servicios, que es un documento escrito que da a conocer los servicios y actividades y comunican los compromisos de calidad que la organización adquiere con el cliente. En este documento se establece lo que el cliente puede esperar de los servicios ofertados y se afirma el cumplimiento de sus derechos, así como el mejoramiento de los servicios y prestaciones que reciben.

López (2018) presenta su investigación “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil”. Actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener clientes satisfechos. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s, encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se concluyó así que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos. En el estudio

Realizado se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy's, se evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido. Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va a aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente.

Dentro de los antecedentes nacionales, Hernández, (2015), en su tesis Gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPE, del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014. Tesis para obtener el título de licenciada en Administración, presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo 2015. La investigación tuvo como objetivo general determinar y dar a conocer las principales características de la gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPE, del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014. El tipo de investigación fue descriptiva y para llevarla a cabo se tomó una muestra poblacional de 15 MYPE, En estas MYPE, se aplicaron encuestas tanto a los gerentes o administradores así como a los clientes en general terminando con una encuesta de satisfacción de los clientes finales. Obteniendo entre sus principales resultados que en más del 50 % de las MYPE no se tienen no tienen

conocimiento sobre la norma ISO 9001, además se detectaron carencias sobre el control de salud e higiene en el trabajo. El 67% de las MYPE, aplican la innovación tecnológica para aumentar la competitividad. Como resultado final tenemos el 88 % de clientes (50 % que piensan que es buena y el 38 % que dio como evaluación final mala) no están satisfechos del todo y por consiguiente se tiene un riesgo de fuga bastante importante que afectaría directamente sobre nuestros indicadores gestión de calidad.

Ortiz (2015) en su investigación “Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Tumbes” - año 2017, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote tuvo como objetivo principal conocer las características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector y rubro en estudio. La investigación se enmarca dentro del tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal- Para la obtención de la muestra representativa se ha tomado un criterio no probabilístico, considerándose para tal caso el total de la población que vienen a ser 15 MYPES que funcionan en el centro de la ciudad. Detallando entre sus principales que la calidad de servicio que ofrece cada negocio en la actualidad; del total de 15 restaurantes, el 60% (9 encuestados) manifiesta ofrecer un buen servicio de calidad en la actualidad, el 26.7% (4 encuestados) manifiestan 72 que casi siempre ofrecen un buen servicio de calidad actualmente, y tan sólo el 13.3% de ellos (2 encuestados) señalan ofrecer actualmente un servicio de calidad. La opinión sobre la gestión de calidad produce un impacto en la sociedad; tal es así que del total de 15 encuestados, el 46.7% (7 encuestados) argumenta que siempre la gestión de calidad puesta en el negocio produce un impacto



en la sociedad, mientras que el 53.3% de ellos (8 encuestados) consideran que casi siempre la gestión de calidad puesta en el negocio produce un impacto en la sociedad. Demostrando así por medio de los resultados que las características sociales y de percepción de la gestión de calidad; toda vez que dichos niveles contribuyen a que las MYPES producen un impacto en la sociedad que les permite estar satisfechos en proyectar una buena gestión de calidad en el sector servicios rubro restaurantes.

Baca (2017) en su investigación “Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización Los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014”, presentada en la Universidad Católica de Chimbote, tuvo como principal objetivo determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes, de la Urbanización Los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. La investigación fue de diseño no experimental transversal, y para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una población muestral de 8 Micro y Pequeñas Empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas, a través de la técnica de la encuesta obteniéndose principalmente los siguientes resultados: El 75% son dueños de sus propia MYPE y que el 37,5% tienen más de 7 años en permanencia en el rubro. El 62.5% tienen de 1 a 3 trabajadores. El 100 % tiene como objetivo maximizar ganancias. El 100% no tienen conocimientos de técnicas de Gestión. El 100 % no sigue un plan de negocios estratégicos. El 100% percibe que aplicar la Gestión de Calidad ayudaría a lograr objetivos. El 100% ha obtenido como resultados ofertar productos de mayor y mejor calidad. Concluyendo así que la totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas no conocen técnicas de gestión, por otra

Parte en su totalidad no siguen un plan de negocios estratégicos. Finalmente la mayoría que aplicó gestión de calidad, obtuvo buenos resultados ofertando productos de mejor calidad. Por lo tanto se puede decir que la mayoría de las MYPE si aplican gestión de calidad, pero desconocen el término.

Dentro de los antecedentes locales, Campos (2015) en su investigación titulada “gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015”, presentada den la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. La investigación tuvo como objetivo determinar la manera en la cual influye la gestión de la calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, la unidad de análisis está basada en las tres MYPE y la población está constituida por los propietarios y clientes se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 17 preguntas cerradas. Determinando así que el 100% de los encuestados respondieron que si cuentan con los recursos necesarios para realizar un trabajo eficiente sus trabajadores, asimismo el 100% de los encuestados respondieron que si existe interés por la calidad en el restaurante. El 100% de los encuestados respondieron que no existe un organigrama definido dentro del establecimiento, ni tampoco una misión y visión. Concluyendo así que la gestión de calidad influye en la competitividad pero no hay interés por los propietarios y/o administradores ya que la gestión de calidad en la actualidad es una estrategia dirigida al éxito competitivo de la empresa. Por lo que se determina que existe relación directa entre gestión de cálida y competitividad de las MYPE.

Umbo (2016) en su investigación titulada “Caracterización de la competitividad y la gestión de calidad de las MYPE en el rubro restaurantes de la Urbanización la Alborada Piura, año 2016”, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, estableció como objetivo identificar las características que tienen la competitividad y la Gestión de calidad de las MYPE en el rubro restaurantes de la Urbanización la Alborada-Piura, año 2016. La metodología empleada en la investigación fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal. En la que se logró apreciar principalmente que el 80% de los dueños de las MYPE consideran que hay una política de calidad en la empresa y que esta política orienta el desempeño del personal y el 20% considera que ello no es así, asimismo el 60% afirma que positivamente la seguridad, higiene y limpieza son elementos han contribuido a generar un adecuado ambiente de trabajo; 40% consideran que estos no lo han hecho posible. Concluyendo así que los elementos determinantes de la gestión de la calidad más valorados son, las habilidades y experiencia de los trabajadores, el compromiso de estos con las políticas impulsadas, la infraestructura e instalaciones. Importante debilidad es la falta de normas documentadas y la escasa planificación en estos establecimientos.

Medina (2018) en su investigación denominada: Caracterización de Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, año 2018, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 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. La metodología empleada fue de tipo 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, de los cuales se obtuvieron principalmente los siguientes resultados: el 57% de los encuestados consideran que los restaurantes de la Av. B de Talara si manejan estándares de calidad de productos y el 43% dijeron que no. En cuanto al uso de procedimientos para la preparación de los platos a ofertar un 63% respondieron que los restaurantes de la Av. B de Talara si consideran procedimientos, el 37% dijeron que no. Concluyendo así que la Av. B de Talara utilizan ventajas competitivas como la diferenciación, y que 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.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Teoría de Competitividad**

IMD World Competitiveness Center (2015) señala que la competitividad es aquel objetivo que se plantean los países y regiones con el propósito de lograr un crecimiento en un plazo determinado, otorgando empleos y generando bienestar en la población, siendo así que la competitividad es sinónimo de progreso y colabora de forma sostenible en el desarrollo de las sociedades.

Velázquez (2016) indica que la teoría de ventaja competitiva demuestra que el libre comercio brinda mejores resultados e incrementa el bienestar social; de tal modo que cuando algunos sectores desaparecen del mercado, y que generalmente son los menos competitivos, se debe a factores como marcos económicos deficientes, es decir aquellos que cuentan con inflación, déficit público, barreras políticas para la exportación, o muchas veces también por una mala gestión interna en cada una de ellas.

#### **2.2.1.1 Competitividad y globalización**

Según el Consejo Privado de Competitividad (2016) la globalización es un fenómeno que cada vez incentiva más a la competitividad empresarial, así como la inversión, ya que muchas empresas han dejado de competir en sus mercados locales y optan por expandirse y buscar mercados externos y competir con ellos. Del mismo modo, las naciones compiten también entre sí para atraer a estos inversionistas, ya que serán clave para lograr el dinamismo en sus mercados para generar el bienestar en la sociedad, a través por ejemplo de la generación de nuevos empleos.

### 2.2.1.2 Características de la competitividad

Describir un mercado competitivo con ciertas características no es una tarea fácil. El mercado actual es complejo y se ve afectado por muchas variables, pero debe haber algunos elementos prominentes en estos mercados que afectarán significativamente la forma de hacer negocios (Jiménez, 2017).

Estas características también están relacionadas entre sí y, en última instancia, nos llevan al mercado global, las cuales dependerán de factores como: Clientes frecuentes, conocimiento del rubro y reconocimiento de la marca.

a) **Clientes frecuentes:** Para toda empresa conservar al cliente frecuentes es muy importante, siempre debemos tratar de conocer bien a nuestros clientes, conocer sus necesidades, preferencias, gustos, hábitos, deseos, expectativas.

Debemos tratar de descifrar por qué nos prefieren a nosotros en vez de la competencia, y también, qué es lo que no les gusta de nosotros o consideran que está mal. Al conocer bien a nuestros clientes, podremos ofrecerles un trato personalizado, ofrecerles productos de acuerdo a sus necesidades o preferencias específicas.

b) **Conocimiento del rubro:** Es importante estar atentos a lo que está sucediendo en el mercado, así como tratar siempre de prever sus posibles cambios, estar atentos a las nuevas oportunidades de negocio, a las nuevas necesidades, nuevas preferencias, nuevos gustos, tendencias, nuevas modas, a las nuevas tecnologías, a los movimientos de la competencia, a sus nuevas estrategias. Adaptarse rápidamente a los cambios, reaccionar rápidamente a problemas o

amenazas y aprovechar las oportunidades.

- c) **Reconocimiento de marca:** El reconocimiento de la marca es esencial para crear valor de marca, porque es esta diferencia lo que determina el valor de la marca. El reconocimiento de la marca se refiere a la fuerza de los nodos de la marca o su huella de memoria, que se puede medir como la capacidad de los consumidores para reconocerlos en diferentes condiciones. Proporcionar diferenciación, es decir, proporcionar servicios que los competidores no pueden proporcionar.

### 2.2.1.3 Ventaja competitiva

De acuerdo con Lynch (2015) la ventaja competitiva es aquella que te permite sobresalir entre la competencia. Esta ventaja permitirá que las empresas tengan un valor añadido a sus productos o servicios, a diferencia que lo competencia. Esto influirá positivamente en elección que tengan los clientes para escoger los productos que comercializa.

La ventaja competitiva se refiere a una o más características de la empresa, las cuales se reflejarán de distintos modos. Una ventaja competitiva se puede derivar de una buena imagen, de un atributo adicional de un producto, una localización prestigiosa o poseer un precio más cómodo del mercado.

Según Weinberger (2017), la ventaja competitiva se genera sobre la base del análisis de los recursos, las capacidades y las competencias de la empresa, algunas ventajas competitivas son:

- a) **Recurso humano capacitado:** Equipo de trabajadores capaces, fieles y comprometidos con la calidad de ofrecer un buen servicio al cliente. Es fundamental dentro de toda organización para la evolución competitiva, ya que

todos los integrantes aportan al éxito de la misma.

**b) Desempeño del Recurso Humano:** Obedece a actividades orientadas a mejorar las condiciones en las que se realiza el trabajo, afín de favorecer la formación del trabajador en la organización, tal que él, pueda percibir una satisfacción de cumplimiento de sus necesidades en ella por medio del establecimiento de un buen ambiente laboral y un estado psicológico completo que le permita sentirse seguro.

**c) Recursos materiales y tecnológicos:** Son los activos tangibles, propiedades e instalaciones de la empresa: edificios, terrenos. Equipamiento: maquinaria, herramientas, vehículos. Los recursos técnicos pueden ayudar a desarrollar las operaciones diarias de la empresa, desde la producción hasta el marketing, pasando por la comunicación interna y externa y cualquier otro aspecto.

#### **2.2.1.4 Ventaja competitiva de la MYPE**

Según Arellano (2017), una ventaja competitiva se puede definir como un indicador de gestión o como una característica de la organización que la hace diferente al resto, la misma que debe ser difícil de igualar, sostenible en el tiempo, superior a la competencia y de uso en diferentes situaciones del mercado, por lo que debe ser de suma importancia. Es imprescindible resaltar que no solo se trata de ser superior que la competencia, sino de ser mejor en un escenario donde el juez será el cliente, ya que si éste no la percibe o no la valora, no representará realmente una ventaja sobre el resto.



### 2.2.1.5 Estrategias que determinan la competitividad

Marisol (2016), señala que las estrategias competitivas se manejan para llevar a cabo las numerosas ocupaciones en las rutinas productivas que se ajustan de acuerdo a las organizaciones para obtener altos resultados en el negocio; por lo tanto, las estrategias que se usan proporcionan directrices a seguir por los propietarios, directivos y empleados:

- a) **Calidad de atención:** La atención al cliente tiene que inclinarse por ofrecer un servicio bueno, ya que constantemente la exigencia por parte de los usuarios se incrementa a la par que buscan una buena atención, un trato personalizado y adecuado, garantizando así un sistema de calidad que otorgue comodidad durante el servicio.
- b) **Precio Competitivo:** La competencia que existe entre las organizaciones, cada vez es mayor por lo cual se vuelve un factor más imponente, originando que los productos o servicios ofrecidos sean más variados, lo que incentiva asimismo al cliente a buscar una diferenciación entre calidad-precio la cual sea de su conveniencia.
- c) **Capacidad de respuesta y rapidez en el servicio:** Una adecuada atención a la par con la comodidad que generan al cliente, pasa a ser un valor agregado, ya que cuando éste se sienta insatisfecho, transmitirá a su entorno las razones por la cual el producto o servicio no llenó sus expectativas, de lo contrario, cuando éste sea de su agrado generará una lealtad al producto y optará por acceder a él en más ocasiones.

## **2.2.2 Teoría de Gestión de Calidad**

Cárdenas (2017), define que la norma ISO 9001:2015, para permitir la orientación o la redirección de los gerentes de las empresas para una mejor gestión. Por lo tanto, la gestión de calidad puede usarse como una herramienta para mejorar continuamente sus funciones ejecutivas, con el objetivo de permitir que las organizaciones implementen el sistema y busquen la integración de su tecnología para mejorar la calidad de los productos o servicios

Tuvrheinland (2016), señaló que la gestión de calidad nos ayudará a definir las políticas y objetivos de calidad en la organización, y luego monitorear y medir el desempeño del proceso y las características de los productos y servicios, así como la implementación de una cultura de mejora continua.

La Norma ISO 9001 (2015), indica que el sistema de gestión de calidad está destinado a ser aplicado a empresas privadas o públicas porque es una herramienta importante para diseñar, implementar y certificar sistemas de gestión de calidad. "Podemos garantizar que las empresas que han implementado un sistema de gestión de calidad pueden proporcionar a los clientes una garantía de que los productos o servicios que reciben cumplen con los estándares internacionales, lo que indica que cumplen con los estándares internacionales".

### **2.2.2.1 Importancia de la calidad**

La buena calidad es un factor determinante con el que toda empresa debería contar para poder asegurar un buen rendimiento y posicionamiento en el mercado, cumpliendo con los estándares necesarios que permitan satisfacer al cliente (González, 2016)

Dentro de la organización, la calidad brinda satisfacción a los clientes, empleados y la alta gerencia porque proporciona las herramientas necesarias para la gestión general. Hoy, los estándares de calidad deben cumplirse porque nos permitirán competir en un mercado en crecimiento. Por lo tanto, debemos buscar: mejora continua, satisfacer las necesidades del cliente y lograr un alto nivel de estandarización y control de procesos (González, 2016)

#### **2.2.2.2 Nivel de gestión de calidad**

Todas las organizaciones tienen sistemas de gestión. Cuando sus creadores sueñan con eso, comienzan a organizar cómo hacer las cosas. Cuando comienzan rápidamente, ajustarán y mejorarán sus métodos de trabajo. Esto puede ser informal y con poca consistencia.

Según la Norma ISO 9000 (2015), la implementación de un sistema de gestión de calidad proporciona un marco para planificar, ejecutar, monitorear y mejorar el desempeño de las actividades mediante la adopción de una serie de requisitos que hacen que el sistema sea institucional. . Para la organización, para lograr los logros planificados, es vital contar con un sistema dinámico y que evolucione constantemente con innovación y mejora. Siendo así, el nivel de gestión de calidad en la organización estará determinado por:

- a) Enfoque basado en procesos:** Esta es una excelente manera de organizar y gestionar las actividades del proceso. Se consideran métodos interrelacionados y pueden utilizarse como sistemas relacionados para obtener resultados permanentes de manera efectiva y eficiente.

- b) **Enfoque de sistema:** Identificar, comprender y gestionar los procesos interconectados como un sistema ayuda a la empresa a alcanzar sus objetivos con eficiencia y eficacia. El objetivo final es lograr los objetivos establecidos. Para ellos, es necesario que la empresa detecte y administre correctamente todos los procesos interrelacionados.
- c) **Enfoque de toma de decisiones:** Las decisiones se basan en el análisis de los datos y la información. Lo que no se puede medir no puede ser controlado, y lo que no se puede controlar es un caos. Esto no se nos puede ayudar.

### **2.2.2.3 Factores determinantes de la gestión de calidad**

La norma ISO 9001 es uno de los estándares internacionales más empleados en las organizaciones a nivel mundial ya que otorgan una diversidad de ventajas competitivas, las mismas que ayudan a que éstas implementen un sistema de gestión de calidad en el cual, tanto los mercados como los clientes se vean beneficiados.

En el mercado, los beneficios que se obtendrán serán una mejoría en su imagen y los productos que ofrecen, además las organizaciones ganarán un mayor posicionamiento en estos mercados, a la vez que obtienen un acceso a otros en el exterior ya que el estándar ISO 9001 les da un plus de confiabilidad. Por otro lado, los clientes lograrán una mayor satisfacción ya que todos los requisitos propuestos serán cumplidos.

La norma ISO 9001 mantendrá a una organización en constante mejora de su clima y eficiencia del sistema de gestión de calidad; asimismo aporta al proceso de mejora continua, aumentando la motivación de los colaboradores y su participación

dentro de ella. Estos factores que determinan la gestión de calidad son:

- a) **Liderazgo:** los llamados líderes, son los encargados de guiar y dar rumbo a la organización, para esto, hacen que todos sus miembros se identifiquen con ella y se involucren en el cumplimiento de sus objetivos.
- b) **Enfoque al cliente:** las empresas deben entender las necesidades que tienen los clientes, satisfacer sus requisitos y expectativas que soliciten, estar en constantes cambios respecto al servicio que ofrece ya que hoy en día los clientes son más exigentes.
- c) **Participación del personal:** La motivación de los colaboradores es importante porque les permite a participar y comprender los objetivos establecidos. Los colaboradores son un elemento clave en una organización, por lo que si se capacita a las personas y se comprometen con la organización, aumentará la rentabilidad de la organización.

#### **2.2.2.4 Funciones de la gestión de calidad**

Según Norma ISO 9001, estas normativas también son documentación y monitoreo de todas las funciones que afectan la calidad. Si está buscando la calidad, el reconocimiento y el posicionamiento de la empresa en el mercado laboral, la función del área de calidad de la empresa es crucial:

- a) **Adaptación:** Si las empresas ya están certificadas, deben adaptarse a los estándares establecidos por la empresa y la política ISO 9001. Solo de esta manera se pueden aplicar los parámetros establecidos en el sistema de gestión de calidad (SGC) acordado.
- b) **Lidera proyectos:** Es muy importante en la empresa realizar auditorías

continuamente, ya que ayuda a verificar y evaluar las actividades relacionadas con la calidad en una organización, por ello, el área de calidad debe iniciar y ejecutar reiterativos análisis, estudios sobre todo de riesgos, esto ayuda al desarrollo de la empresa.

En una empresa, la auditoría continua es muy importante porque ayuda a verificar y evaluar las actividades relacionadas con la calidad en la organización, por ello, el área de calidad debe iniciar reiterativos análisis, especialmente la investigación de riesgos, esto ayuda al desarrollo de la empresa.

- c) **Interacción:** El área tiene la responsabilidad de tomar acciones proactivas en beneficio de la empresa, por lo que también es muy importante lograr una mejora continua a través de la estrategia y desarrollar planes de integración de equipo u otras áreas.
- d) **Legalidad:** Administrar documentos legales físicos que respalden el proceso de calidad. (Lean Manufacturing, 2018).

#### **2.2.2.5 Elementos de la gestión de calidad**

“La gestión de la calidad la calidad está en función de atributos que caracterizan su contacto con el servicio en términos de su cumplimiento, el acceso, interacción, trato del personal y su preparación para servir, recibir respuestas satisfactorias”. También se identifican atributos sobre la exigencia de calidad de la información respecto a su disponibilidad, accesibilidad y precisión, así. Finalmente, la gestión de calidad utiliza cinco elementos del sistema, tales como: personas y Tareas, que indicarán los requerimientos necesarios para la creación y desarrollo del sistema, y permitirán a una organización trabajar adecuada y eficazmente (Saiz,

2015).

#### **2.2.2.6 Sistema de gestión de calidad**

La International Organization for Standardization (2015), explica el uso de elementos en el sistema para establecer la base o estructura de la compañía, responsabilidades, roles, planes, operaciones, políticas, prácticas, reglas, creencias, objetivos y procesos para lograr los objetivos. Por lo tanto, se define como: "Sistema de gestión de calidad, es decir, sistema de gestión relacionado con la calidad". Cuando decida implementar este tipo de sistema de gestión, el soporte de gestión es muy importante porque realmente debe creer en sus buenos resultados.

La gerencia debe usar su liderazgo para comunicar las acciones involucradas a todas las personas que componen la organización para que el sistema de gestión de calidad sea efectivo. (Bureau, 2015).

## **II. HIPÓTESIS**

### **3.1 Hipótesis**

La investigación es de tipo descriptivo; por lo consiguiente no se formularon hipótesis ya que su alcance no implica una influencia o causalidad (Hernández, 2014).



### **III. METODOLOGÍA**

#### **4.1. Diseño de la investigación**

El nivel de la investigación es descriptivo, ya se pretende describir las características de la competitividad y la gestión de calidad en las MYPE del rubro restaurantes del AAHH 1 de Junio de Paita. Para Hernández (2014) las investigaciones descriptivas, describen cualidades internas y externas, propiedades de hechos y fenómenos de la realidad.

La investigación es de tipo cuantitativo, según Hernández (2014) se examinan los datos de manera científica, en forma numérica con ayuda de la estadística. La meta principal de los estudios cuantitativos es la formulación y la demostración de teorías. “La investigación cuantitativa debe ser lo más objetiva posible, evitando que afecten las tendencias del investigador u otras personas”.

El diseño que se aplicó en la investigación es no experimental, porque se realiza sin manipular las variables, es decir se observa los fenómenos sin realizar variables. No se modificarán los resultados obtenidos mediante la recolección de datos (Hernández, 2014)

También será transversal, ya que la recolección de los datos y la aplicación de los instrumentos que se usarán como medio de recolección de información se realizará en un solo momento el propósito es describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado (Hernández, 2014)

## 4.2.- Población y Muestra

### Población

Según Mousalli (2015) Una población “ es el conjunto de todos los elementos que se estudian y acerca de los cuales se intenta sacar conclusiones”. El concepto de población en estadística se precisa como un conjunto infinito de personas u objetos se presentan características comunes.

Las unidades de análisis de la presente investigación “Competitividad y Gestión de Calidad” están conformada por 07 MYPE, que se describen a continuación:

<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>DUEÑO</b>	<b>RUC</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>TRABAJADORES</b>
<b>E.V</b>	M.Z.C.I	1043.....	AA.HH. 01 DE JUNIO PAITA MZA. C	5 (VARIA SEGÚN TEMPORADA)
<b>L. T. G</b>	B. M.L	1047.....	AA.HH. 01 DE JUNIO MZA. K	8
<b>E. P</b>	A.Z.D.J.S.Y	1003.....	AA.HH. 01 DE JUNIO PAITA. MZA. S	8
<b>E. P. C</b>	M.M.F	1002.....	AA.HH. 1 de junio MZA. B	8
<b>G. I</b>	A. F. M	1002.....	AA.HH. 01 DE JUNIO MZA K	6
<b>G.II</b>	F. D.A. P. E	1003.....	AA.HH. 01 JUNIO MZA. I	6
<b>E. J</b>	M. J. C.	1003.....	AA.H.H 1 DE JUNIO MZA X	6

**Fuente:** Elaboración propia

### Muestra

Según Espinoza (2016) Una muestra es una parte representativa y adecuada de la población en estudio, la cual debe reflejar semejanzas y diferencias encontradas, ejemplificar las características y tendencias de la misma. Una muestra representativa indica que reúne aproximadamente las características de la población que son

importantes para la investigación .

Para el recojo de información de la variables Competitividad y Gestión de Calidad, la muestra estará conformada por los clientes, de esta manera estadísticamente se considera una población infinita, ya que cualquier individuo del universo poblacional puede hacer uso del servicio de las MYPE rubro restaurante. Por ende, se utiliza la siguiente fórmula general:

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

Dónde:

$Z^2$  = Grado de confiabilidad (1.96) e = Margen de error (5%)

p = Probabilidad que ocurra (0.5)

q = Probabilidad que no ocurra (0.5) Por lo que el tamaño de la muestra será:

n = 384 clientes.

#### **Criterios de inclusión y exclusión:**

Para el desarrollo de la presente investigación se incluye a los clientes, de ambos sexos, con un rango de edad entre 18 a 65 años, que se muestren participes de participar en la investigación a realizar. Por otro lado se excluye, a clientes que presenten alguna ocurrencia psicológica no apta para el recojo de información.

#### 4.3 Definición y Operacionalización de variables.

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Escala de medición
COMPETITIVIDAD	<p>IMD World Competitiveness Center (2015) señala que la competitividad es aquel objetivo que se plantean los países y regiones con el propósito de lograr un crecimiento en un plazo determinado, otorgando empleos y generando bienestar en la población, siendo así que la competitividad es sinónimo de progreso y colabora de forma sostenible en el desarrollo de las sociedades.</p>	Características	<p>Clientes frecuentes            Conocimiento del rubro            Reconocimiento de marca</p>	<p>Se medirá a través de los clientes frecuentes, conocimientos del rubro y reconocimiento de marca, mediante la técnica de la encuesta, a través del cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE restaurantes</p>	Nominal

		Ventajas	<p>Recurso Humano Capacitado.</p> <p>Desempeño del Recurso Humano.</p> <p>Recursos Materiales.</p> <p>Recursos Tecnológicos.</p>	<p>Se medirá a través del recurso humano capacitado, desempeño del recurso humano, recursos materiales y recursos tecnológicos, mediante la técnica de la encuesta, a través del cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE rubro restaurantes.</p>	Nominal
		Estrategias	<p>Calidad de atención</p> <p>Precio Competitivo.</p> <p>Capacidad de Respuesta.</p> <p>Rapidez en el Servicio.</p>	<p>Se medirá a través de la calidad de atención, precio de los productos y capacidad de respuesta, mediante la técnica de la encuesta, a través del cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE rubro restaurantes.</p>	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Gestión de Calidad	Cárdenas (2017) define que la norma ISO 9001:2015, permiten orientar o redireccionar a los directivos de las empresas para lograr Una mejor administración. Por lo que la gestión de calidad sirve como una herramienta de mejora continua en las funciones que desempeñan y tiene como finalidad que las organizaciones implementen el sistema y también buscan su incorporación de tecnología para mejorar la calidad del Producto o servicios.	Nivel de Gestión de calidad	La dimensión nivel de gestión de calidad se medirá con los indicadores: enfoque de procesos, enfoque de sistemas y enfoque de toma de decisiones mediante el cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE rubro restaurantes	Enfoque de procesos Enfoque de sistemas Enfoque de toma de decisiones	Nominal
		Factores determinantes	La dimensión factores determinantes se medirá mediante los indicadores liderazgo, enfoque al cliente y participación del personal a través de la técnica de la encuesta aplicada a los clientes de la MYPE rubro restaurantes	Liderazgo Enfoque al cliente Participación del personal	Nominal

#### **4.4. Técnicas e instrumentos**

##### 4.4.1 Técnicas

- a) Encuestas: La elaboración de la encuesta pretende describir las características de la competitividad y la gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes del AAHH 1 de Junio de Paita.

La encuesta es una herramienta que consiste en un conjunto de preguntas y que cuando es elaborada, diseñada y aplicada científica y rigurosamente permite obtener información certera respecto a una o más variables (Hernández Sampieri, 2014).

##### 4.4.2 Instrumentos

- a) Cuestionario: Las encuestas serán aplicadas a los clientes para obtener información sobre las variables competitividad y gestión de calidad, y sus respectivos indicadores propuestos

El Cuestionario es "un medio útil y eficaz para recoger información en un tiempo relativamente breve" en el cual se pueden considerar preguntas cerradas, abiertas o mixtas (Hernández, 2014).

#### **4.5 Plan de análisis**

Para el recojo de datos se realizaron coordinaciones con los representantes de las MYPE del rubro Restaurantes, para obtener la autorización de poder contactar con sus clientes para aplicarles los cuestionarios, los cuales estarán debidamente validados por el juicio de tres expertos. El presente estudio de investigación realiza un plan de

análisis luego de la tabulación y presentación mediante tablas y gráficos, dichos resultados responden a los objetivos de investigación. Se empleará estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se empleará el programa Excel y programas estadísticos.



#### 4.6 Matriz de Consistencia:

Titulo	Problema General	Objetivo General	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Caracterización de la Competitividad y la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes del AAHH. 1 de Junio de Paita, año 2017</p>	<p>¿Cuáles serán las características de la competitividad y la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes del AAHH? 1 de Junio de Paita, año 2017?</p>	<p>Describir las características de la competitividad y la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes del AAHH. 1 de Junio de Paita, año 2017</p>	<p>Según Hernández (2014), la investigación por ser descriptiva a no registra hipótesis</p>	<p>Competitividad</p>	<p>Nivel de Investigación Descriptivo. Tipo de Investigación Cuantitativo. Diseño: No Experimental, Corte Transversal</p>
		<p>Objetivos Específicos a) Determinar las ventajas competitivas de las MYPE rubro restaurantes del AAHH. 1 de Junio de Paita, año 2017. b) Describir las</p>		<p>Gestión de Calidad</p>	<p>Universo O Población: 07 MYPES del AA.HH 1 De Junio De Paita.</p>

		<p>Estrategias competitivas de las MYPE rubro restaurantes del AAHH. 1 de Junio de Paita, año 2017.</p> <p>c) Determinar el nivel de gestión calidad de las MYPE rubro restaurantes del AAHH. 1 de Junio de Paita, año 2017.</p> <p>d) Conocer los factores determinantes de la gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes del AAHH. 1 de Junio de Paita, año 2017.</p>			
--	--	--	--	--	--

#### **4.7 Principios éticos.**

##### **Protección a las personas**

ULADECH Católica (2019), mediante resolución N° 0973-2019-CU ULADECH Católica, establece este principio por el cual las personas que son sujeto de investigación no solo deban participar de forma voluntaria, sino también que se deben respetar sus derechos de confidencialidad y privacidad, principalmente, si se encuentra en situación de vulnerabilidad (**p.2,3**)

## IV.RESULTADOS

### 5.1 Resultados de la encuesta

#### 5.1.1 Datos generales de los clientes

Tabla 1

*Edad*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
18 – 25	120	31.6%
26 – 35	100	26.3%
36 – 45	70	18.4%
Más de 46 años	90	23.7%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes

Elaborado por la investigadora

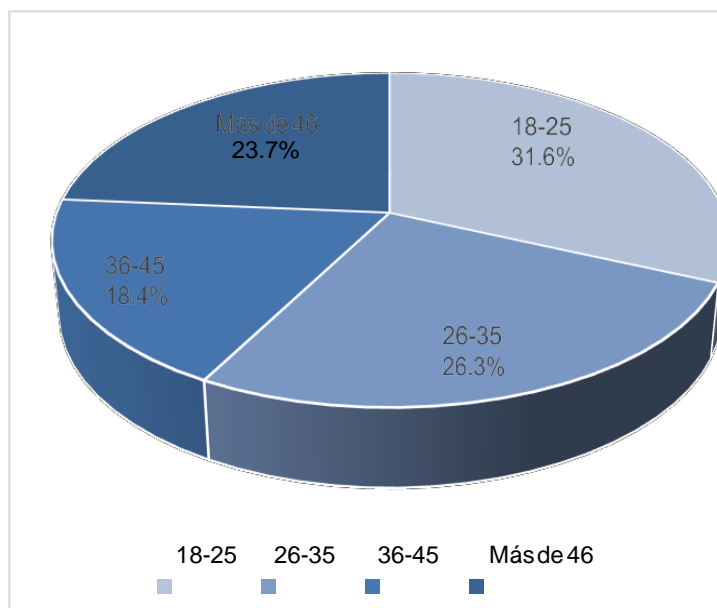


Figura 1: Diagrama circular que representa la edad del cliente

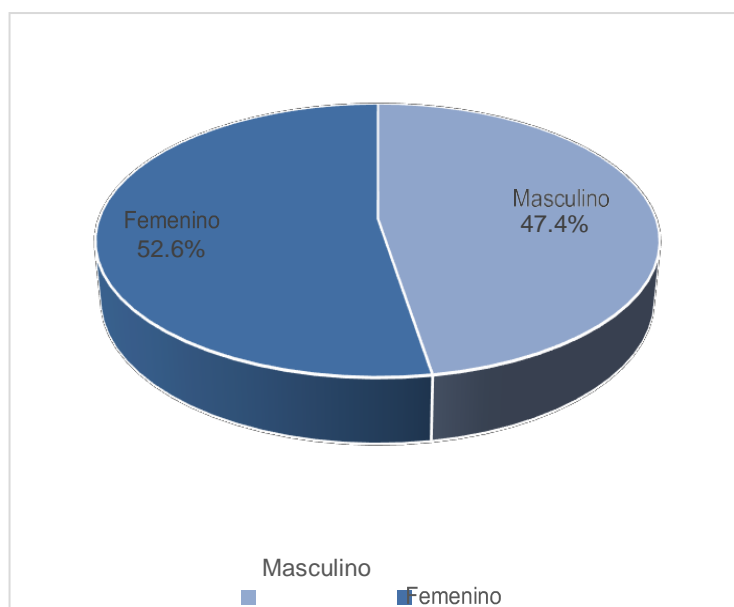
En la Tabla 1, denominada “Edad del cliente” se aprecia que el 31.6% de clientes poseen edades comprendidas entre 18-25; el 26.3% tienen entre 26 a 35 años; el 18.4% cuentan con edades de entre 36 a 45 años y el 23.7% tienen de 46 años a más.

**Tabla 2**

*Sexo*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	180	47.36%
Femenino	200	52.64%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora.



*Figura 2:* Diagrama circular que representa el sexo de los clientes.

En la Tabla 2; titulada “Sexo” Se determina que el 47.4% pertenecen al género masculino y el 52.6% pertenece al género femenino.

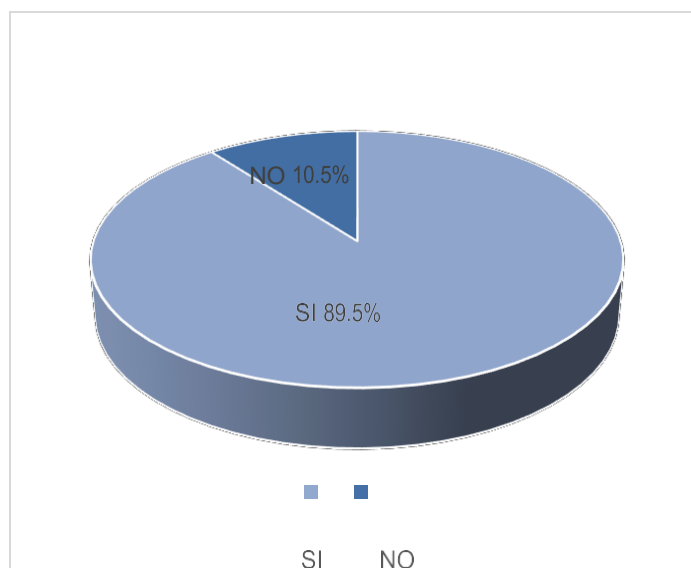
### 5.1.2 Variable Competitividad

**Tabla 3**

**¿Se considera usted un cliente frecuente?**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	340	89.5%
No	40	10.5%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 3:* Diagrama circular que representa la frecuencia de asistencia.

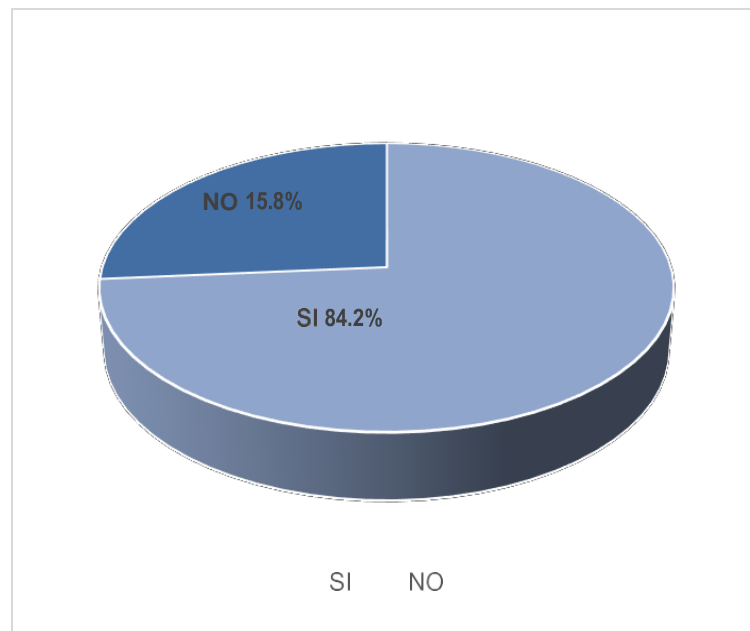
En la tabla 3 denominada “clientes frecuentes”, un 89.5% se considera un cliente frecuente y el 10.5% no se considera un cliente muy recurrente.

**Tabla 4**

*¿Para usted la MYPE posee conocimiento sobre el rubro en el que se desempeña?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	320	84.2%
No	60	15.8%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 4:* Diagrama circular que representa reconocimiento del rubro.

En la tabla 4 denominada “Conocimiento del rubro” el 84.2% considera que conoce el rubro, y el 15.8% que no tiene conocimiento.

### 5.1.2.1 Dimensión Ventajas Competitivas

Tabla 5

*¿Considera que los trabajadores están capacitados para la atención al cliente?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	300	78.9%
No	80	21.1%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora

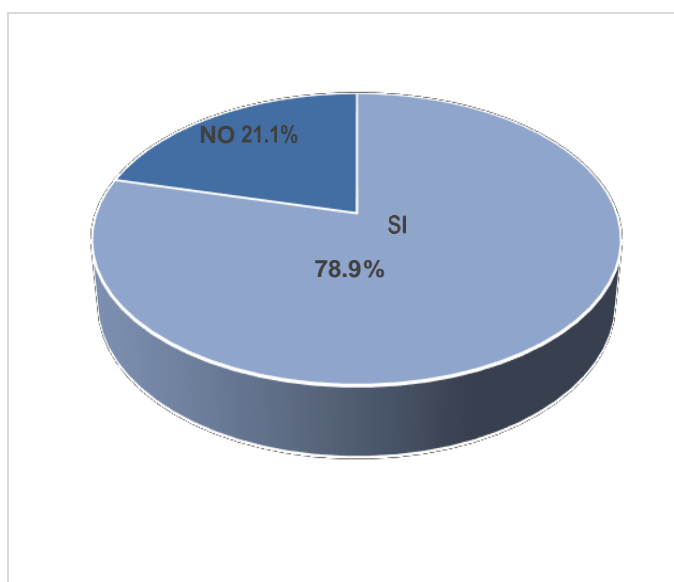


Figura 5: Diagrama circular que representa capacitación de los trabajadores.

En la tabla 5 denominada “Trabajadores capacitados” el cliente considera que el 78,9% están capacitados para la atención y el 21,1% opina que no están totalmente capacitados para brindar sus servicios.



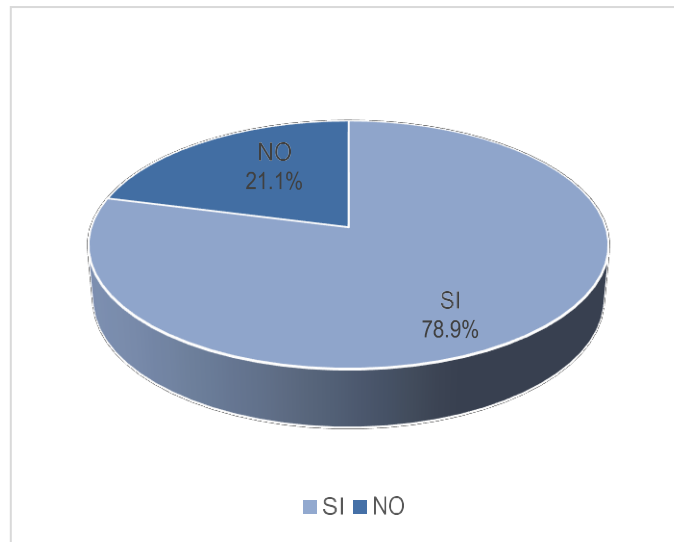
**Tabla 6**

*¿Cree usted que el desempeño de los trabajadores es el adecuado?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	300	78.9%
No	80	21.1%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes.

Elaborado por la investigadora



*Figura 6: Diagrama circular que representa el desempeño adecuado de los trabajadores.*

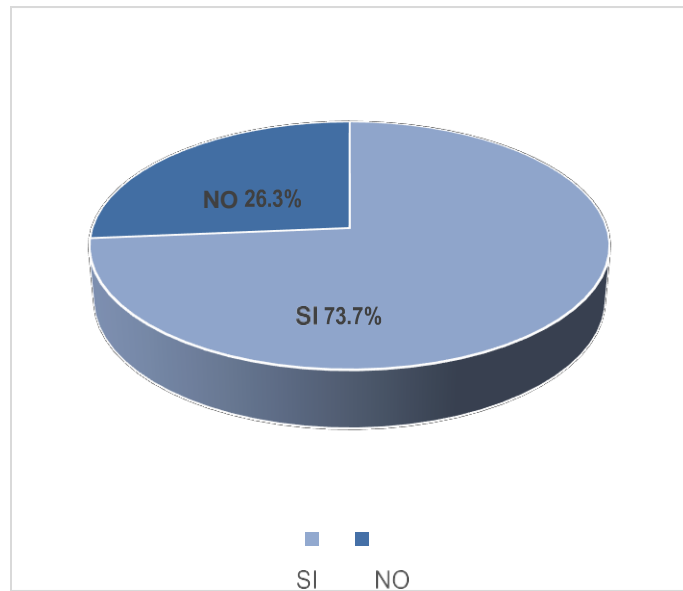
En la tabla 6 denominada “Desempeño adecuado” el 78,9% describe que el desempeño de los trabajadores es el adecuado, mientras que el 21,1% considera que no es lo que esperan en su desenvolvimiento.

**Tabla 7**

**¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	280	73.7%
No	100	26.3%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 7:* Diagrama circular que representa el uso de recursos tecnológicos de la MYPE

En la tabla 7 denominada “Uso de recursos tecnológicos” se considera que la MYPE en un 73,7% si cuenta con recursos tecnológicos, mientras que el 26,3% describe que no cuentan con la tecnología suficiente.

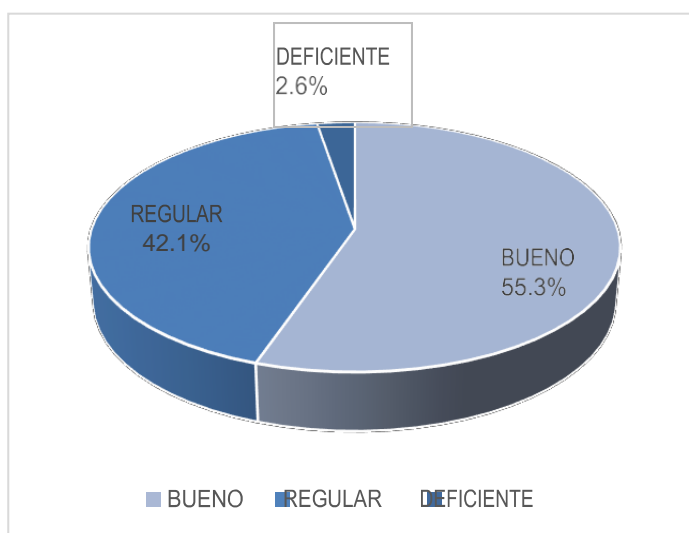
### 5.1.2.2 Dimensión Estrategias Competitivas

*Tabla 8*

*¿Cómo califica la atención al cliente en la MYPE?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	210	55.3%
Regular	160	42.1%
Deficiente	10	2.6%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 8:* Diagrama que representa la percepción de Atención al cliente.

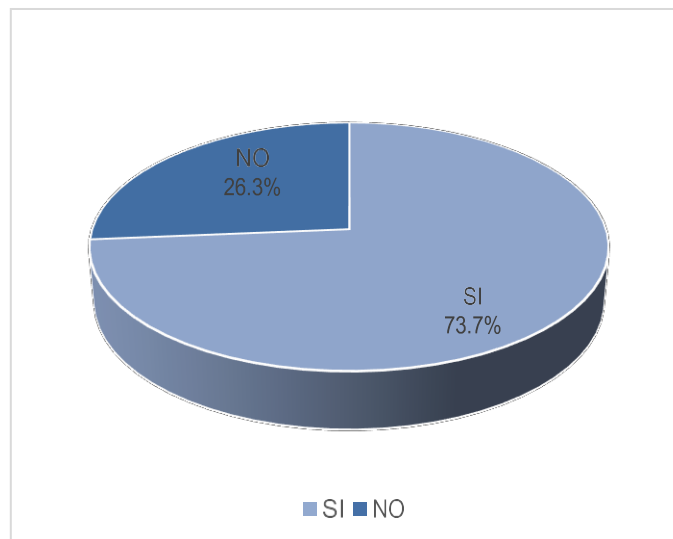
En la tabla 8 denominada “Calidad de Atención” el 55,3% califica la atención al cliente buena, mientras que el 42,1% lo califica como regular y el 2,6% lo evalúa como deficiente.

**Tabla 9**

***¿Considera que las MYPE rubro restaurantes compiten a través de los precios de sus productos?***

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	280	73.7%
No	100	26.3%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes.  
Elaborado por la investigadora



*Figura 9:* Diagrama circular que representa la percepción en competitividad de precios

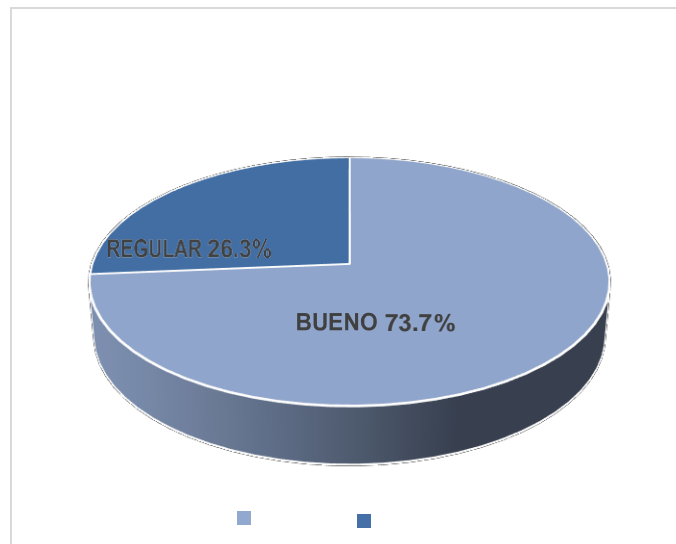
En la tabla 9 denominada “Competitiva en precios” el 73,7% considera que compiten a través de los precios de sus productos, mientras que el 26,3% no lo ve como una competencia de precios.

**Tabla 10**

***¿Considera que la capacidad de respuesta es importante en las MYPE del rubro restaurantes?***

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	280	73.7%
No	100	26.3%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 10:* Diagrama circular que representa importancia de la calidad de repuesta.

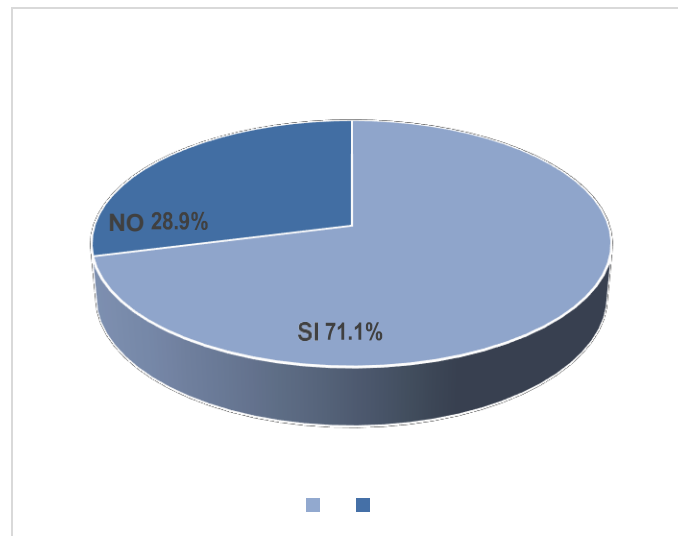
En la tabla 10 denominada “Importancia de capacidad de respuesta” el 73, 7,0% de clientes considera que la capacidad de respuesta es importante en las MYPE, mientras que el 26,3% no lo considera importante.

**Tabla 11**

*¿Considera que la rapidez en el servicio es importante en las MYPE del rubro restaurantes?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	270	71.1%
No	110	28.9%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes.  
Elaborado por la investigadora



*Figura 11:* Diagrama circular que representa la rapidez en servicio.

En la tabla 11 denominada “Atención Rápida” el 71,3% considera que la rapidez en el servicio es importante en las MYPE, mientras que el 28,9% no lo considera importante.

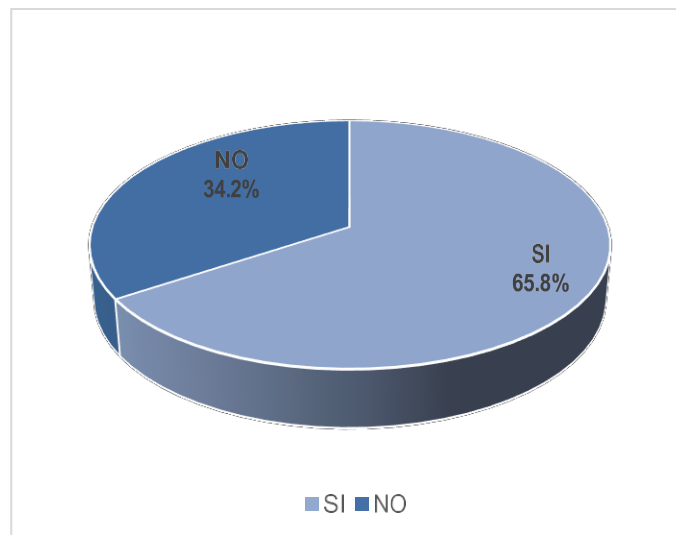
### 5.1.3 Variable Gestión de calidad

**Tabla 12**

*¿Usted considera que las MYPE rubro restaurantes ha mejorado su servicio de atención?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	250	65.8%
No	130	34.2%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 12:* Diagrama circular que representa la mejora en el servicio de atención.

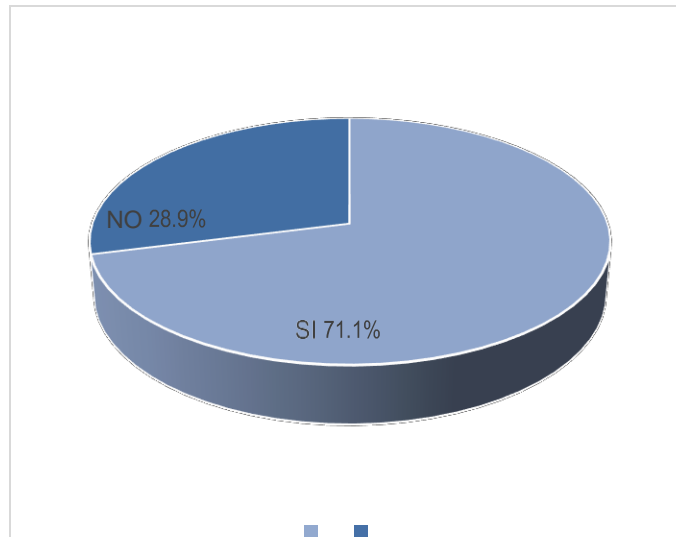
En la Tabla 12, denominada “Mejora en el servicio de atención” se aprecia que los clientes en un 65,8% si consideran que los restaurantes han mejorado su servicio de atención; asimismo el 34,2% manifiestan que no han mejorado.

**Tabla 13**

***¿Para usted, la MYPE cuenta con calidad en sus insumos y materia prima?***

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	270	71.1%
No	110	28.9%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 13:* Diagrama circular que representa el uso de insumos y materia prima de calidad.

En la Tabla 13, denominada “Calidad en sus insumos y materia prima” se evidencia que el 71,1% de los clientes manifiestan que cuentan con calidad de insumos y materia prima para la elaboración de los platos y el 28,9% manifiestan que los productos no poseen insumos de calidad.

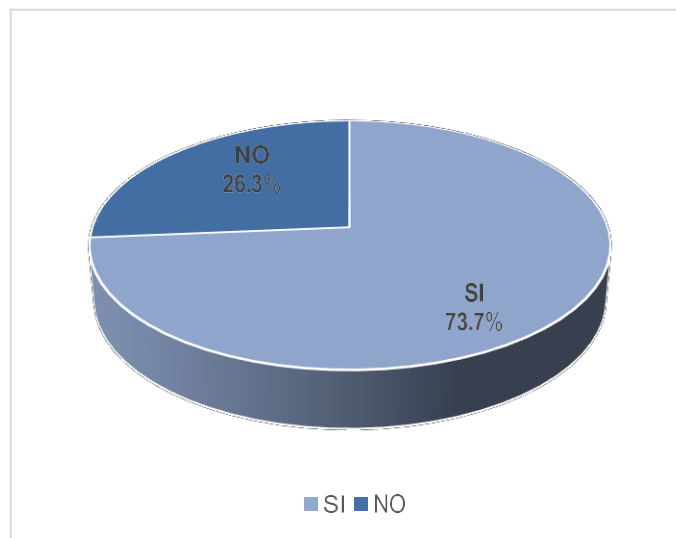


**Tabla 14**

**¿Percibe que las MYPE, guarda una buena relación con todos sus clientes?**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	280	73.7%
No	100	26.3%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



**Figura 14:** Diagrama circular que representa la relación del cliente con la

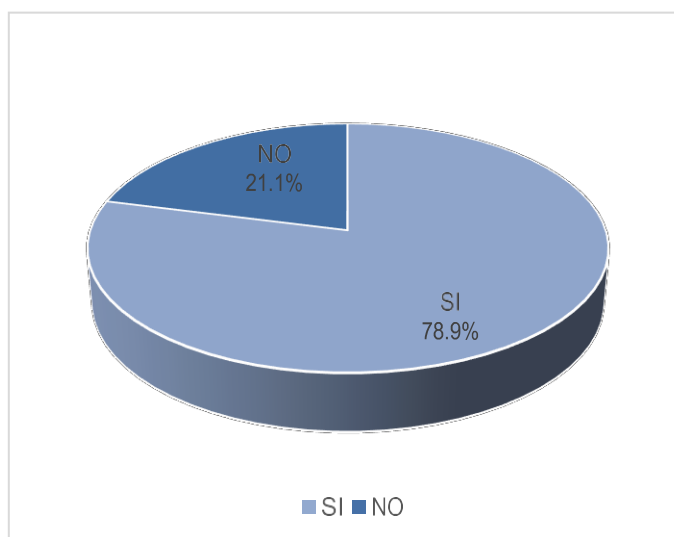
En la Tabla 14, denominada “Relación adecuada con clientes” se evidencia que el 73,7% de los clientes manifiestan que mantienen buena relación con las MYPE y el 26,3% califican mala relación.

**Tabla 15**

***¿Considera que los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes llevan a cabo procesos determinados durante la atención?***

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	300	78.9%
No	80	21.1%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 15:* Diagrama circular que representa procesos de atención de necesidad

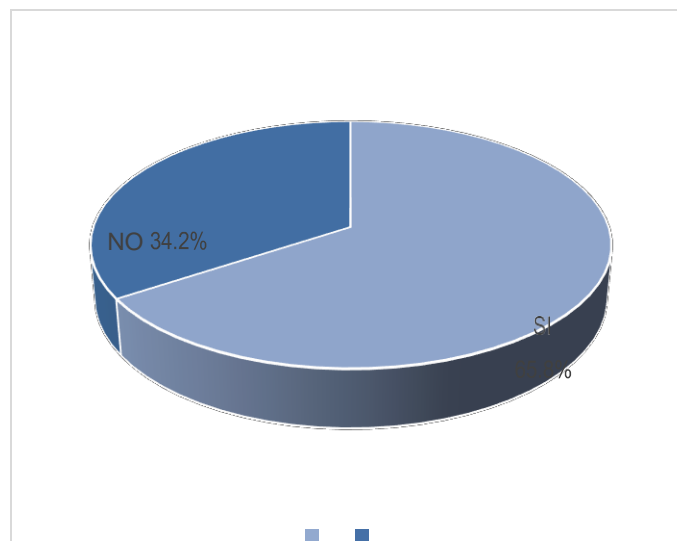
En la Tabla 15, denominada “Proceso de atención” se evidencia que el 78,9 % de los clientes si consideran que están en proceso de atención en las necesidades, así mismo el 21,1% manifiestan todo lo contrario.

**Tabla 16**

*¿Según su percepción los empleados ponen empeño en la atención?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	250	65.8%
No	130	34.2%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 16:* Diagrama circular que representa el esfuerzo en realización de las tareas.

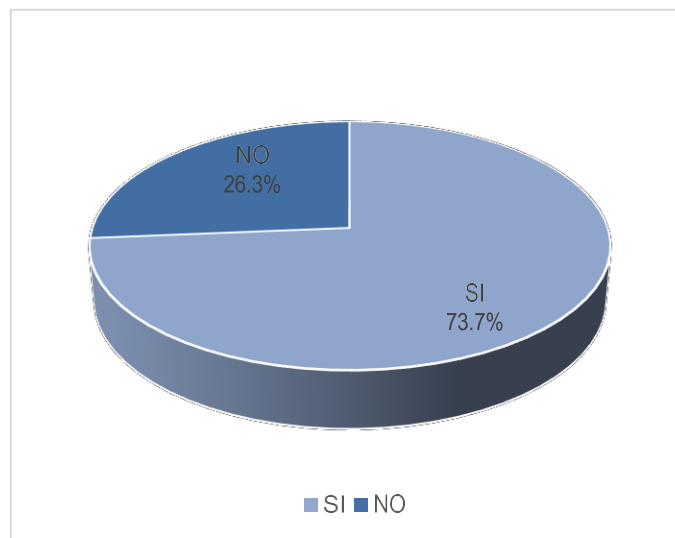
En la Tabla 16, denominada “Empeño en atención” se aprecia que el 65,8% de los clientes si consideran que los trabajadores delas MYPE si se esfuerzan para realizar las tareas encomendadas, así mismo el 34,2% no ponen todo el empeño en el servicio originando una mala percepción al cliente.

**Tabla 17**

*¿Alguna vez le han evaluado sobre la calidad en las MYPE de restaurantes?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	280	73.7%
No	100	26.3%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 17:* Diagrama circular que representa haber sido evaluado sobre calidad de atención.

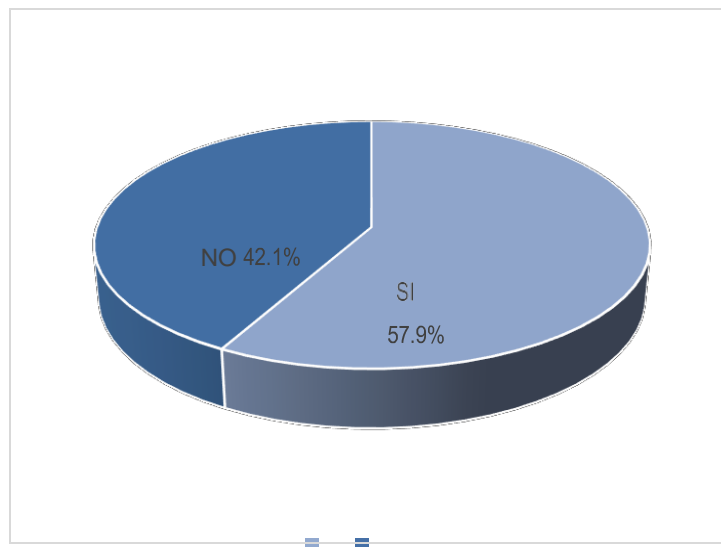
En la Tabla 17 denominada “Evaluación sobre calidad” consideran que el 73.7% de los clientes consideran que los han evaluado al preguntarles si están conforme con la atención, por otro lado el 26.3% señala que no les han evaluado ni consultado sobre la calidad de atención.

**Tabla 18**

*¿Considera que los empleados pueden tomar decisiones por su propia cuenta?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	220	57.9%
No	160	42.1%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 18:* Diagrama circular que representa la percepción de toma de decisiones de trabajadores.

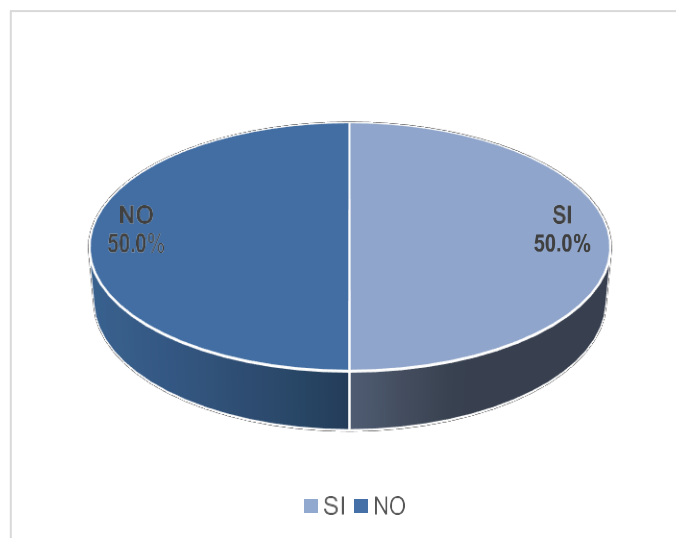
En la tabla 18, denominada “Decisiones de empleados” se determina que el 57.9% de los clientes considera que los trabajadores toman sus propias decisiones, mientras que el 42.1% considera lo contrario.

**Tabla 19**

*¿Considera que en la MYPE se evidencia un liderazgo por parte de la dirección?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	190	50.0%
No	190	50.0%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 19:* Diagrama circular que representa la evidencia de liderazgo por parte de la dirección.

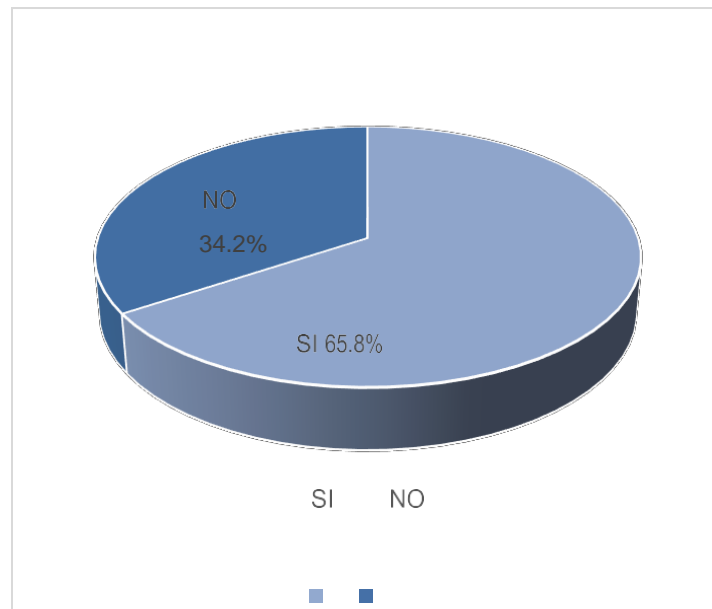
En la Tabla 19, denominada “Liderazgo por parte de la dirección” el 50.0% de los clientes que el dueño del restaurante dirige a sus trabajadores, mientras tanto el 50.0% consideran que no evidencian el rol de un líder.

**Tabla 20**

*¿Los empleados de las MYPE rubro restaurantes están dispuestos a ayudarle ante cualquier problema?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	250	65.8%
No	130	34.2%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 20:* Diagrama circular que representa la percepción de disposición de ayuda.

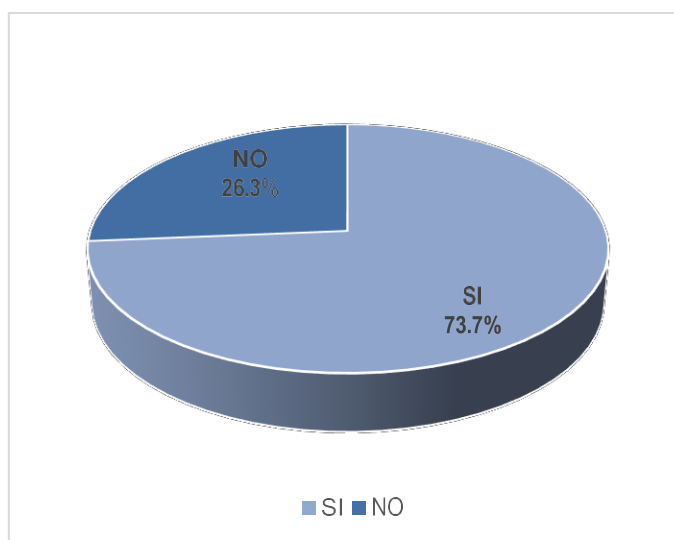
En la Tabla 20, denominada “Disposición de ayuda” el 65.8% consideran que las MYPE están dispuestos a prestar ayuda en cualquier tipo de inconveniente, mientras tanto el 34.2% manifiestan lo contrario

**Tabla 21**

**¿Los empleados de las MYPE del rubro restaurantes le atendieron con amabilidad?**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	280	73.7%
No	100	26.3%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes.  
Elaborado por la investigadora



*Figura 21:* Diagrama circular que representa el buen trato por medio de la atención.

En la tabla 21, denominada “Amabilidad en atención” el 73.7% de los clientes afirman que existe buen trato de por medio de las MYPE al momento de la atención, el 26.3% consideran todo lo contrario.

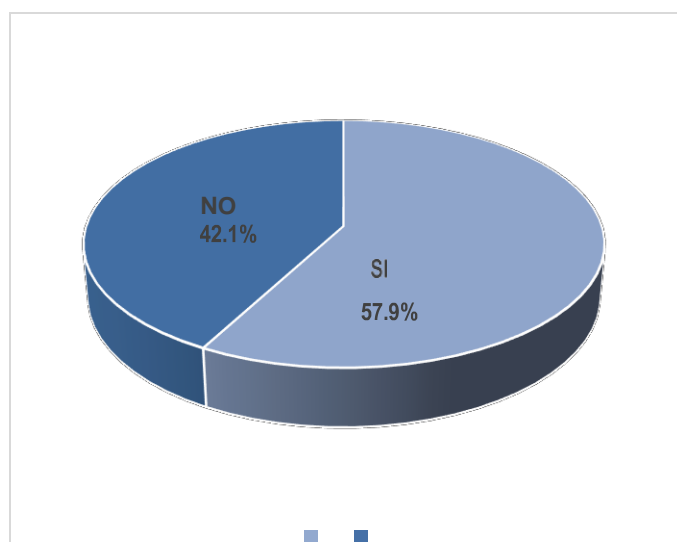


**Tabla 22**

***¿Usted percibe que el personal colabora mutuamente para una mejor atención?***

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	220	57.9%
No	160	42.1%
Total	384	100.0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes  
Elaborado por la investigadora



*Figura 22:* Diagrama circular que representa la percepción de colaboración en trabajo mutuo

En la tabla 22, denominada “Colaboración trabajo en equipo” se evidencia que el 57.9% de los clientes consideran que las MYPE cuentan con personal dedicado al trabajo para conservar población consumidora, mientras tanto el 42.1% opinan lo contrario.

## **5.2 Análisis de los resultados**

### **5.2.1 De acuerdo a los datos generales de los clientes**

En la primera tabla: “Edad del cliente” podemos apreciar que los el 31,6% de los clientes poseen edades comprendidas entre 18 – 25 años, siendo sus principales clientes; el 18;4% entre 36 a 45 años; el 26,3% entre 26 a 35 y solo el 23,7%.

En la segunda tabla, titulada “Sexo”, se evidenció que la mayor parte de clientes son damas, abarcando el 52,6% mientras que el 47,4% son varones. Esto se contrasta con lo obtenido por Armas (2016) quien en su investigación determinó que casi la totalidad de asistentes a las MYPE está formada por caballeros y solo el 8% son damas.

### **5.2.2 Variable Competitividad**

**Objetivo específico N. ° 1: “Determinar las ventajas competitivas de las MYPE Rubro Restaurantes del AA. HH 1° de Junio de Paita, año 2017”.**

De acuerdo a la investigación se pudo determinar que el 89,5% se considera cliente frecuente de la MYPE, siendo este un resultad. Es así entonces que el 78,9% consideran que el personal está capacitado para brindar sus servicios y describe que el desenvolvimiento de los trabajadores es adecuado.

Del mismo modo, el 84,2% de encuestados reconoce que el rubro en estudio es ampliamente conocido, tal es así que los clientes conocen la mayor parte de las MYPE en estudio. Así también el 55,3% de clientes considera que éstas hacen un buen empleo de recursos materiales y el 73,7% realiza un buen uso de recursos tecnológicos, evidenciando poseer la tecnología que brinde comodidad al cliente.

Estos resultados pueden ser comparados a los obtenidos por Ortiz (2018) quien considera que un restaurante debe estar presentable haciendo un buen uso de sus recursos, tal que el 60% manifiesta que siempre debe de estar bien presentable, el 33,3% considera que casi siempre debe estar bien presentable, y tan sólo el 6,7% manifiesta que a veces debe estar bien presentable; esto refleja la importancia de que una MYPE haga buen empleo de sus recursos materiales y tecnológicos ya que un lugar agradable atrae mayor atención de los clientes, complementado ello con el buen trato,

Pérez (2016) señala: “la competitividad en las organizaciones no siempre se determinada por las mismas variables, sino que éstas deben estar en constante cambio; por ejemplo, la localización en la que se hallen es un factor que determinará una ventaja competitiva”.

Esto contrasta perfectamente con nuestro objetivo ya que si las MYPE poseen conocimiento del rubro en el que están, tendrán la suficiente capacidad para poder ingresar al mercado con estrategias que permitan estabilizarse y posteriormente obtener un posicionamiento considerable, así como se tendrá la capacidad de poder entrenar al personal para poder por medio del buen trato, captar la aceptación del cliente.

Objetivo específico N. ° 2: “Describir estrategias competitivas de las MYPE Rubro Restaurantes del AA. HH 1° de Junio de Paita, año 2017”

En esta investigación, se pudo obtener como resultado que el 55,3% de clientes califica la atención en la MYPE como buena, mientras que el 42,1% lo califica como regular

y el 2,6% lo evalúa como deficiente, originando que el cliente opte por la competencia.

Esto se ve reflejado en la importancia que le da el cliente a la calidad de respuesta, ya que el 73,3% considera que es un factor importante al acudir a una MYPE del rubro. La competencia en precios es un aspecto relevante, tal es así que el 73,7% de encuestados considera que éstas compiten en precios, siendo un valor considerable. Asimismo, más de la mitad de encuestados considera que la rapidez en el servicio es importante en las MYPE. Estos resultados guardan relación con los obtenidos por Saavedra (2014), quien determinó que el 50% de encuestados priorizan la atención al cliente y a los obtenidos por Tapia (2016), quien establece que el 40% considera que los negocios son competentes por sus precios, mientras que el 53% de los encuestados ven la necesidad de aplicar promociones como nueva estrategia.

Según La Voz (2014) “el mantener contentos a los clientes es un punto clave para asegurar que los clientes actuales pueden mantenerse fieles durante el tiempo. El no poder cumplir con los plazos o hacer caso omiso a las preguntas puede aumentar su insatisfacción e inducirlos a investigar lo que ofrece la competencia”.

Estos resultados contrastan con nuestro objetivo ya que el buen trato, precios cómodos y una rápida atención determinarán la competitividad entre las MYPE del rubro en estudios, al ser aspectos fundamentales que le permiten al cliente poder discernir a cuál acudir por consumir el producto. Mientras más opciones tenga el cliente, habrá mayor competencia, lo que obligará a las empresas a aplicar estrategias que busquen satisfacerlo.

### **5.2.3 Variable Gestión de calidad**

**Objetivo específico N° 3: “Determinar el nivel de gestión de calidad de las MYPE Rubro Restaurantes del AA.HH 1° de Junio de Paita, año 2017”.**

La investigación tuvo como resultado que la calidad es un elemento determinante para el cliente, tal es así que el 65.8% consideran que los restaurantes han mejorado su servicio de atención; asimismo el 71,1% de los encuestados percibe que las MYPE cuentan con calidad de insumos y materia prima para la elaboración de los platos y el 28,9% manifiestan que los productos no poseen insumos de calidad. Se interpreta que las MYPE cuentan con proveedores que les proporcionan insumos y materia prima de calidad. En cuanto a la relación adecuada con los clientes el 73,7% manifiesta que mantienen buena relación con las MYPE; en cuanto al proceso de atención se llegó a evidenciar que el 78,9 % de los clientes consideran que están en proceso de atención en las necesidades, mientras que el 21,1 todo lo opuesto. Se deduce que están en proceso de cambio, guardando relación con el empeño en atención, en el cual se aprecia que el 65,8% de los clientes si consideran que los trabajadores de las MYPE si se esfuerzan para realizar las tareas encomendadas, así mismo el 34,2% no ponen todo el empeño en el servicio originando una mala percepción al cliente. Se deduce entonces que falta un seguimiento de las políticas de atención.

Respecto a la Evaluación sobre calidad, el 73.7% de los clientes consideran que han sido evaluados para preguntarles si están conforme con la atención.

Coinciden estos resultados con los de Martínez (2017) quien en su investigación determinó que el 77% de los clientes respondió que cuando acude a una MYPE,

Mantiene una buena comunicación con los trabajadores, generando una ventaja ya que los clientes siempre buscan acudir a lugares donde puedan sentirse en confianza, expresar sus opiniones y reciban buen trato.

Estos resultados guardan relación con nuestro objetivo N° 3 ya que los índices en estudio como la calidad en atención, la relación entre los empleados y clientes, y el empeño que muestran en cubrir sus necesidades permitirán determinar el nivel de calidad de las MYPE.

#### **Objetivo específico N° 4: “Conocer los factores determinantes en la gestión de Calidad de las MYPE”**

Se evidenció en la investigación que existe un buen liderazgo por parte de la dirección, ya que como resultado se obtiene que el 50 % de los clientes señala que el dueño de los restaurantes dirige a sus trabajadores, mientras tanto el 50 % consideran que no evidencian el rol de un líder. Respecto al índice “Disposición de ayuda” el 65.8% consideran que las MYPE están dispuestas a prestar ayuda en cualquier tipo de inconveniente, mientras tanto el 34.2% manifiestan lo contrario porque voluntad propia no existe, no haciéndose responsable de las necesidades del cliente.

Esta información se contrasta a la obtenida por Pastora (2017) quien resalta el compromiso y entrega total de sus trabajadores a brindar un buen trato al cliente y a resolver sus inquietudes, ya que el total de los encuestados lo afirma. De este modo el 80% de los dueños de las MYPE manifiesta que transmiten sus conocimientos a sus empleados, lo cual se complementa con la experiencia y desempeño que poseen, generando así un factor determinante para el cumplimiento de un excelente servicio, calidad y competitividad.

La gestión de la calidad requiere estar en constante renovación para poder satisfacer las nuevas necesidades de las empresas y de sus clientes. Según la ISOtools (2016) afirma: “La nueva norma ISO 9001, tiene como principal cometido la mejora de los niveles de satisfacción de los clientes”.

De acuerdo a nuestro objetivo, estos indicadores guardan relación ya que el liderazgo por parte de los líderes a sus empleados, determinará el trato que éstos brindarán a sus clientes, estando siempre dispuestos a ayudar a satisfacer dudas, dejando en los clientes una imagen de excelente servicio.

## V. CONCLUSIONES

De acuerdo al primer objetivo ventajas competitivas, éstas se caracterizan por su reconocimiento de marca y contar con un personal capacitado, en consecuencia se visualiza que el desempeño de éste es adecuado. Del mismo modo se evidencia que cuenta con buenos recursos tecnológicos que favorecen a amenizar el ambiente. Se recomienda brindar mayor capacitación y generar mayor imagen para distinguirse en el rubro.

Con respecto al segundo objetivo indicar las estrategias competitivas, se percibe que la calidad de atención es buena, lo cual se refleja en la capacidad de respuesta por parte del cliente, además el precio de los productos que ofrecen los permiten diferenciarse de la competencia. Se puede evidenciar entonces que contar con estrategias competitivas hará que se pueda conocer la realidad de cada una, ya que el buen trato, precios cómodos y una rápida atención determinarán la competitividad entre las MYPE en estudios

De acuerdo al tercer objetivo nivel de gestión de calidad, es un factor determinante para el cliente, siendo así que se visualiza una mejora en su servicio de atención, contando además con insumos y materia prima de calidad que permiten ofrecer un producto agradable. En cuanto a la relación de la MYPE con el cliente, ésta es buena y, se evidenció que los trabajadores dan su mayor esfuerzo para poder realizar bien sus funciones, originando una buena percepción por parte del cliente. Se recomienda realizar un mayor seguimiento de las políticas de atención.



Con respecto al cuarto objetivo conocer los factores determinantes, se evidencio que existe un buen liderazgo por parte de la dirección, asimismo transmiten sus conocimientos a sus empleados, lo cual complementado con la experiencia que poseen, logran crear un factor determinante para el cumplimiento de un excelente servicio, calidad y competitividad. Se observó también que los trabajadores de la MYPE siempre muestran disposición de ayuda al cliente, dejando en ellos una imagen de excelente servicio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albán (2016). Competitividad y Rentabilidad de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes Pollerías. Sullana 2016
- Arellano. (22 de agosto de 2017). *La calidad en el servicio como ventaja competitiva*. Obtenido de Dialnet-LaCalidadEnElServicioComoVentajaCompetitiva-6128526%20(2).
- Arias de los Santos. (2014). Caracterización del financiamiento y la competitividad de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicios - Rubro Restaurantes de comidas criollas, del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2013-2014
- Bureau Veritas. (2015). *Una mirada colectiva a los Sistemas Integrados de Gestión*. Bureau Veritas Centro Universitario. Madrid, España.
- Callejas. (2015). *EUR-Lex. Obtenido de Estrategias que determinan la competitividad*. Obtenido de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=OJ:C:2015:332:FULL>.
- Cárdenas, A. (2017). *Sistema de gestión de la calidad para la empresa "alimentos balanceados del Ecuador"*. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera Organización de Empresas. Ecuador.
- Diario Exportador. (2016). *DDE. Obtenido de Liderazgo de costos*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/02/que-es-la-estrategia-de-liderazgo-en.html>.

Espinoza.(2016). *Universo, muestra y muestreo*. Obtenido de [http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/UNIVERSO.MUESTRA.Y.MUESTREO.ISO, N. \(s.f.\). sis](http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/UNIVERSO.MUESTRA.Y.MUESTREO.ISO,N.(s.f.).sis).

Ferrero. (2015). *Metodología de la investigación*. Obtenido de Editorial Prentice Hall. Tercera Edición. Colombia

González Barrado, G. (2016). *Aleissistemas*. Obtenido de: <http://www.aleissistemas.com/blog/laimportancialacalidaddelasempresas/>.

González Merino, M. (2015). *Selección de personal: buscando al mejor candidato*. México: Alfaomega

Jimenez. (5 de Diciembre de 2017). *Características de los mercados competitivos actuales*. Obtenido de <https://www.carlosjimenez.info/caracteristicas-de-los-mercados-competitivos-actuales/>

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGRAW-HILL, México.

Industria y Negocio. (2015). *Industria Negocio*. Obtenido de: <https://revistaindustria.com/2015/03/mar-2015-la-productividad-como-ventajacompetitiva/?fbclid=IwAR09D7mW8z6VpXePS8I4WnUnHCMUA9e22TADID5qGg6Fm8wLg4fatRSayA>.

MD World Competitivin ESS Center. (2015). Obtenido de: <http://www.imd.org/wcc/.XePS8I4WnUnHCMUA9e22TADID5qGg6Fm8wLg4fatRSayA>.

- International Organization for Standardization. (2015). INTERNATIONAL Organization for Standardization, Norma ISO 9001. Ginebra.
- Jáuregui (2016). Aprendiendo administración. Obtenido de:  
<https://aprendiendoadministracion.com/las-3-estrategias-genericas-porter/>.
- Lean Manufacturing. (2018). *Departamento de calidad y sus funciones*. Obtenido de  
<https://leanmanufacturing10.com/departamento-de-calidad-y-sus-funciones>
- Lynch, R. (2015). Strategic Management (7th Ed). Harlow: Pearson Education Limited. U.K
- Mantilla; Vilcaundo; Ruíz & Mayorga. (2014). *La innovación tecnológica y la competitividad de las PYMES manufactureras del Cantón Ambato*. Revista Científica Hermes, ISSN-e 2175-0556, N°. 17, 2017, págs. 3-17. Ecuador.
- Marisol, M. R. (2016). Estrategias competitivas en las Organizaciones. *Caribeña de ciencias sociales*, 1.
- Mill, J. S. (2016). *Principios de economía política*. Síntesis .Londres, UK.
- MOUSALLI. (2015). *Metodos y diseño de investigacion* . Obtenido de  
[https://www.researchgate.net/publication/303895876\\_Metodos\\_y\\_Disenos\\_de\\_Investigacion\\_Cuantitativa](https://www.researchgate.net/publication/303895876_Metodos_y_Disenos_de_Investigacion_Cuantitativa)
- Ministerio de la Producción. (2011-2021). *Plan Nacional para la Productividad y Competitividad de las MYPE*. Lima Perú.
- Ministerio de la Producción. (2017). *Estudio de la Situación Actual de las empresas*

*peruanas.* Obtenido de:  
<http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/oee-documentos-publicaciones/publicaciones-anauales/item/790-estudio-de-la-situacion-actual-de-las-empresas-peruana>

Norma Iso 9001. (2015). *Sistema de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario*. Suiza.

Ortíz. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Tumbes, año 2017*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Tumbes, Perú

Palacios Dongo, A. (2018). Perú: Situación de las micro y pequeñas empresas. Obtenido de <https://www.expreso.com.pe/opinion/alfredo-palacios-Dongo/Perú-situación-de-las-micro-y-pequeñas-empresas/>.

Sáiz, J. (2015). *Diagnóstico de capital social en los municipios de Chía, Funza y La Calera ubicados en el borde urbano de Bogotá*. Revista Criterio Libre, 59-75. Colombia.

Shyamal, K., Manoranjan , M., & Nandan, R. (2016). Analysis of pricing decision for substitutable and complementary products with a common retailer. Pacific Science Review A: Natural Science and Engineering, 190-202.

Tuvrheinland. (2016). Norma ISO 9001:2015 ¿Qué esperar y cómo anticiparse? Obtenido de: <https://docplayer.es/126611-Norma-iso-9001-2015-que-esperar-y-como-anticiparse.html>. México.

ULADECH Católica. (2019). *Código de ética para la investigación*. Chimbote Perú:

Resolución N° 0973-2019-CU.

Velázquez Vargas, G. (2016). *Diversas Perspectivas del Marketing*. Obtenido de:

<https://puomarketing-germanvelasquez.blogspot.com/>

# **ANEXOS**

## 1. Cuestionarios



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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “**Caracterización de la competitividad y la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes del AAHH 1 de Junio de Paita, año 2017**”. Se le sugiere marcar con un aspa “X” dentro del paréntesis. Se agradece su colaboración.

#### I. DATOS GENERALES DE LOS CLIENTES

1.1 **Edad del cliente:** 18–25( ) 26–30( ) Más de 30 años ( )

1.2 **Sexo:** Masculino ( ) Femenino ( )

#### II. VARIABLE COMPETITIVIDAD

##### 2.1 Dimensión Características

1. ¿Se considera usted un cliente frecuente?

Si ( ) No ( )

2. ¿Para usted la MYPE posee conocimiento sobre el rubro en el que se desempeña?

Si ( ) No ( )

3. ¿Considera que la MYPE del rubro restaurante es conocida en el mercado local?

Si ( ) No ( )

##### 2.1 Dimensión ventajas

4. ¿Considera que los trabajadores están capacitados para la atención al cliente?

Si ( ) No ( )

5. ¿Cree usted que el desempeño de los trabajadores es el adecuado?

Si ( ) No ( )

6. ¿Cómo considera el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?

Bueno ( ) Regular ( ) Deficiente ( )

7. ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?

Si ( ) No ( )



## **2.1 Dimensión estrategias**

8 ¿Cómo califica la atención al cliente en la MYPE?

Buena ( ) Regular ( ) Deficiente ( )

9 ¿Considera que las MYPE rubro restaurantes compiten a través de los precios de sus productos?

Si ( ) No ( )

10 ¿Considera que la capacidad de respuesta es importante en las MYPE del rubro restaurantes?

Si ( ) No ( )

11 ¿Considera que la rapidez en el servicio es importante en las MYPE del rubro restaurantes?

Si ( ) No ( )



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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “**Caracterización de la competitividad y la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes del AAHH 1 de Junio de Paita, año 2017**”. Se le sugiere marcar con un aspa “X” dentro del paréntesis. Se agradece su colaboración.

**I. DATOS GENERALES DE LOS CLIENTES**

**1.1 Edad del cliente:** 18–25( ) 26–30( ) Más de 30 años ( )

**1.2 Sexo:** Masculino ( ) Femenino ( )

**II. VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

**2.1 Dimensión Nivel de Gestión de Calidad**

1. ¿Usted considera que las MYPE rubro restaurantes ha mejorado su servicio de atención?

Si ( ) No ( )

2. ¿Para usted, la MYPE cuenta con calidad en sus insumos y materia prima?

Si ( ) No ( )

3. ¿Percibe que las MYPE, guarda una buena relación con todos sus clientes?

Si ( ) No ( )

4. ¿Considera que los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes llevan a cabo procesos determinados durante la atención?

Si ( ) No ( )

5. ¿Según su percepción los empleados ponen empeño en la atención?

Si ( ) No ( )

6. ¿Alguna vez le han evaluado sobre la calidad en las MYPE de restaurantes?

Si ( ) No ( )

7. ¿Considera que los empleados pueden tomar decisiones por su propia cuenta?

Si ( ) No ( )

## **2.2 Dimensión Factores determinantes**

8. ¿Considera que en la MYPE se evidencia un liderazgo por parte de la dirección?

Si ( ) No ( )

9. ¿Los empleados de las MYPE rubro restaurantes están dispuestos a ayudarle ante cualquier problema?

Si ( ) No ( )

10. ¿Los empleados de las MYPE del rubro Restaurantes le atendieron con amabilidad?

Si ( ) No ( )

11. ¿Usted percibe que el personal colabora mutuamente para una mejor atención?

Si ( ) No ( )

## 2. Validaciones

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MANUEL GENARO NERINO HINOSTROZA, identificado con DNI 02659237, con el grado de Máster en Ciencias Políticas

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por la estudiante FIORELLA DE YANIRA ARISMENDIS PALOMINO, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL AA HH 1 DE JUNIO DE PAITA, AÑO 2017", que se encuentra realizando.

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

  
Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinostroza  
CLAD 05862

Piura, Octubre 2017.

Ítems relacionados con la variable Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto? SI / NO
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1 ¿Se considera usted un cliente frecuente?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
2 ¿Para usted la MYPE posee conocimiento sobre el rubro en el que se desempeña?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
3 ¿Considera que la MYPE restaurante es conocida en el mercado local?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
4. ¿Considera que los trabajadores están capacitados para la atención al cliente?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
5 ¿Cree usted que el desempeño de los trabajadores es el adecuado?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
6 ¿Cómo considera el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
7 ¿Considera que la MYPE restaurante cuenta con recursos tecnológicos?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
8 ¿Cómo califica la atención al	X			X		X	SI ( ) NO (X)

  
 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Menno Hinojosa  
 CLAD 05862

cliente en la MYPE?							
9 ¿Considera que las MYPE rubro restaurante compiten a través de los precios de sus productos?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
10 ¿Considera que la capacidad de respuesta es importante en las MYPE del rubro restaurante?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
11 ¿Considera que la rapidez en el servicio es importante en las MYPE del rubro restaurante?	X			X		X	SI ( ) NO (X)



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Alenno Hinojosa  
CLAD 05862

Ítems relacionados con la variable Gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO
1. ¿Usted considera que las MYPE rubro restaurantes ha mejorado su servicio de atención?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
2. ¿Para usted, la MYPE cuenta con calidad en sus insumos y materia prima?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
3. ¿Percibe que las MYPE, guarda una buena relación con todos sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
4. ¿Considera que los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes llevan a acabo procesos determinados de los precios durante la atención?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
5. ¿Según su percepción los empleados ponen empeño en la atención?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
6. ¿Alguna vez le han evaluado sobre la calidad en las MYPE restaurantes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
7. ¿Considera que los empleados	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )

  
 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa  
 CLAD 05862

pueden tomar decisiones por su propia cuenta?							
8. ¿Considera que en la MYPE se evidencia un liderazgo por parte de la dirección?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
9. ¿Los empleados de las MYPE rubro restaurante están dispuestos a ayudarle ante cualquier problema?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
10. ¿Los empleados de las MYPE del rubro restaurante le atendieron con amabilidad?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
11. ¿Usted percibe que el personal colabora mutuamente para una mejor atención?	X			X		X	SI ( ) NO (X)

  
 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa  
 CLAD 05862




### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, IVAN ARTURO GUZMAN CASTRO, identificado con DNI 07727308, con el grado de Magister en DOCENCIA CURRÍCULO E INVESTIGACION

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por la estudiante FIORELLA DE YANIRA ARISMENDIS PALOMINO, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL AA HH 1 DE JUNIO DE PAITA, AÑO 2017”**, que se encuentra realizando.

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

  
Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
CLAD N° 5107

Piura, Octubre 2017.

Ítems relacionados con la variable Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO
1 ¿Se considera usted un cliente frecuente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
2 ¿Para usted la MYPE posee conocimiento sobre el rubro en el que se desempeña?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
3 ¿Considera que la MYPE restaurante es conocida en el mercado local?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
4. ¿Considera que los trabajadores están capacitados para la atención al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
5 ¿Cree usted que el desempeño de los trabajadores es el adecuado?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
6 ¿Cómo considera el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
7 ¿Considera que la MYPE restaurante cuenta con recursos tecnológicos?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
8 ¿Cómo califica la atención al cliente en la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
9 ¿Considera que las MYPE rubro							SI ( )

  
 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

restaurante compiten a través de los precios de sus productos?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
10 ¿Considera que la capacidad de respuesta es importante en las MYPE del rubro restaurante?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
11 ¿Considera que la rapidez en el servicio es importante en las MYPE del rubro restaurante?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )

  
 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

Ítems relacionados con la variable Gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO
1. ¿Usted considera que las MYPE rubro restaurantes ha mejorado su servicio de atención?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (X)
2. ¿Para usted, la MYPE cuenta con calidad en sus insumos y materia prima?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (X)
3. ¿Percibe que las MYPE, guarda una buena relación con todos sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (X)
4. ¿Considera que los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes llevan a acabo procesos determinados de los precios durante la atención?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (X)
5. ¿Según su percepción los empleados ponen empeño en la atención?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (X)
6. ¿Alguna vez le han evaluado sobre la calidad en las MYPE restaurantes?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (X)
7. ¿Considera que los empleados	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (X)

  
**Mg. IVAN GUZMAN CASTRO**  
**CLAD N° 5107**

pueden tomar decisiones por su propia cuenta?							
8. ¿Considera que en la MYPE se evidencia un liderazgo por parte de la dirección?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
9. ¿Los empleados de las MYPE rubro restaurante están dispuestos a ayudarle ante cualquier problema?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
10. ¿Los empleados de las MYPE del rubro restaurante le atendieron con amabilidad?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
11. ¿Usted percibe que el personal colabora mutuamente para una mejor atención?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )

  
 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Manuel Ginocchio Vega, identificado con DNI 02867439, con el grado de Magister en ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: \_\_\_\_\_, elaborado por la estudiante FIORELLA DE YANIRA ARISMENDIS PALOMINO, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL AA HH 1 DE JUNIO DE PAITA, AÑO 2017", que se encuentra realizando.

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

  
Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Vv.  
GLAB-0888

Piura, Octubre 2017.

Ítems relacionados con la variable Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO
1 ¿Se considera usted un cliente frecuente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
2 ¿Para usted la MYPE posee conocimiento sobre el rubro en el que se desempeña?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
3 ¿Considera que la MYPE restaurante es conocida en el mercado local?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
4 ¿Considera que los trabajadores están capacitados para la atención al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
5 ¿Cree usted que el desempeño de los trabajadores es el adecuado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
6 ¿Cómo considera el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
7 ¿Considera que la MYPE restaurante cuenta con recursos tecnológicos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
8 ¿Cómo califica la atención al cliente en la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
9 ¿Considera que las MYPE rubro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( )

restaurante compiten a través de los precios de sus productos?							NO ( / )
10 ¿Considera que la capacidad de respuesta es importante en las MYPE del rubro restaurante?	X			X		X	SI ( ) NO ( / )
11 ¿Considera que la rapidez en el servicio es importante en las MYPE del rubro restaurante?	X			X		X	SI ( ) NO ( / )

  
 Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Veg  
 CLAD. 0888



Ítems relacionados con la variable Gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO
1. ¿Usted considera que las MYPE rubro restaurantes ha mejorado su servicio de atención?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
2. ¿Para usted, la MYPE cuenta con calidad en sus insumos y materia prima?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
3. ¿Percibe que las MYPE, guarda una buena relación con todos sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
4. ¿Considera que los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes llevan a acabo procesos determinados durante la atención?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
5. ¿Según su percepción los empleados ponen empeño en la atención?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
6. ¿Alguna vez le han evaluado sobre la calidad en las MYPE restaurantes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
7. ¿Considera que los empleados pueden tomar decisiones por su propia cuenta?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
8. ¿Considera que en la MYPE se	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )

evidencia un liderazgo por parte de la dirección?	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	
9. ¿Los empleados de las MYPE rubro restaurante están dispuestos a ayudarle ante cualquier problema?	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	SI ( / ) NO ( / )
10. ¿Los empleados de las MYPE del rubro restaurante le atendieron con amabilidad?	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	SI ( ) NO ( / )
11. ¿Usted percibe que el personal colabora mutuamente para una mejor atención?	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	SI ( / ) NO ( / )

  
 Lic. Adm. Carlos M. Giocchio Veg  
 CLAD. 0689

### 3. Libro de códigos

	D1	D2	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11
1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2
2	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
3	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1
4	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2
5	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2
7	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
8	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
9	3	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
10	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
11	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
12	4	2	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2
13	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2
14	3	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1
15	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2
16	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
18	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	2	2	1
19	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
20	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
21	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
22	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
23	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1

24	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
25	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2
26	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1
27	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
28	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
29	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
30	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
32	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
33	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
34	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
35	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
36	4	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2
37	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
38	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
39	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
40	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
41	4	2	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2
42	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2
43	3	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1
44	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2
45	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
47	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	2	2	1
48	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
49	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
50	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1

51	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
52	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
53	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
54	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2
55	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1
56	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
57	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
58	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
59	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
60	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
61	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
62	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
63	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
64	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
65	4	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2
66	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
67	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
68	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
69	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
70	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
71	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
72	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
73	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2
74	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1
75	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
76	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
77	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1

78	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
79	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
80	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
81	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
82	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
83	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
84	4	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2
85	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
86	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
87	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
88	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
89	4	2	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2
90	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2
91	3	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1
92	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2
93	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
94	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
95	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	2	2	1
96	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
97	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
98	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
99	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
100	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
101	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
102	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2
103	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1
104	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2

105	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
106	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
107	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
108	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
109	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
110	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
111	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
112	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
113	4	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2
114	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
115	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
116	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2
117	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
118	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
119	3	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
120	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
121	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
122	4	2	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2
123	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2
124	3	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1
125	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2
126	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
127	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
128	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	2	2	1
129	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
130	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
131	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1

132	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
133	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
134	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
135	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2
136	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1
137	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
138	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
139	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
140	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
141	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
142	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
143	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
144	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
145	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
146	4	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2
147	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
148	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
149	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
150	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
151	4	2	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2
152	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2
153	3	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1
154	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2
155	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
156	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
157	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	2	2	1
158	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1



159	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
160	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
161	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
162	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
163	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
164	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2
165	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1
166	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
167	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
168	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
169	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
170	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
171	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
172	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
173	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
174	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
175	4	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2
176	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
177	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
178	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
179	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
180	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
181	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
182	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
183	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2
184	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1
185	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2

186	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
187	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
188	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
189	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
190	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
191	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
192	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
193	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
194	4	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2
195	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
196	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
197	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
198	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
199	4	2	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2
200	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2
201	3	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1
202	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2
203	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
204	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
205	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	2	2	1
206	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
207	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
208	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
209	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
210	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
211	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
212	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2

213	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1
214	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
215	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
216	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
217	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
218	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
219	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
220	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
221	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
222	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
223	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
224	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
225	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
226	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
227	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
228	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
229	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
230	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
231	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
232	4	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2
233	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
234	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
235	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
236	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
237	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
238	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
239	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2

240	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2
241	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1
242	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
243	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
244	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
245	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
246	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
247	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
248	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
249	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
250	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
251	4	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2
252	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
253	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
254	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
255	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
256	4	2	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2
257	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2
258	3	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1
259	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2
260	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
261	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
262	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	2	2	1
263	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
264	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
265	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
266	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1

267	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
268	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
269	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2
270	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1
271	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
272	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
273	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
274	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
275	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
276	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
277	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
278	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
279	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
280	4	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2
281	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
282	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
283	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2
284	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
285	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
286	3	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
287	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
288	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
289	4	2	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2
290	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2
291	3	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1
292	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2
293	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1

294	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
295	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	2	2	1
296	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
297	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
298	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
299	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
300	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
301	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
302	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2
303	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1
304	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
305	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
306	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
307	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
308	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
309	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
310	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
311	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
312	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
313	4	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2
314	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
315	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
316	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
317	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
318	4	2	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2
319	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2
320	3	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1

321	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2
322	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
323	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
324	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	2	2	1
325	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
326	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
327	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
328	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
329	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
330	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
331	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2
332	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1
333	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
334	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
335	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
336	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
337	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
338	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
339	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
340	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
341	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
342	4	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2
343	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
344	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
345	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
346	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
347	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1

348	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
349	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
350	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2
351	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1
352	3	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
353	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
354	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
355	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
356	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
357	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
358	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
359	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
360	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
361	4	1	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2
362	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
363	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
364	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
365	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
366	4	2	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2
367	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2
368	3	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1
369	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2
370	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
371	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
372	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	2	2	1
373	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
374	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2



375	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
376	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
377	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
378	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
379	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2
380	4	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1

**VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD.**

	GC1	GC2	GC3	GC4	GC5	GC6	GC7	GC8	GC9	GC10	GC11
1	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1
4	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
7	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
8	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
9	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
10	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
11	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
12	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
13	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
14	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1
15	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
16	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
17	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
18	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
19	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
20	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
21	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

23	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
24	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
25	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
26	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
27	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
28	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
29	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
32	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
33	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
34	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
35	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
36	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
37	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
38	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
39	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
40	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
41	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
42	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
43	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
44	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
45	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
46	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
47	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1
48	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
49	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1

50	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
51	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
52	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
53	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
54	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
56	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
57	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
58	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
59	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
60	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
61	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
62	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
64	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
65	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
66	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
67	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
68	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
69	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
70	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
71	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
72	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
73	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
74	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1
75	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
76	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1

77	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
78	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
79	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
80	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
81	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
82	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
83	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
84	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
85	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
86	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
87	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
88	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
89	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
90	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
91	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
92	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
93	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
94	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
95	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
96	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
97	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
98	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
99	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
100	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
101	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
102	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
103	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2

104	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
105	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
106	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
107	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1
108	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
109	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
110	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
111	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
112	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
113	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
114	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
115	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
116	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
117	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
118	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
119	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
120	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
121	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
122	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
123	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
124	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
125	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
126	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
127	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
128	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
129	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
130	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1

131	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
132	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
133	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
134	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
135	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
136	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
137	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1
138	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
139	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
140	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
141	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
142	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
143	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
144	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
145	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
146	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
147	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
148	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
149	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
150	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
151	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
152	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
153	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
154	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
155	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
156	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
157	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1

158	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
159	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
160	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
161	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
162	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
163	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
164	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1
165	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
166	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
167	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
168	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
169	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
170	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
171	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
172	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
173	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
174	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
175	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
176	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
177	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
178	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
179	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
180	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
181	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
182	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
183	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
184	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1



185	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
186	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
187	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
188	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
189	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
190	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
191	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
192	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
193	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
194	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
195	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
196	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
197	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1
198	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
199	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
200	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
201	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
202	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
203	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
204	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
205	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
206	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
207	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
208	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
209	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
210	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
211	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1

212	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
213	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
214	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
215	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
216	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
217	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
218	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
219	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
220	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
221	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
222	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
223	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
224	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
225	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
226	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
227	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
228	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
229	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
230	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
231	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
232	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
233	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
234	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
235	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
236	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
237	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
238	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1

239	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
240	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
241	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
242	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
243	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
244	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
245	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1
246	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
247	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
248	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
249	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
250	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
251	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
252	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
253	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
254	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
255	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
256	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
257	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
258	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
259	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
260	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
261	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
262	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
263	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
264	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
265	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1

266	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
267	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
268	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
269	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
270	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
271	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
272	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1
273	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
274	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
275	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
276	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
277	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
278	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
279	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
280	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
281	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
282	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
283	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
284	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
285	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
286	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
287	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
288	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
289	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
290	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
291	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
292	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1

293	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
294	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
295	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
296	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
297	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
298	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
299	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
300	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
301	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
302	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
303	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
304	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
305	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1
306	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
307	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
308	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
309	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
310	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
311	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
312	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
313	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
314	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
315	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
316	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
317	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
318	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
319	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1

320	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
321	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
322	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
323	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
324	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
325	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
326	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
327	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
328	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
329	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
330	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1
331	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
332	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
333	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
334	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
335	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1
336	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
337	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
338	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
339	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
340	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
341	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
342	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
343	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
344	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
345	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
346	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2

347	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
348	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
349	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
350	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
351	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
352	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
353	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
354	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
355	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
356	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
357	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
358	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
359	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
360	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
361	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
362	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1
363	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
364	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
365	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
366	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
367	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
368	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
369	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
370	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
371	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
372	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2
373	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2

374	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
375	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
376	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
377	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
378	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
379	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
380	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1



## Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 23-jul-2020 15:53 -05  
Identificador: 1259251059  
Número de palabras: 6699  
Entregador: 1

INFORME FINAL Por Fiorella Arismendiz Palomino

Visualizador de documentos

Índice de similitud	Similitud según fuente
0%	Internet Sources: 0%
	Publicaciones: 0%
	Trabajo del estudiante: 0%

[incluir citas](#) [incluir bibliografía](#) [excluir todo las coincidencias < 4%](#)

modo:

[Change modo](#) [imprimir](#) [actualizar](#)

[descargar](#)