



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE
LAS MYPES RUBRO RESTAURANTES DEL UPIS
ATUSPARIA – CHICLAYO, AÑO 2021

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

SANTOS MONTALVO GABRIELA MERCEDES

ORCID: 0000-0001-6773-7697

ASESOR

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Santos Montalvo, Gabriela Mercedes

ORCID: 0000-0001-6773-7697

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Chiclayo, 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, Chiclayo, Perú

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000- 0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000- 0002-4650-4322

Miembro

Mgr. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios De Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios por la fortaleza, sabiduría y empeño que me ayudo a continuar en este largo camino de mi carrera profesional.

A mi familia por enseñarme el valor de la educación y del sacrificio que implica convertirse en una profesional.

A mi alma mater la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, por ser mi casa de aprendizaje de valores y de experiencias académicas inolvidables.

DEDICATORIA

A mi madre, a mi mamá abuela, a mi papá abuelo y hermanos, porque son mi razón y motivo de ser mejor día con día y siempre brindarme el apoyo que necesito.

RESUMEN

La presente investigación, titulada “Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MYPES Rubro Restaurantes Del Upis Atusparia – Chiclayo, Año 2021” ha conllevado a la generación del siguiente objetivo general: Determinar las características tiene la gestión de calidad y competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021. Así mismo, la metodología ha sido de tipo cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y descriptivo, en el que se ha alcanzado a contar con un tamaño muestral de 25 colaboradores de las MYPES del rubro de restaurantes del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021, recurriendo a la recolección de datos, por medio del cuestionario. Los resultados han evidenciado que, el 60% de colaboradores de la MYPE coincidió que el restaurante siempre realiza alianzas con el proveedor, otro 52% manifiesta que producen productos de fácil comercialización, mientras que un 44% de colaboradores considera al cliente como parte clave de la MYPE y el 52% colaboradores afirma que la MYPE nunca utiliza la tecnología como medio para el cambio. Concluyendo con respecto a los principios de la gestión de calidad de las MYPES del rubro de restaurantes se identificó que mayormente se aplican las relaciones beneficiosas con el proveedor dado que cuentan con alianzas estratégicas con los proveedores.

Palabras clave: Competitividad, Calidad, Gestión de calidad, Restaurante, Mediana y pequeña empresa.

ABSTRACT

This research, entitled "Management of Quality and Competitiveness of the MYPES Category Restaurants of Upis Atusparia - Chiclayo, Year 2021" has led to the generation of the following general objective: Determine the characteristics of the management of quality and competitiveness of the MYPES category restaurants of the UPIS Atusparia - Chiclayo, year 2021. Likewise, the methodology has been of a quantitative type, with a non-experimental, cross-sectional and descriptive design, in which it has been possible to have a sample size of 25 collaborators of the MYPES of the field of UPIS Atusparia restaurants, Chiclayo, 2021, resorting to data collection, through the questionnaire. The results have shown that 60% of MYPE collaborators agreed that the restaurant always makes alliances with the supplier, another 52% state that they produce easily marketable products, while 44% of collaborators consider the customer as a key part of the MYPE and 52% collaborators affirm that the MYPE never uses technology as a means for change. Concluding with respect to the principles of quality management of the MYPES in the restaurant sector, it was identified that beneficial relationships with the supplier are mostly applied since they have strategic alliances with suppliers.

Keywords: Competitiveness, Quality, Quality management, Restaurant, Medium and small business.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
INDICE DE CUADROS	xv
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	13
2.1. Antecedentes	13
2.1.1. Variable Gestión de Calidad.....	13
2.1.2. Variable competitividad	19
2.2. Bases teóricas	25
2.2.1. Variable Gestión de calidad.....	25
2.2.2. Variable Competitividad	30

III.	HIPÓTESIS	34
IV.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	35
4.1.	Diseño de la investigación	35
4.2.	Población y muestra	35
4.3.	Definición y operacionalización de variables	38
4.4.	Técnicas e instrumento de recolección de datos	41
4.5.	Plan de análisis.....	41
4.6.	Matriz de consistencia.....	42
4.7.	Principios éticos	44
V.	RESULTADOS	46
5.1.	Resultados	46
5.2.	Análisis de los resultados	67
VI.	CONCLUSIONES	76
	ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	78
	RECOMENDACIONES	78
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79
	ANEXOS	86
	ANEXO 01: MATRIZ INDICADOR PREGUNTA	87
	ANEXO 2: CONSTANCIAS DE VALIDACION.....	88

ANEXO 3: VALIDACIONES	91
ANEXO 4: CUESTIONARIO	97
ANEXO 5: LIBRO DE CODIGOS	99
ANEXO 6: RESUMEN DE RESULTADOS	102
ANEXO 7: EVIDENCIA DEL TURNITIN.....	104
ANEXO 8: EVIDENCIA DE NO ADEUDO	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Cuadro de operacionalización de variables</i>	38
Tabla 2 <i>Matriz de consistencia</i>	42
Tabla 3 El restaurante establece estrategias para mejorar su imagen	47
Tabla 4 Considera que existe confianza entre clientes y colaboradores	48
Tabla 5 Considera que la MYPE tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad	49
Tabla 6 El restaurante trata a los clientes como un elemento clave para ellos	50
Tabla 7 El restaurante satisface las necesidades y supera las expectativas del cliente	51
Tabla 8 Considera que existe liderazgo en la MYPE	52
Tabla 9 Se reconoce e incentiva a los colaboradores de la MYPE	53
Tabla 10 Considera que los procesos y responsabilidades están bien definidos al momento de brindar el servicio	54
Tabla 11 Considera que es un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad	55
Tabla 12 El restaurante plantea estrategias para mejorar continuamente	56
Tabla 13 Las decisiones tomadas en el restaurante han sido en su beneficio	57
Tabla 14 El restaurante cuenta con alianzas estratégicas con los proveedores	58
Tabla 15 La MYPE desarrolla ideas innovadoras para el crecimiento de los productos ofrecidos	59
Tabla 16 La MYPE convierte la calidad en parte del vocabulario empresarial	60
Tabla 17 La MYPE prepara productos que son de fácil comercialización y replicación	61

Tabla 18 La MYPE tiene habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva.....	62
Tabla 19 La MYPE da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico	63
Tabla 20 La MYPE utiliza la tecnología como medio para el cambio	64
Tabla 21 La MYPE da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente.....	65
Tabla 22 La MYPE pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos.....	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿El restaurante establece estrategias para mejorar su imagen?	47
Figura 2 ¿Considera que existe confianza entre clientes y colaboradores?	48
Figura 3 ¿Considera que la MYPE tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad?	49
Figura 4 ¿El restaurante trata a los clientes como un elemento clave para ellos?	50
Figura 5 ¿El restaurante satisface las necesidades y supera las expectativas del cliente?	51
Figura 6 ¿Considera que existe liderazgo en la MYPE?	52
Figura 7 ¿Se reconoce e incentiva a los colaboradores de la MYPE?	53
Figura 8 ¿Considera que los procesos y responsabilidades están bien definidos al momento de brindar el servicio?.....	54
Figura 9 ¿Considera que es un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad?	55
Figura 10 ¿El restaurante plantea estrategias para mejorar continuamente?	56
Figura 11 ¿Las decisiones tomadas en el restaurante han sido en su beneficio?	57
Figura 12 ¿El restaurante cuenta con alianzas estratégicas con los proveedores?.....	58
Figura 13 ¿La MYPE desarrolla ideas innovadoras para el crecimiento de los productos ofrecidos?.....	59
Figura 14 ¿La MYPE convierte la calidad en parte del vocabulario empresarial?.....	60

Figura 15 ¿La MYPE prepara productos que son de fácil comercialización y replicación?.....	61
Figura 16 ¿La MYPE tiene habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva?.....	62
Figura 17 ¿La MYPE da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico? ..	63
Figura 18 ¿La MYPE utiliza la tecnología como medio para el cambio?	64
Figura 19 ¿La MYPE da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente?.....	65
Figura 20 ¿La MYPE pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos?	66

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Directorio de MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021	36
CUADRO 2 Población y muestra.....	37
CUADRO 3 Características demográficas	46

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación, titulada “Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MYPES Rubro Restaurantes Del Upis Atusparia – Chiclayo, Año 2021” se ha desarrollado en un contexto, en el que las empresas deberían de haber tenido que desarrollarse a nivel competitivo, con la finalidad de que se pueda alcanzar la existencia de estas mismas, dentro del mercado actual (Pincay y Parra, 2020).

Al día de hoy, en América Latina, se puede exponer el hecho de que las pequeñas empresas, están dejando de depender de las internacionales, en cuanto a la posibilidad de existir, muchas veces dependiendo de la capacidad de estas mismas, y la correlación que puedan demostrar, con la evolución económica de un país, las estrategias tomadas para solventar las crisis y el nivel de competencia, que se espera desarrollar, en base a estrategias de administración interna y externa (Bances, 2018).

En base a ello es que, dentro del contexto nacional, se ha llegado a contar con un crecimiento exponencial de las MYPES, ya que se ahondado en la informalidad que se han dejado de centrar en la calidad de servicios, solo centrándose en la cantidad de ingresos alcanzado. Sin embargo, esta perspectiva ha conllevado a que se pierda potencial en las mismas, si es que se compara con empresas de mayor nivel de competitividad y mejora gestión de calidad, tanto interna como externa (Luna, 2016).

Así mismo, desde el ámbito local, Chiclayo se ha caracterizado por contar con un nivel de empleo informal importante, en donde esto mismo se ha representado por la gran cantidad de MYPES de restauración que han surgido en el último periodo anual, siendo la mayoría de estas, informales (Garrido, 2018).

Campos, (2019) ha definido a la gestión de calidad, como aquella medida de organización y administración interna de las empresas, con la finalidad de alcanzar beneficios, enfocados de forma esencial, en los principios del cliente, liderazgo y enfoque basado en procesos.

Mientras que Obregón, (2017) define a la competitividad, como aquella capacidad con la que cuenta una empresa, en relación al resto de establecimientos que conforman al mismo rubro, en donde se podrá contar con la posibilidad de alcanzar a ocupar una brecha de mercado.

Así mismo, una de las características que ha involucrado a la gestión de calidad de las pequeñas empresas a nivel nacional, es la no aplicación de la normativa ISO 9001:2008, en donde el servicio se ha enfocado en el cliente, la participación de las personas, los diferentes procesos que se desarrollan, relacionados a la gestión y demás elementos preponderantes, ha conllevado a que el beneficio que se haya alcanzado, en cuanto a esta variable, por parte del objeto de estudio, no haya sido maximizado. De igual forma, esto conlleva a ser una desventaja, debido a que la caracterización de los productos y/o servicios, no ha ido acorde con lo exigido por el mercado moderno (Obregón, 2017).

Los planes de negocio que han sido desarrollados al día de hoy, han expuesto el hecho de que la capacidad con la que algunos negocios, han solido enfrentar el desarrollo de las últimas crisis modernas, ha demostrado el nivel de capacidad de las mismas. De igual manera, la plataforma de despliegue que estos han tenido, en cuanto a la posibilidad de evolucionar con el tiempo y exponer una toma de decisiones, basado en los elementos del micro y macro entorno, ha conllevado a que se alcance un nivel de

competitividad alto, en relación a la competencia (Pincay y Parra, 2020).

Las MYPES en el afán de lograr un nivel de competitividad alto se enfrentan a dos factores que cotidianamente se relacionan en el día a día, desde el exterior e interior del negocio, cada día es más difícil que las MYPES se organicen y que logren establecer un plan estratégico visionario; el factor externo o macro se relaciona con las políticas de gobierno, las políticas económicas, el aspecto social, tecnológico, ecológico y legal, por ello a continuación se hace de conocimiento el factor denominado textell.

Mendoza (2019), ha demostrado que más del 79% de los clientes han expresado cierta desconfianza en las MYPES que no han gozado de un nivel de formalidad elevado. Así mismo, el cumplimiento que el personal ha llegado a demostrar en sus labores, ha expuesto la falta de un adecuado control y alineamiento interno. Mientras que, se ha llegado a la conclusión que los elementos principales de desarrollo de este tipo de empresas, se ha de centrar en la Calidad de la innovación, en la formalidad y el acercamiento hacia la correlación con el comportamiento dinámico de la economía.

Aunque en el Perú, las sendas del crecimiento se han ido exponiendo de forma paulatina, la idea de mantener una economía lo menos vulnerable posible, resulta ser un objetivo que involucra la distribución de los ingresos de miles de peruanos, quienes laboran en las MYPES. De igual forma, la capacidad que tienen estas, de generar empleo en el país, ha conllevado a que se pueda afirmar que la fuente que impulsa el crecimiento económico del país, son los pequeños negocios (Luna, 2016).

En base a lo dicho, es que el mundo de los negocios ha demostrado ser un mundo dinámico, en el que los actores deberán de demostrar su participación activa en el

mismo, con la finalidad de desarrollar ambientes laborales que vayan acorde a lo exigido por el mercado y de esta forma, garantizar la fiabilidad de los procesos internos y la esperanza de poder prevalecer con el pasar de los años. Esto mismo, ha sido evidenciado en el continente europeo, en donde más de 21 millones de PYMES han llegado a contribuir en más de la quinta parte del comercio internacional. Tomando como referencia ello, se puede señalar a Italia, como un ejemplo de malas decisiones, en donde la mala administración que habían tenido las MYPES que lo conformaban, ha conllevado a que la crisis produzca un promedio de 26 millones de personas desempleadas (Centurión, 2016).

Así mismo, la informalidad en Chiclayo, ha alcanzado a niveles sin precedentes, en donde la seguridad laboral los diferentes servicios que se ofrecen, la calidad de la mano de obra y la calidad de servicio, no han ido acorde con el nivel de competencia que se espera tener de este tipo de empresas, en donde el nivel de competencia exterior, puede conllevar a la desaparición de muchas que corresponden al mismo rubro. Esto ha alcanzado a involucrar directamente a la productividad de las pequeñas empresas, en donde su desarrollo se ha visto muy frágil, en comparación al nivel de importancia que tienen, dentro de la economía local. Además de lo señalado, más del 5% de las empresas, suelen surgir de proyectos emprendedores, más del 75% cuenta con un tiempo de creación, de entre 0 a 42 meses y más del 25% no suele sobrepasar el periodo señalado, en cuanto a la posibilidad de consolidarse en el formalismo, como tal (Garrido, 2018).

Respecto al factor social en Chiclayo los restaurantes tienen responsabilidad social en el marco de los fundamentos de los derechos humanos, sociales y laborales, consideran de una manera especial el nivel educativo de las personas, respetan la religión, las

creencias y se destacan por conocer los gustos y preferencias, así como los hábitos del consumidor, de manera firme en fechas patronales.

Sin embargo, la velocidad de cambios en la tecnología en los restaurantes ubicados en el UPIS Atusparia, no tienen la fortaleza para estar al nivel de los cambios de tecnología e innovación de equipos para apoyar las actividades del mundo de la gastronomía, los gerentes asumen un rol muy limitado por esto es que sumergen el negocio en el equipo que tienen de tiempo y en muchos casos se debe a la falta de financiamiento, por temor asumir riesgos financieros.

Con respecto a lo ecológico, varía mucho el desempeño de los restaurantes ya que algunos se encuentran en zonas no pavimentadas, en épocas de lluvias es muy difícil el acceso hacia sus locales, por el lodo que se presentan en sus calles, es esto un factor de desventaja en época de verano, que es cuando más lluvias se presentan al año.

El problema histórico de las MYPES es la falta de gestión de calidad, que ocasiona en muchos casos que sean incompetentes, por ello el Perú ha implementado la Ley N° 30056 referido a la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, donde explica que las MYPES son las unidades económicas constituidas como mínimo por una persona natural y jurídica, bajo toda forma de organización que tiene como fin el desarrollo de actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o servicios.

Con relación al factor interno, las MYPES en su mayoría a nivel organizacional y en el desarrollo de sus actividades aplican algunas de las técnicas de las 5 M: maquinaria, métodos, mano de obra, medio ambiente y materia prima.

En relación a la maquinaria usada en funcionamiento desde que se inició operaciones

mantienen los mismos equipos, dado que no tienen ninguna cultura de lo que es operaciones financieras y no se atreven a correr riesgos por temor a no cumplir con las obligaciones de pago, por ello es que no existe cambio de tecnología.

Respecto a los métodos operan de una manera desordenada, no tienen guías, para el procedimiento del proceso de preparación de los alimentos de forma que garanticen la inocuidad de la manipulación de los alimentos, sin embargo, muchos de estos siguen con métodos que les heredaron sus familiares, ya que muchos de estos negocios son multifamiliares, como hasta ahora les ha funcionado, que por eso que no se atreven algún cambio para mejorar y ordenar sus métodos.

El personal que representa la mano de obra en algunos casos es el origen de ciertas fallas, tienen un nivel de estudio básico regular y la gran mayoría de ellos trabaja por poco tiempo de acuerdo a la necesidad o circunstancias que se le presentan, con relación a los alimentos que sufren transformación para obtener un producto final siguen todo un proceso para atender y satisfacer la necesidad del cliente.

El medio ambiente muchas veces juega en contra de estos negocios, ya que por encontrarse en una urbanización popular muchos de ellos sufren por la contaminación de desechos ya que los pobladores no tienen una cultura de limpieza, y votan sus restos de basura por donde les parece mejor y esto afecta mucho a los negocios cercanos, otro problema que presentan estos negocios es la falta de calles pavimentadas, ya que cuando llueve es muy difícil el acceso a ellas.

En cuestión a la materia prima es de fácil acceso, ya que la urbanización se encuentra cercano a un mercado mayorista donde puede acceder a materia prima fresca y accesible en cuanto a precio se refiere, sin embargo, también cuentan con la opción de

que lo lleven a la puerta de su local, ya que hay variedad de proveedores de materia prima.

Además de lo expuesto, la falta de calidad de gestión en las MYPES de restaurantes, ha conllevado al alcance de una baja competitividad, en cuanto a la posibilidad y existencia de demás organizaciones que se encuentran dentro del área de estudio. Esto no solo puede llegar a tener un nivel micro, sino que la afectación puede convertirse en macro, y puede conllevar a que todo el rubro, pueda decaer por no contar con un sin número de elementos, que no solo los afecten en cuanto a la forma de apreciación de los clientes, sino a la medida en que se pueda ofrecer un bien o servicio de alta calidad. En base a ello, es que se ha planteado el siguiente problema de investigación ¿Qué características tiene la gestión de calidad y competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021? Así mismo, el objetivo general, ha sido Determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021. Además, cabe señalar que los objetivos específicos han sido los siguientes: a) Determinar los beneficios de la gestión de calidad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021; b) Conocer los principios de la gestión de calidad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021; c) Conocer la innovación de la competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021; d) Conocer la tecnología de la competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021.

La presente investigación, se ha visto justificada desde el punto de vista social, por el hecho de que se podrá conocer la realidad de la gestión de calidad y el nivel de competitividad de las MYPES, relacionadas al rubro de los restaurantes. Así mismo,

es que esta información no solo conllevará a que se pueda ahondar en mejoras de solución relacionadas directamente con la forma de organización interna, tomando como punto de referencia a los trabajadores, en sí mismos, sino que se podrán plantear las bases para el desarrollo de estrategias compensatorias, relacionadas directamente con la organización interna.

Se puede señalar que el conocimiento de las dimensiones y las variables planteadas, conllevará a que se pueda conocer el nivel de competencia de las MYPES, relacionadas con el rubro de restauración. En base a ello, es que la información podrá ser empleada por instituciones públicas y/o privadas, con la finalidad de que se pueda ahondar en la posibilidad de mejorar el nivel de competencia de las mismas y el de ofrecer medidas rectificadoras de ello, en cuanto a gestión pública y sistema de formalización.

Desde el punto de vista teórico, se puede señalar el hecho de que las variables analizadas corresponden a tener un referente teórico, en cuanto a la posibilidad de demostrar la existencia de las mismas, no solo de estas como tal, sino a nivel de sus dimensiones. Además de ello, desde el punto de vista metodológico, el empleo de un cuestionario validado y el analizar las dimensiones seleccionadas, permitirá que demás investigadores puedan tomar como referencia lo analizado, con la finalidad de estudiar sus objetos de estudio.

La presente investigación sobre restaurantes del UPIS Atusparia delimita de la siguiente manera:

Delimitación espacial: Esta investigación se desarrolla en el Upis Atusparia

Delimitación temporal: El periodo de la presente investigación se da en el periodo de noviembre del 2020 a febrero del 2021.

Delimitación psicográfica: La Característica fundamental de esta investigación es el rubro de la gastronomía en restaurantes.

Delimitación temática: Se determina en base de los temas de gestión de calidad y competitividad, que se desarrolla en el presente estudio.

Haciendo referencia a la metodología, es que se puede señalar las siguientes características:

El tipo de investigación ha sido el cuantitativo, debido a que el instrumento empleado, gozó de representatividad numérica, tal y como lo son, las tablas de frecuencia y gráfico de tortas (Cohen y Gómez, 2019).

El nivel de investigación ha sido el descriptivo, debido a que se esperó a caracterizar al objeto de estudio y a las variables que conforman a la investigación, en cuanto a sus dimensiones e indicadores (Cohen y Gómez, 2019).

El diseño de la presente investigación, no experimental y transversal. Fue considerada como no experimental, debido a que no se hará la manipulación alguna de las variables de estudio. Además, fue considerado transversal, debido a que el instrumento de recolección de datos, será aplicado, en una única oportunidad (Cohen y Gómez, 2019).

En cuanto a la población, es la totalidad de colaboradores con el que cuenta cada restaurante, son 5 MYPES, haciendo una totalidad de 25 colaboradores en total. Cohen y Gómez (2019) define a la población como aquel conjunto de elementos, en los que se podrá recolectar información para poder realizar el estudio esperado, en cuanto a características y/o propiedades.

Como resultado se define que el 44,00% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirma que casi siempre se trata al cliente como

elemento clave para la MYPE, concordando con Luna (2016) que nos dice que se debe mantener determinadas características que permitan que el bien y/o servicio producido, llegue a satisfacer las necesidades de los clientes. Por otro lado, Olivos (2018) define que fidelizar a los clientes depende del trato que le brindas y mucho mejor si usas herramientas como puntajes para llegar algún descuento y/u obsequio.

También se determinó como resultado que el 60% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia coincidió que el restaurante siempre realiza alianzas con el proveedor. Así mismo, Luna (2016) nos comenta que el 39.10% ha señalado que costo cobrado por cada bien o servicio ofrecido, ha llegado a ser el elemento más importante, dentro de las transacciones que se realizan, no solo con un cliente, sino con los proveedores mismos. Gonzales (2017) nos manifiesta que una relación con nuestros proveedores es beneficiosa para aumentar la capacidad de ambos para crear valor y lograr ser mucho más competitivos.

Se determinó como resultado que el 52% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia considera que la MYPE siempre prepara productos que son de fácil comercialización y replicación coincidiendo con Santiago (2016) que menciona que el grado de aplicación de medidas estratégicas compensatorias para mejorar la calidad de gestión y mejorar de forma consecuente, el nivel de competencia, han resultado haber sido efectivas, llegando a competir en el mercado local y convirtiéndose en atractivas para los clientes mismos. Así mismo Rodríguez y Bolaño (2018) indica que la empresa en donde se realizan la preparación de los productos que se esperan comercializar, deberán saberse diferenciar del e la competencia.

Finalmente se determina como resultado que el 52% colaboradores de las MYPES del

rubro restaurante del UPIS Atusparia afirma que la MYPE nunca utiliza la tecnología como medio para el cambio. Coincidió con Guerrero (2019) que sus resultados han señalado que los agricultores han contado con serias limitaciones, en cuanto a la capacidad de gestión de los mercados financieros y tecnológicos. Flores y Huamán (2016) mencionan que la tecnología ha demostrado corresponder a un nivel de competencia importante, dentro de la variabilidad de las necesidades de los clientes, en donde no solo se puede mejorar el nivel de atención, con servicios de mayor tecnología, sino que se puede alcanzar una optimización de la línea de procesos, que conlleve a reducir tiempos o reducir el impacto ambiental o uso de recursos.

Concluyendo respecto a los Beneficios de la gestión de calidad de la MYPES, se identificó que las MYPEs obtienen los beneficios del **aumento de la fidelidad** de los clientes ya que les brindan una buena atención, respeto, buen trato y les brindan un buen producto. En tanto en el **mejoramiento de la posición competitiva** solo a veces se toma en cuenta al sistema de gestión articulado con las áreas para darle lo mejor al cliente. Asimismo, el **Refuerzo de la confianza** se da en la relación amical entre colaboradores y clientes lo que ayuda a conocer que es lo que quiere el consumidor. Además, se identificó que muestran poco interés por el **incremento de la imagen** por la falta de estrategias.

Con respecto a los principios de la gestión de calidad de las MYPEs del rubro de restaurantes se identificó que siempre se aplican las **relaciones beneficiosas con el proveedor** dado que cuentan con alianzas estratégicas con los proveedores. En cuestión del **enfoque al cliente** casi siempre se identifica las expectativas y necesidades de los clientes. También se pudo visualizar que existe **Liderazgo** por el buen trato respeto consideración y empatía que tienen hacia el cliente. Por otro lado,

en el **Enfoque de sistemas para la gestión** los procesos de preparación de alimentos son de dominio de las personas que intervienen. En cuanto al **Enfoque basado en la toma de decisiones** estas por lo general solo a veces benefician a la MYPE. Por otra parte, se tiene que la **Participación del personal** y la **Mejora continua** se vinculan porque normalmente nunca les dan buen trato y motivación al trabajador por que jamás aportan con ideas para mejorar. Y tampoco muestran preocupación en el **enfoque basado en procesos** en el sentido que no existen guías, manuales, procedimientos escritos que definan los procesos.

Con respecto a las innovaciones de la competitividad, en las MYPEs de estudio, mayormente no se ha establecido ideas innovadoras prevalece la **preparación de productos de fácil comercialización. La generación de ideas innovadoras** es limitada por parte de los representantes en no invertir en diseñadores y menos motivar al personal para la generación de ideas. Por otra parte, las MYPEs muestran el despliegue de sus recursos centrándose en la atención al cliente. Sin embargo, estas MYPEs carecen de ideas innovadoras que les permita generar platos competitivos.

Con respecto a la tecnología de la competitividad, las MYPEs estudiadas pocas veces le da importancia al **uso de innovaciones** y desarrollo tecnológico, por miedo a conocer cosas nuevas es que no se atreve a realizar cambios con medios tecnológicos. Por otro lado, en relación a la **colocación de productos y/o servicios** la MYPE posee respuesta rápida a los cambios y satisfacción del cliente para poder crear crecimiento, sin embargo, las MYPEs de estudio no se ha atrevido a presentar al mercado productos que puedan ser mejorados.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable Gestión de Calidad

Pincay y Parra (2020), en su investigación titulada “Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador”, publicado por la Revista de Ciencias, Ecuador, se han planteado como objetivo general, el determinar la gestión de calidad de las PYMES del rubro de comercialización, en el Ecuador. El tipo de investigación alcanzado, ha sido el aplicado, en donde se ha recurrido a un diseño no experimental, descriptivo, recurriendo al instrumento de fichas de recolección de datos, para poder caracterizar al objeto de estudio, en cuanto a la posibilidad que se ha tenido de evaluar no solo el tipo de empresas existentes, sino el de analizar la ocurrencia de los diferentes elementos que las han conformado.

En la citada investigación líneas arriba llegaron a la conclusión de que las PYMES que han operado en el rubro de la comercialización, han demostrado un nivel de informalidad elevado, en donde más de la mitad de los trabajadores, con los que se ha contado, no contó con ningún tipo de seguro. Además de ello, los procesos que han sido desarrollados dentro de la misma, han expuesto la necesidad de implementar medidas correctivas, para llegar a mantener el nivel de competencia deseado. Y también se ha podido señalar que, las prácticas de este tipo de empresas, han conllevado a exponer falencias en cuanto a la posibilidad que han demostrado, respecto a mantener una línea de procesos que haya demostrado una mejora en cuanto a tiempos de entrega, alcanzado de esta forma, una mejora en la calidad de

los procesos internos, respecto al sistema de entregas.

Centurión (2016), en su investigación titulada “Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del santa”, publicado por la Revista de Crescendo Institucional, Ecuador, se ha planteado como objetivo general, el analizar la gestión de calidad, la formalización, la competitividad, el financiamiento, el grado de capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas. El tipo de metodología que ha sido empleado, ha sido el aplicado, con un diseño descriptivo, en el que se ha recurrido a la revisión documentaria, para poder caracterizar a las variables de estudio.

En base a lo expuesto en esta investigación, se ha podido concluir que más de 100 pequeñas empresas, han expuesto el hecho de que la informalidad al momento de haberlas creado, ha conllevado a que el nivel de competencia de estas, haya generado una gran desventaja, en el otorgamiento de créditos monetarios; así como, en el posicionamiento de las mismas. También concluyó que la rentabilidad de una empresa y el financiamiento que esta puede llegar a alcanzar, se han visto relacionados directamente con la gestión interna, y la posibilidad de que se pueda justificar el ingreso permanente, en base a mantener un control de calidad en todas las líneas de procesos, principalmente los que tienen que ver con el área de producción.

Narváez (2016), en su investigación titulada “Diseño de un sistema de gestión de calidad (SGC) con la norma ISO 9001:2015 para el área de tecnologías de la información de la Universidad Politécnica Salesiana”, Universidad Politécnica

Salesiana, Ecuador, se ha planteado como objetivo general, el diseñar un sistema de gestión de calidad, basándose en la norma ISO 9001:2015. El tipo de investigación ha sido el aplicado, con un diseño descriptivo, en el que se ha considerado una muestra de 47 trabajadores, recolectando la información por medio del cuestionario.

En la investigación de líneas arriba se ha concluido que, dentro del enfoque de la propuesta de diseño, se ha implementado un conjunto de actividades de seguimiento y de auditoría interna, que han permitido el garantizar el nivel de dirección y control, de los sistemas de calidad. Así mismo, la propuesta diseñada, para la mejora de la productividad, ha llegado a mejorar un 15% la calidad de la gestión interna, en su dimensión de innovación.

Luna (2016), en su investigación titulada “Caracterización De La Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio– Rubro Restaurantes En El Distrito De Nuevo Chimbote, 2013”, publicado por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, se ha planteado como objetivo general, el caracterizar a la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, del rubro de restaurantes. Así mismo, el tipo de investigación ha sido el aplicado, con un diseño descriptivo, en el que se ha recurrido a la aplicación de la estadística descriptiva, con la finalidad de poder caracterizar a una población de 90 empresas pequeñas, con un tamaño muestral de 23 MYPEs.

Así mismo, en esta investigación se determinó como conclusión de estas que la mayoría de las MYPEs, se ha caracterizado con no cumplir con los estándares de calidad que han sido expuestos por la normativa ISO. Así mismo, un gran porcentaje ha señalado que costo cobrado por cada bien o servicio ofrecido, ha llegado a ser el

elemento más importante, dentro de las transacciones que se realizan, no solo con un cliente, sino con los proveedores mismos. Por lo que también se determinó que la gestión de calidad de las micro empresas, tiene que ver directamente con el desarrollo de las capacidades que estas puedan llegar a desarrollar, principalmente porque la conformación como empresa misma, constituye de que se pueda mantener determinadas características que permitan que el bien y/o servicio producido, llegue a satisfacer las necesidades de los clientes.

Campos (2019), en su investigación titulada “Caracterización De La Gestión De Calidad Y La Atención Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas De Servicios Rubro Restaurantes En El Distrito De Sullana Año 2018”, publicado por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Sullana, se ha planteado como objetivo general, el caracterizar a la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro empresas, del rubro de los restaurantes, en el distrito de Sullana, durante el periodo anual, 2018. El tipo de investigación ha sido el aplicado, con un diseño descriptivo, en el que se ha tomado como instrumento de evaluación, al cuestionario, con un tamaño muestral de 384 personas.

En base al desarrollo de la investigación líneas arriba se ha demostrado que la mayoría de encuestados, ha señalado que la empresa analizada, no ha contado con la responsabilidad social necesaria, como para poder alcanzar un nivel de servicio eficiente. Además de ello, se determinó que la gestión de calidad, se ha visto muy relacionada con el grado de fidelización de los clientes mismos, en cuanto a una buena atención, la reducción de tiempos de atención y a consecuencia de ello, el ofrecimiento de un producto que vaya acorde a las necesidades del público objetivo.

Rodríguez (2016), en su investigación titulada “Caracterización De La Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MYPEs En Los Servicios De Venta De Electrodomésticos En El Distrito De Juanjuí, Año 2016”, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, San Martín, se ha planteado como objetivo general, el determinar la relación entre la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí, durante el año 2016. El tipo de investigación ha sido el aplicativo, con un diseño correlacional, en el que se ha tomado como población de estudio a los trabajadores de 6 micro empresas.

Por lo tanto, como conclusiones de esta investigación se ha podido demostrar que todas las empresas han sido formales, en donde la gran parte de las técnicas de benchmarking, han sido empleadas dentro de la organización. En base a ello también se determinó el hecho de que las empresas han podido coexistir con empresas de mayor envergadura, durante un promedio de 4 años.

Urcia (2017), en su investigación titulada “Caracterización De La Gestión De La Calidad Y Competitividad De Las MYPEs Del Sector Comercial, Rubro De Zapaterías Del Distrito De Chiclayo, 2016”, publicado por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chiclayo, se ha planteado como objetivo general, el evaluar la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercial, del rubro de zapaterías del distrito de Chiclayo. Así mismo, el tipo de investigación ha sido el básico, con un diseño descriptivo, en el que se ha tomado como referencia a 15 colaboradores, quienes han expuesto sus percepciones, al haber sido encuestados por el investigador de campo.

Así mismo, las conclusiones de esta investigación han demostrado que el nivel productivo de las empresas, ha dependido directamente de los colaboradores, en cuanto a la posibilidad de estos, para poder alcanzar a desarrollar mejores procesos, dentro de la línea de acción. Por lo que el desarrollo humano, dentro de un establecimiento, ha alcanzado a ser un elemento fundamental para que una persona pueda alcanzar a desarrollar una gestión de calidad, que permita mejoras competitivas en la empresa u organización.

Dávila (2017), en su investigación titulada “Gestión de calidad para incrementar la rentabilidad en la empresa GM Fiori Industrial SRL, 2017” publicado por la Universidad Pedro Ruiz Gallo, Chiclayo, se ha planteado como objetivo general el analizar la gestión de calidad, en cuanto a la posibilidad de incrementar la rentabilidad en la empresa Fiori. El tipo de investigación ha sido el aplicado, con un diseño descriptivo, en el que se ha considerado como tamaño muestral a un total de 34 trabajadores, en el que se ha alcanzado a contar con la aplicación de un cuestionario para la recolección de datos.

Así mismo, se señaló como conclusión que el estado financiero de la empresa, ha sido uno de los principales motivos por los que no se ha podido implementar una propuesta de mejora del nivel de gestión de calidad, debido a que no se ha contado con los recursos oportunos para ello. Mientras que también se determinó que el análisis de la gestión interna, ha permitido contar con información relevante, en cuanto al desarrollo de una herramienta clave, para mejorar la calidad en la rentabilidad de la empresa misma, mejorando de igual forma, las ratios de recuperabilidad y, por ende, los estados financieros.

Castillo y Cueva (2019), en su investigación titulada “Propuesta Para La Implementación Del Sistema De Gestión De Calidad Basado En La Norma Iso 9001:2015 En El Molino Capricornio Import S.A.C., Chiclayo”, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, se ha planteado como objetivo general, el desarrollar una propuesta para poder implementar un sistema de gestión de calidad, en base a la norma ISO 9001. El tipo de investigación ha sido el aplicado, con un diseño descriptivo, en el que se ha recurrido a la revisión bibliográfica de más de 14 investigaciones, con la finalidad de que se haya podido recolectar la información necesaria, para responder a los objetivos de la investigación.

En las conclusiones de la investigación antes mencionada se ha señalado que la mayoría, si ha llegado a cumplir con lo expuesto en la norma mencionada. Mientras que también se determinó que, mediante una propuesta de implementación de gestión de calidad, basado principalmente en la normativa vigente, es que se ha podido mejorar mayormente los procesos internos desarrollados, en cuanto a la competencia y la liberación de los productos.

2.1.2. Variable competitividad

Ibarra et al. (2017), en su investigación titulada “Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California”, publicado por la Revista de Estudios Fronterizos, Ecuador, se ha planteado como objetivo general, el analizar la competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas de manufactura, ubicadas en Baja California. Así mismo, el tipo de investigación ha sido el básico, con un diseño descriptivo, en el que se ha buscado medir la competitividad, mediante el uso del instrumento ficha de recolección de datos.

De igual forma, en las conclusiones se ha señalado que la producción y las operaciones de este tipo de empresas, se ha visto mermado por la calidad interna de su gestión, conllevando a que las empresas pequeñas, alcancen un nivel de competitividad, realmente bajo. Por lo que el nivel de competencia de una empresa, corresponde a ser una limitante, en cuanto a la posibilidad de adquisición de préstamos y financiamiento.

Barco (2016), en su investigación titulada “Los factores de competitividad en las pequeñas y medianas empresas y la Responsabilidad Social Empresarial”, Revista de Ciencias Económicas, México, se ha planteado como objetivo general, el determinar los factores de competitividad en las pequeñas y medianas empresas. El tipo de investigación ha sido el aplicado, con un diseño descriptivo, en el que se ha buscado conocer la realidad de las MYPES, mediante la aplicación de una revisión bibliográfica.

En las conclusiones se ha demostrado que las contribuciones de las investigaciones empíricas, respecto a este tema, han llegado a exponer la realidad de las empresas, en cuanto al desarrollo competitivo de las mismas. Por lo que el nivel de competitividad en las empresas, ha dependido de forma preferente, en el grado de percepción que las acciones internas, hayan podido generar en los compradores, tales como la responsabilidad social.

Santiago (2016), en su investigación titulada “Calidad de la innovación Y Competitividad Empresarial”, Universidad de Ambato, Ecuador, se ha planteado como objetivo general, el determinar la relación entre la Calidad de la innovación y la competitividad en las empresas. El tipo de investigación ha sido el aplicado, con

un diseño descriptivo, en el que se ha analizado el cumplimiento de las normativas ISO, por parte de las micro empresas analizadas.

Además de ello, se concluyó que los riesgos laborales y la calidad de los gastos de contaminación, se han visto afectados de forma preferente, ante problemas competitivos dentro de las organizaciones analizadas y que el grado de aplicación de medidas estratégicas compensatorias para mejorar la calidad de gestión y mejorar de forma consecuente, el nivel de competencia, han resultado haber sido efectivas, llegando a competir en el mercado local y convirtiéndose en atractivas para los clientes mismos.

Contreras (2018), en su investigación titulada “Gestión De La Calidad Con Enfoque Al Cliente Y Su Relación Con La Competitividad En Microempresas Farmacéuticas Del Cercado De Lima Caso: Galería Capón Center 2013”, se ha planteado como objetivo general, el determinar la relación entre la gestión de la calidad y la competitividad de las micro empresas farmacéuticas en el cercado de Lima. El tipo de investigación ha sido la aplicada, con un diseño descriptivo, en el que se ha considerado como tamaño poblacional, a 70 dueños de empresas.

Mientras que, se ha concluido que el enfoque al cliente, ha sido elemento de estudio, en donde se ha evidenciado que este ha dependido de forma preferente, respecto a la competencia de la empresa.

Sigueñas (2019), en su investigación titulada “Gestión Empresarial y La Competitividad De Las Empresas Comerciales En La Asociación De Propietarios Acomerced, Huacho, 2019”, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho, se ha planteado como objetivo general, el determinar la relación entre la

gestión empresarial y la competitividad de las empresas comerciales, en la asociación de propietarios Acomerced, ubicado en Huacho. El tipo de investigación ha sido el aplicado, con un diseño descriptivo, en el que se ha tomado como tamaño poblacional, a 296 propietarios de empresas pequeñas.

Mientras que, se ha concluido que la competitividad de la empresa analizada, ha dependido preferentemente de la calidad de los bienes y/o servicios producidos; así como, el nivel de satisfacción del cliente que estos hayan alcanzado a generar.

Obregón (2017), en su investigación titulada “La Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio Rubro Alquiler De Maquinaria Y Equipos De Construcción En El Distrito De Independencia, 2016”, publicado por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Trujillo, se ha planteado como objetivo general, el Analizar a la gestión de calidad y el nivel de competitividad de las micro empresas, del rubro de alquiler de maquinaria y de equipos de construcción. Así mismo, el tipo de investigación ha sido el aplicativo, con un diseño no experimental, en el que se ha recurrido al empleo del instrumento cuestionario, habiendo sido aplicado a un total de 70 micro empresas.

En base a lo dicho, las conclusiones han demostrado que, la mayoría de las veces, se ha llegado a demostrar fiabilidad en los bienes y/o servicios que han sido ofrecidos. Mientras que, mayormente las empresas no gozaban del nivel de Calidad de la innovación necesaria, como para evidenciar el hecho de generar un desarrollo económico viable, dentro de un nivel de competencia elevado, en cuanto al área de estudio tratado. Por lo que las MYPES han gozado de un nivel de conocimiento

parcial, en cuanto a la calidad de gestión y la competitividad.

Dávila (2017), en su investigación titulada “Caracterización De La Formalización Y Competitividad De Las MYPES Del Sector De Confección De Ropa Para Damas Del Distrito De Chiclayo, 2016”, publicado por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chiclayo, se ha planteado como objetivo general, el analizar la caracterización existente entre la formalización y la competitividad de las MYPES, ubicadas en el distrito de Chiclayo, que se han dedicado a la fabricación de ropa. El tipo de investigación ha sido el aplicado, con un diseño transversal y no experimental, en el que se ha recurrido a la aplicación de un cuestionario, hacia un total de 43 trabajadores de las entidades analizadas.

En base a lo expuesto se pudo concluir, que las empresas no han gozado de un adecuado planeamiento estratégico, yendo acorde con la falta de calidad de gestión en estas. Así mismo, las operaciones y la administración empírica que ha caracterizado a las entidades, se han visto empeorada por la falta de control, clima organizacional y carencia de conocimientos administrativos y el sistema de gestión de las MYPES, ha demostrado una deficiente gestión, que ha involucrado directamente a la competitividad dentro del rubro y a limitar el escalamiento de estas empresas.

Mendoza (2019), en su investigación titulada “Estrategias Para Mejorar La Competitividad Internacional De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Parque De Artesanías, Monsefú 2015”, publicado por la Universidad Privada Juan Mejía Baca, Chiclayo, se ha planteado como objetivo general, el analizar las estrategias para poder mejorar el nivel de competitividad de las micro y pequeñas empresas del

parque de artesanías. El tipo de investigación ha sido el aplicado, con un diseño descriptivo, en el que se ha buscado conocer al objeto de estudio, en base a la aplicación de un cuestionario, dirigido hacia los clientes de estas empresas, habiendo sido un total de 84 clientes.

Así mismo se llegó a la conclusión, que el cumplimiento del personal que ha llegado a demostrar en sus labores, ha expuesto la falta de un adecuado control y alineamiento interno y los elementos principales de desarrollo de este tipo de empresas, se han de centrar en la Calidad de la innovación, en la formalidad y el acercamiento hacia la correlación con el comportamiento dinámico de la economía.

Guerrero (2019), en su investigación titulada “Propuesta De Asociatividad Para Mejorar La Gestión Y Competitividad De Los Productores De Pimiento Piquillo En El Distrito De Motupe Región De Lambayeque”, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, se ha planteado como objetivo general, el desarrollar una propuesta asociativa para la mejora de la gestión y la competitividad, de los productores de Pimiento Piquillo. El tipo de investigación ha sido el aplicado, con un diseño descriptivo, con un tamaño muestral de 12 trabajadores, aplicando como instrumento de recolección de datos, a la ficha de entrevista.

Como resultado de las evidencias del objeto de estudio, se pudo concluir que los agricultores han contado con serias limitaciones, en cuanto a la capacidad de gestión de los mercados financieros y tecnológicos. Por lo que la afectación que ha generado una baja competitividad en las empresas, ha sido la carencia de metodologías de mejora de los procesos productivos; así como, una carencia en el fortalecimiento socio empresarial, de los agricultores mismos.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Variable Gestión de calidad

Campos (2019) define a la gestión de calidad, como aquella organización interna que caracteriza a una empresa, con la finalidad de que se pueda alcanzar una mejora en los beneficios de la misma, relacionado directamente con el liderazgo, la forma en la que se sobrellevan a los recursos humanos y el enfoque que se ha tenido, en cuanto a los procesos desarrollados.

Cabe señalar que la gestión de calidad, ha llegado a cumplir un papel sumamente importante, dentro de toda empresa, sea el rubro que sea, debido a que se llega a garantizar una adecuada gestión interna que promueve el hecho de ofrecer un producto o un servicio de mayor calidad, contando de forma preferente, una mejor capacidad de respuesta por parte de la institución y de los recursos humanos con los que se cuenta (Olivos, 2018).

Así mismo, es que se pueden tocar temas que se relacionan con la calidad del clima organizacional, la gestión empresarial o las estrategias de motivación que son llevadas a cabo, todas estas centradas en alcanzar la máxima productividad, dentro de la organización. Si bien es cierto, evaluar la gestión de calidad puede llegar a ser complicado, Campos (2019), señala que las dimensiones que conforman a la variable en estudio, son: los beneficios y los principios de esta misma.

2.2.1.1. Beneficios

Los beneficios de la gestión de calidad, están enmarcados en base a: la mejora esperada de la calidad de la imagen, el refuerzo de la confianza dentro de la organización, el mejoramiento de la posición competitiva de esta y el incremento de la fidelidad de los

clientes. Tomando como referencia ello, es que se puede sostener que las ventajas de alcanzar a contar con un nivel de gestión de calidad elevado, corresponden a mejorar de la confianza que los clientes, tienen, con respecto a los bienes y/o servicios que se desarrollan (Olivos, 2018).

Calidad de la imagen: La calidad imagen de un negocio es el centro de atracción de clientes, es por esto que se trata de mejorar continuamente en relación a calidad de imagen ya que es parte vital de una buena gestión. (Olivos, 2018).

Refuerzo de la confianza: Generar confianza es casi siempre la base del éxito de cualquier negocio. Muchas veces se cree que es un tema en que los clientes tienen que creer en ti y en tus productos y servicios. Sin embargo, generar confianza dentro de tu negocio es igual de importante: tus empleados deben confiar en los demás. Cuando no lo hacen, la comunicación, el trabajo en equipo y el rendimiento se ven afectados. (Olivos, 2018).

Posición competitiva: esta depende de cuanto empeño le pongas a tu producto o negocio para lograr un aumento en clientes, optimizar procesos de trabajo, optimizar costos, entre otros para lograr convertirte un negocio competitivo. (Olivos, 2018).

Fidelidad de los clientes: Fidelizar a los clientes depende del trato que le brindas y mucho mejor si usas herramientas como puntajes para llegar algún descuento y/u obsequio, el que también estés pendiente de sus fechas especiales fomenta su lealtad. (Olivos, 2018).

2.2.1.2. Principios

La calidad aparece como principio de una empresa en el siglo XXI y se encuentra vinculado a aquella organización que busca consolidarse, crecer y desarrollarse para

tener éxito. Los principios de gestión de calidad son las grandes premisas que se utilizan para transmitir por la alta dirección de la organización. Campos (2019)

Hablando acerca de los principios en los que se basa la gestión de calidad, Campos (2019) señala: el enfoque al cliente y el enfoque basado en los procesos. Cuando la empresa se empieza a enfocar en los clientes, se puede señalar el hecho de que la misma organización debe preocuparse por conocer a sus clientes, en cuanto a la posibilidad de mejorar el nivel de atención y el de desarrollar productos que lleguen a satisfacerlos de forma total.

Ha sido de esta forma, en la que los principios en los que se ha enfocado toda gestión de calidad, deben garantizar no solo un mejor control interno, sino que deben hacer énfasis en los clientes y en el enfoque que se tiene respecto a los mismos, en donde estos deberán ser tomados en cuenta, como eje principal de diseño de bienes y/o servicios; así como, el orientar la atención hacia un servicio de calidad, que promueva el reconsumo (González, 2017).

Los ocho principios que conforman a la gestión de calidad, son el enfoque al cliente, el liderazgo, la participación del personal, el enfoque basado en procesos, el enfoque de sistema para la gestión, la mejora continua, el enfoque basado en hechos para la toma de decisión y las relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor. Cuando se habla acerca del enfoque al cliente, se señala que todo bien o producto producido, deberá ser desarrollado para satisfacer las necesidades de los clientes (González, 2017).

Así mismo, es que toda empresa deberá contar con un líder, que pueda dirigir a la misma, hacia el cumplimiento de los objetivos estratégicos. Esto mismo, solo puede

ser alcanzado con una participación activa del personal, dentro de las acciones programadas, enfocando cada una de ellas, en determinados procesos que conlleve al logro de estos objetivos. Mientras que, el líder es que el deberá de garantizar que la gestión de los procesos, conlleve a la mejora continua, en cuanto a que los hechos puedan ser basados en la toma de decisiones y pueda haber una relación mutua, en cuanto al proveedor (Gonzáles, 2017).

El enfoque al Cliente, todos los negocios dependen netamente de sus clientes y/o consumidores, es por esto que se debe satisfacer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, cumplir con sus requerimientos y hacer esfuerzos para exceder a las expectativas de los empleados. (Gonzáles, 2017).

El Liderazgo, aquellas personas líderes son las que logran establecer unidad de propósito y lograr orientar al negocio, estos tratan de siempre mantener un ambiente donde los colaboradores se involucran completamente para lograr conseguir los objetivos de la empresa. (Gonzáles, 2017).

La Participación del personal, Los colaboradores son la esencia del negocio, el compromiso que estos puedan mantener con el negocio posibilita que todas las habilidades con las que cuente, sean utilizadas para la mejora del negocio. Motivar con reconocimientos e incentivos al personal es de vital importancia ya que se puede lograr conseguir un compromiso con empresa. (Gonzáles, 2017).

El enfoque basado en los procesos, Un resultado deseado se consigue más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso. El cambio reside en la concepción de la empresa. Ha dejado de ser una empresa por departamentos o áreas funcionales para ser una empresa por

procesos para poder crear valor a los clientes, (González, 2017).

El Enfoque de sistema para la gestión, Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficiencia y eficacia de una empresa para conseguir sus objetivos. El fin último que se persigue es el logro de los objetivos marcados. Para ellos será necesario que la empresa detecte y gestione de forma correcta todos los procesos interrelacionados. (González, 2017).

La Mejora continua, La mejora continua del desempeño general de las empresas debe ser un objetivo permanente. La mejora continua de los procesos se consigue con el ciclo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar), para mejorar. (González, 2017).

Enfoque basado en hechos para la toma de decisión, 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. (González, 2017).

Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor, Una empresa y sus proveedores son interdependientes, y una relación beneficiosa para aumentar la capacidad de ambos para crear valor. Es por esto que es necesario implementar estrategias de alianza con los proveedores para ser mucho más competitivos. (González, 2017).

2.2.1.3. Teoría de la gestión de calidad

La teoría que ha sido desarrollada por Federico Taylor, referente a la gestión de calidad, y bien denominada como “Teoría de la calidad”; señala que los niveles de producción de una empresa, no solo deberán de medirse con respecto a la cantidad de bienes y/o

servicios producidos, sino que tienen que depender de la cantidad de bienes y servicios de calidad que se hayan producido (González, 2017).

Así mismo, es que se puede tomar como referencia a la incorporación de estándares de calidad, con la finalidad de que se puedan controlar los tiempos de producción, las operaciones dentro del sistema productivo, todas estas en base a un modelo de producción que permita alcanzar a un nivel de satisfacción elevada (González, 2017).

Los estándares de calidad han llegado a contar con un nivel de importancia significativo, dentro de la sociedad moderna, debido a que estos se han desarrollado con la finalidad de poder establecer medidas mínimas de comportamiento y tratamiento del cliente; así como, condiciones mínimas de calidad de un bien o servicio ofrecido, en cuanto a la posibilidad de alcanzar la excelencia (González, 2017).

2.2.2. Variable Competitividad

La competitividad es definida como aquella capacidad con la que cuenta una organización, en cuanto al desarrollo de ventajas competitividad, respecto al resto de organizaciones que conforma a la competencia. Además de ello, se puede señalar que el desarrollo de cierta habilidad, la adquisición de nuevas tecnologías o el alcanzar a contar con diferentes atributos, corresponde a depender de la misma empresa (Obregón, 2017).

Dentro del ámbito empresarial, es que se puede señalar el hecho de que las empresas tendrían que alcanzar un mayor detalle, respecto al precio y a factores derivados de este. Respecto al precio, se puede señalar que la empresa deberá de ser capaz de contar con un valor de costo, que pueda alcanzar al promedio del costo que ofrecen sus competidores. Mientras que, la consecución de ello, no debería de afectar a las

ganancias relativas de la organización (Domínguez y Gutiérrez, 2017).

Obregón (2017) ha señalado que las dimensiones que conforman y describen a la competitividad, son: innovación, tecnología, entre otras.

2.2.2.1. Innovación

La innovación empresarial, es definida como aquella ventaja competitiva que una empresa puede llegar a alcanzar, en cuanto a la posibilidad de verse diferenciada de sus competidoras más cercanas, dentro del mismo rubro. Además de ello, es que la cuota de mercado, depende de la capacidad que tiene una empresa, para poder desenvolverse de forma eficiente, en la elaboración de un bien o servicio (Mendoza, 2019).

La importancia de la innovación, corresponde a relacionarse directamente con mejores niveles de progresión, en cuanto a diseño de bienes y/o servicios, que permitan que estos puedan alcanzar un mejor nivel de satisfacción de los clientes mismos, debido a que se comprende que las necesidades cuentan con un nivel de variabilidad importante, conforme es que el resto de la competencia, va desarrollando símiles más novedosos (Mendoza, 2019).

Los indicadores que se encargan de describir a la dimensión innovación, son la generación de ideas innovadoras y la preparación de productos que sirvan para la distribución de los mismos, en miras de la optimización de las ganancias. (Rodríguez y Bolaño, 2018).

La generación de ideas innovadoras, depende principalmente de la misma empresa, en donde la preparación de los productos, la atención al cliente y el servicio brindado deberá de saberse diferenciar del resto de la competencia, con la finalidad de que se

mejore la calidad de la recordación en los consumidores (Rodríguez y Bolaño, 2018).

Preparación de productos para la comercialización, comercializar un producto depende principalmente de los objetivos que se pretenden alcanzar, la preparación del producto que quiera ser lanzado al mercado lo define la MYPE, tomando en cuenta que debe diferenciarse de la competencia, para que este tenga éxito (Rodríguez y Bolaño, 2018).

2.2.2.2. Tecnología

Cuando se habla acerca de la tecnología, es que se puede señalar que esta es el conjunto de conocimientos que se tienen, respecto a una determinada actividad, en donde el nivel de satisfacción de las necesidades, conllevará a que se pueda incurrir en un nivel tecnológico más representativo. Los indicadores que se encargan de describir a esta dimensión, son: el uso de innovaciones y la colocación de los productos y/o servicios (Flores y Huaman, 2016).

En el uso de innovaciones, se puede señalar que la empresa misma, es la única responsable de que se pueda mejorar las diferentes actividades que se desarrollan dentro de la línea de procesos, en cuanto a los departamentos de producción o los departamentos de administración que la conforman. (Dávila, 2017).

La colocación de los productos y/o servicios, muchas veces, depende de la forma en la que se empleen herramientas relacionadas con el marketing digital, llegando a ser considerado al día de hoy, como una medida referente a la optimización de comunicación con el cliente (Dávila, 2017).

Al día de hoy, la tecnología ha demostrado corresponder a un nivel de competencia importante, dentro de la variabilidad de las necesidades de los clientes, en donde no

solo se puede mejorar el nivel de atención, con servicios de mayor tecnología, sino que se puede alcanzar una optimización de la línea de procesos, que conlleve a reducir tiempos o reducir el impacto ambiental o uso de recursos (Flores y Huaman, 2016).

2.2.2.3. Teoría de la competitividad

Haciendo referencia a la teoría de la competitividad, se puede señalar lo expuesto por Michael Porter, el cual ha señalado que la prosperidad de las empresas, de cualquier rubro, sin existir una tipicidad en específico, ha llegado a demostrar que conlleva una relación directamente proporcional, con el nivel de producción de los bienes y/o servicios que son producidos por esta (Dávila, 2017).

En base a lo expuesto, es que la teoría de la competitividad, señala que una empresa deberá de centrarse en las dimensiones que sean necesarias, con la finalidad de que se puedan mejorar los estamentos expuestos anteriormente, señalando de esta forma, que el nivel de brecha de mercado llegada a satisfacer, sean mayor, conforma iría aumentando su competitividad (Dávila, 2017).

III. HIPÓTESIS

Dado que esta investigación es de tipo Descriptiva, no presenta ninguna hipótesis. según Arias (2012) esos análisis descriptivos, se miden, se evalúan o recolectan datos referentes a varios aspectos, dimensiones o componentes irregulares a averiguar, culminando al termino de recoger toda lo científico, detallar lo medido. Ya que la averiguación descriptiva se basa en la especificación de un hecho, ya sea un fenómeno, persona o sociedad, con el termino de constituir su organización y conducta. Los resultados de este modo de investigación se sitúan en un nivel intermedio en cuanto a lo calado de los estudios a que se describe.

IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Diseño de la investigación

El nivel de investigación ha sido el descriptivo, debido a que se esperó a caracterizar al objeto de estudio y a las variables que conforman a la investigación, en cuanto a sus dimensiones e indicadores (Cohen y Gómez, 2019).

El tipo de investigación ha sido el cuantitativo, debido a que el instrumento empleado, gozó de representatividad numérica, tal y como lo son, las tablas de frecuencia y gráficos de torta (Cohen y Gómez, 2019).

El diseño de la presente investigación, no experimental y transversal. Fue considerada como no experimental, debido a que no se hará la manipulación alguna de las variables de estudio. Además, fue considerado transversal, debido a que el instrumento de recolección de datos, será aplicado, en una única oportunidad (Cohen y Gómez, 2019).

4.2. Población y muestra

Población

En cuanto a la población, es la totalidad de colaboradores con el que cuenta cada restaurante, son 5 MYPES, haciendo una totalidad de 25 colaboradores en total. Cohen y Gómez (2019) define a la población como aquel conjunto de elementos, en los que se podrá recolectar información para poder realizar el estudio esperado, en cuanto a características y/o propiedades.

CUADRO 1 Directorio de MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo,
año 2021

N° de orden	Nombre de la MYPE	RUC	N° de trabajadores
01	Restaurante A	216	4
02	Restaurante B	125	6
03	Restaurante C	612	5
04	Restaurante D	103	7
05	Restaurante E	811	3

Fuente: Elaboración propia

Muestra

En base a ello, es que se contó con un tipo de muestra no probabilística, en donde la totalidad de la muestra, debió de corresponder a representar a la muestra total. Así mismo, se contó con un muestreo de tipo intencional, en donde la única posibilidad de que estos no sean encuestados, es la de la negación de los mismos (Cohen y Gómez, 2019)

Se trabajó con grupo de 05 MYPES dedicadas al rubro de restaurantes, donde se tiene en cuenta que la totalidad del personal de la MYPE que es de 25 colaboradores por lo que no requirió de aplicación estadística lo que quiere decir que la población y la muestra serán iguales, es decir: $N=25$, entonces $n=25$. Sea este el caso el tamaño de la muestra que se utilizó en la presente investigación son los colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia.

CUADRO 2 Población y muestra

POBLACION	Cohen y Gómez (2019) define a la población como aquel conjunto de elementos, en los que se podrá recolectar información para poder realizar el estudio esperado, en cuanto a características y/o propiedades.	
	Variable	Fuente de obtención de datos
P1	Gestión de calidad es finita	25 colaboradores
P2	Competitividad es finita	25 colaboradores
MUESTRA	Se contó con un tipo de muestra no probabilística, en donde la totalidad de la muestra, debió de corresponder a representar a la muestra total. Así mismo, se contó con un muestreo de tipo intencional, en donde la única posibilidad de que estos no sean encuestados, es la de la negación de los mismos. Cohen y Gómez (2019)	
	Variable	Tamaño muestral
M1	Gestión de calidad es finita	25 colaboradores
M2	Competitividad es finita	25 colaboradores

Fuente: Elaboración propia

Criterios de inclusión: Se incluyen a todos los colaboradores disponibles en las MYPEs de restaurantes del UPIS Atusparia.

Criterios de exclusión: Se excluye a los colaboradores de las MYPEs de restaurantes del UPIS Atusparia, que no están disponibles.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Tabla 1

Cuadro de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Fuente	Escala	Metodología
Variable 1 Gestión de calidad	Campos (2019) ha definido a la gestión de calidad, como aquella medida de organización y administración interna de las empresas, con la finalidad de alcanzar beneficios, enfocados de forma esencial, en los principios del cliente, liderazgo y enfoque basado en procesos.	Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento de la imagen • Refuerzo de la confianza • Mejoramiento de la posición competitividad • Aumento de la fidelidad de clientes 	Cuando se habla acerca de los beneficios, se puede ahondar en la posibilidad de conocer la calidad de los beneficios mismos, en los se ha basado el mantener una gestión de calidad.	Colaboradores de restaurantes	Ordinal	<p>Diseño metodológico</p> <p>Diseño no experimental – descriptivo - transversal</p> <p>Población y muestra</p> <p>Población:</p> <p>25 colaboradores de las MYPES del rubro restaurantes del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021</p>
		Principios	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque al cliente 	Se hace referencia a la evaluación de los principios en los que se ha basado la gestión			

			<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Participación del Personal • Enfoque basado en procesos • Enfoque de sistemas para la gestión • Mejora continua • Enfoque basado en la toma de decisiones • Relaciones beneficiosas con el 	de calidad mismo, respecto a la atención de los clientes.			<p>Muestra: Muestra no probabilística, 25 colaboradores</p> <p>Unidad de análisis Colaboradores de las MYPES del rubro restaurantes del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021</p> <p>Técnica de recolección de datos Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario validado</p>
--	--	--	--	---	--	--	---

			Proveedor				
Variable 2 Competitividad	Obregón (2017) define a la competitividad, como aquella capacidad con la que cuenta una empresa, en relación al resto de establecimientos que conforman al mismo rubro, en donde se podrá contar con la posibilidad de alcanzar a ocupar una brecha de mercado.	Innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de ideas innovadoras • Preparación de productos para la comercialización 	Se analiza a la Calidad de la innovación, como aquella capacidad de mejorar el nivel de calidad de los bienes y/o servicios ofrecidos	Colaboradores de restaurantes	Likert	
		Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de innovaciones • Colocación de productos y/o servicios 	Cuando se ahonda en la tecnología, es que se analiza el nivel de innovaciones y colocación de productos nuevos y/o servicios arraigados			

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

La técnica a la que se recurrió, fue la encuesta mediante la cual se empleó el cuestionario, como instrumento de recolección de datos. fue el cuestionario validado. Para la variable gestión de calidad, se recurrió al cuestionario validado por el autor Campos (2019), en donde el instrumento se ha basado en la aplicación de la escala Likert de medición. Mientras que, también se consideró el cuestionario validado, por el autor Obregón (2017), el cual ha usado a la escala Likert, para la variable competitividad.

4.5. Plan de análisis

La investigación gozó del análisis descriptivo, se contó con el empleo de hojas de cálculo de Excel, para poder desarrollar una base de datos que, al ser procesada, se podrá alcanzar a representar las preguntas empleadas en la encuesta, mediante gráficos de barras y tablas de frecuencia. Cohen y Gómez (2019).

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 2

Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica / Instrumento	Fuente
Gestión de calidad y competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021	General ¿Qué características tiene la gestión de calidad y competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021?	General Determinar las características que tiene la gestión de calidad y competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021	Gestión de calidad	Beneficios	Mejoramiento de la imagen Refuerzo de la confianza Mejoramiento de la posición competitiva Aumento de la fidelidad de clientes	Encuesta / Cuestionario	Colaboradores de restaurantes
		Determinar los beneficios de la gestión de calidad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021					
		Conocer los principios de la gestión de calidad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021					
				Principios	Enfoque al cliente Liderazgo Participación del personal Enfoque basado en		

					<p>procesos</p> <p>Enfoque de sistemas para la gestión</p> <p>Mejora continua</p> <p>Enfoque basado en la toma de decisiones</p> <p>Relaciones beneficiosas con el Proveedor</p>		
		Conocer la innovación de la competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021	Competitividad	Innovación	Generación de ideas innovadoras Preparación de productos para la comercialización		
		Conocer la tecnología de la competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021		Tecnología	Uso de innovaciones Colocación de productos y/o servicios		

4.7. Principios éticos

Los principios éticos que ha señalado la ULADECH Católica, han sido los siguientes (ULADECH, 2020).

Protección de la persona: La presente investigación se ha caracterizado por salvaguardar la protección y el respeto de la integridad de cada persona, en cuanto a la diversidad socio cultural, de privacidad, creencia y de religión de la misma, conllevando a que se espere que este participe de forma voluntaria, sin llegar a vulnerar en ningún momento, los derechos fundamentales de la misma.

Libre participación y derecho a estar informado: Las personas serán informadas en cuanto a los propósitos de la investigación misma, esperando que estas por su derecho propio a la libertad, acepten formar parte de esta indagación, manifestando la voluntad de la cual están dotadas.

Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad: La presente indagación se ha caracterizado por respetar la dignidad de todo ser vivo, dentro de lo que se ha podido involucrar a las plantas, animales y el medio ambiente en general, sin llegar a preponderar los fines científicos, por sobre la calidad y la condición de vida.

Justicia: La presente, garantiza la consideración primordial de decisiones que han sido justificadas con la justicia y con la búsqueda del bien común, muy en distinción con los intereses personales, asegurándose de que las limitaciones del conocimiento y las capacidades mismas, no han afectado directamente a la calidad de los resultados obtenidos.

Integridad científica: El investigador, de forma principal, tiene que evitar todo tipo de engaño, en miras de que se mantenga el nivel de integridad de la investigación, en cuanto a

que no se llegue a afectar la validez de los métodos, las fuentes y los datos en general, en los que se ha incurrido.

V. RESULTADOS

5.1.Resultados

CUADRO 3 Características demográficas

	CARACTERISTICA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
GENERO	Femenino	17	68%
	Masculino	8	32%
TIPO DE LA EMPRESA	EIRL	2	40%
	UNIPERSONAL	2	40%
	SAC	1	20%
EDAD DE LOS COLABORADORES	18 a 25 años	9	36%
	26 a 45 años	13	52%
	46 a 50 años	3	12%
	Mas de 50 años	0	0%
AÑOS EN LA MYPE	Menos de 1 año	10	40%
	De 2 a 5 años	7	28%
	más de 5 años	8	32%

Fuente: La encuesta

En el cuadro 3 podemos observar que de los trabajadores encuestados el 68% son mujeres, por otro lado, el 40% son empresas individuales de responsabilidad limitada, otro 40% son empresas unipersonales, con respecto a la edad de los colaboradores el 52% oscilan entre los 26 y 45 años de edad, sin embargo, existe un 36% entre los 18 a 25 años de edad y la MYPE aún mantiene un 12% de colaboradores entre los 46 y 50 años de edad, la MYPE según sus años de experiencia existe un 40% que tiene menos de 1 año en el mercado y otro 32% lleva mas de 5 años posicionado en el mercado gastronómico.

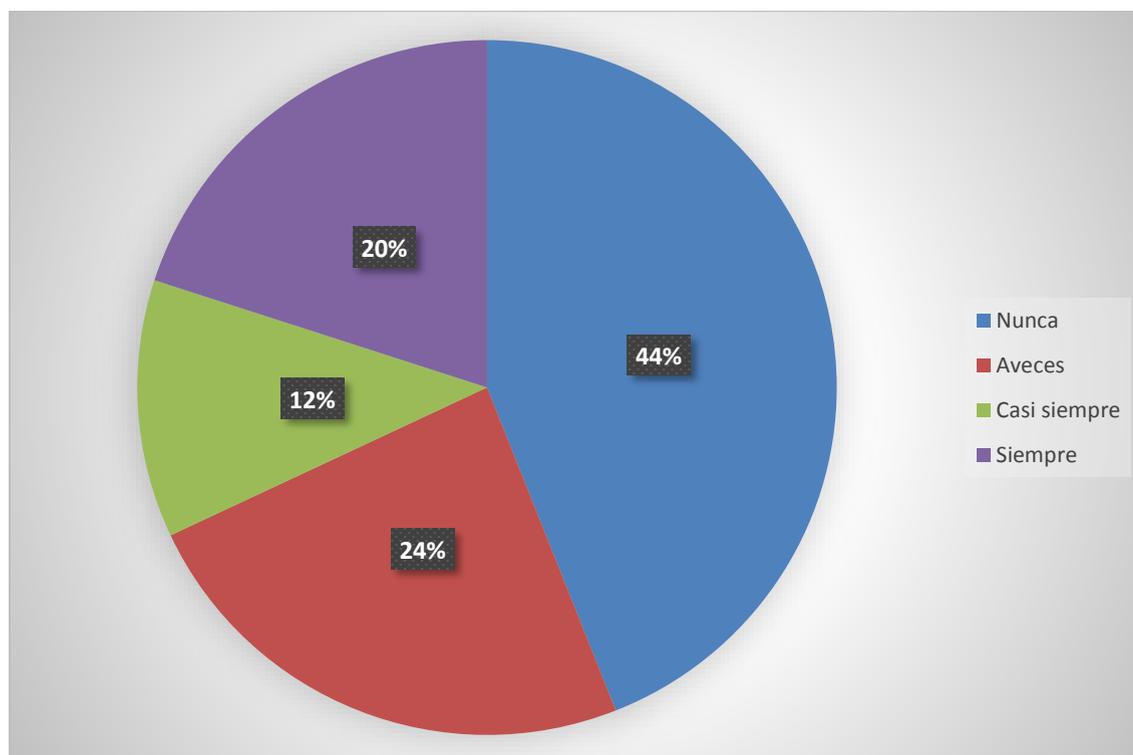
Primer objetivo específico: Determinar los beneficios de la gestión de calidad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021

Tabla 3 El restaurante establece estrategias para mejorar su imagen

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	11	44%
A veces	6	24%
Casi siempre	3	12%
Siempre	5	20%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 1 ¿El restaurante establece estrategias para mejorar su imagen?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

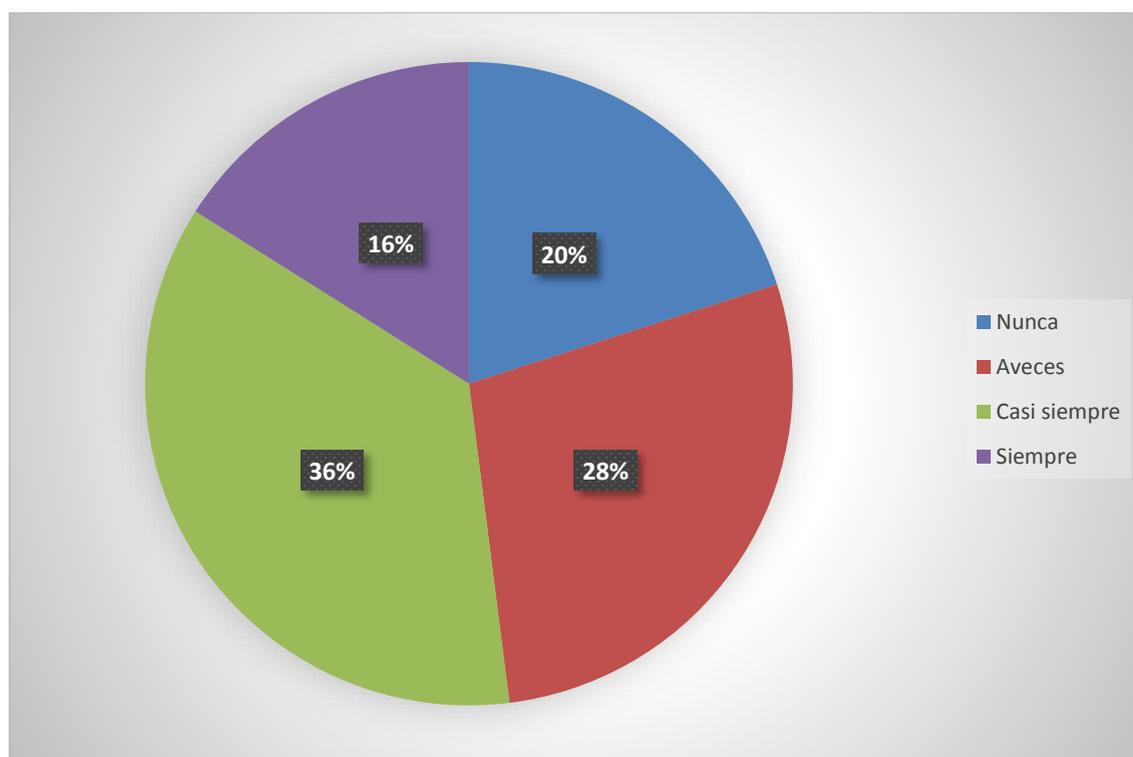
Un 44.00% de los colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia nos dice que nunca han establecido estrategias para mejorar su imagen, Mientras que el 24.00% de colaboradores afirma que a veces se considera establecer mejoras en su imagen, por otro lado, existe un 20% de colaboradores que mencionan que su MYPE casi siempre se preocupan por crear estrategias de mejora en su imagen y por último un 12 ,00% de colaboradores afirma que en la MYPE siempre establecen estrategias de mejora.

Tabla 4 Considera que existe confianza entre clientes y colaboradores

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	5	20%
A veces	7	28%
Casi siempre	9	36%
Siempre	4	16%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 2 ¿Considera que existe confianza entre clientes y colaboradores?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

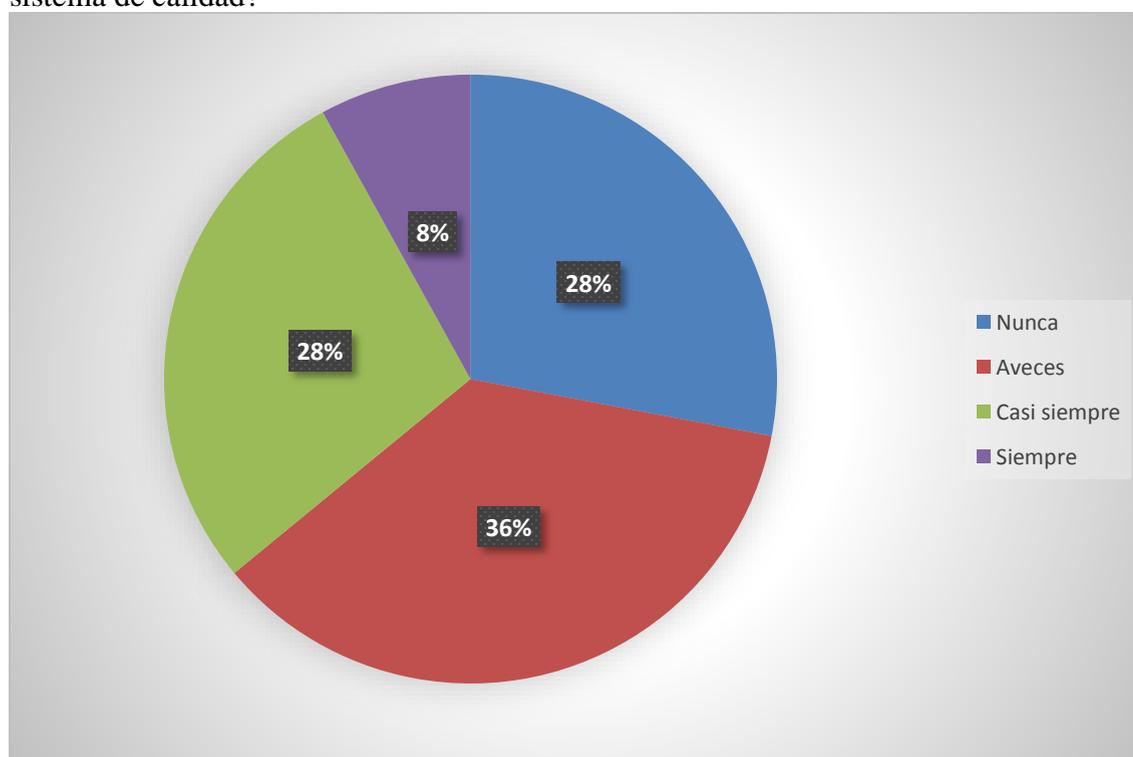
El 36,00% de los colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, han señalado que casi siempre existe confianza entre clientes y colaboradores, sin embargo, también existe un 28,00% de colaboradores que afirma la existencia de confianza entre clientes y colaboradores, otro 20,00% nos ha manifestado que nunca hubo existencia de confianza entre el cliente y colaborador y al final un 16% por sienta comento que siempre existe la confianza entre clientes y colaboradores.

Tabla 5 Considera que la MYPE tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	7	28%
A veces	9	36%
Casi siempre	7	28%
Siempre	2	8%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 3 ¿Considera que la MYPE tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

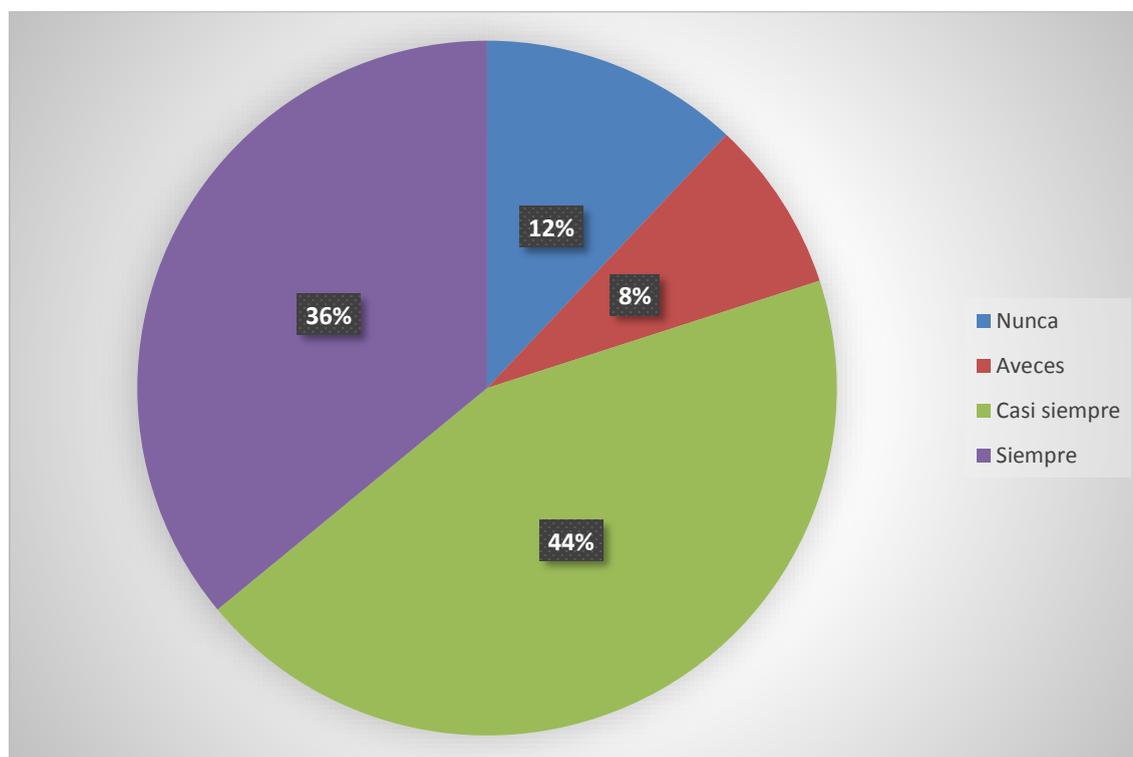
El 36,00% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia nos manifiestan que a veces su sistema de calidad les ha producido ventaja frente a su competencia, mientras que aun 28,00% de colaboradores no cometa que nunca les ha favorecido su sistema de calidad en cuanto a ventajas de competencia se refiere, también existe otro 28,00% de colaboradores que han manifestado que su sistema de calidad casi siempre les ha producido ventaja frente a su competencia, finalmente existe un 8,00% de colaboradores que afirman que su sistema de calidad si les ha beneficiado en cuanto a tener ventaja sobre su competencia.

Tabla 6 El restaurante trata a los clientes como un elemento clave para ellos

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	3	12%
A veces	2	8%
Casi siempre	11	44%
Siempre	9	36%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 4 ¿El restaurante trata a los clientes como un elemento clave para ellos?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

El 44,00% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirma que casi siempre se trata al cliente como elemento clave para la MYPE, existe un 36,00% de colaboradores que nos manifiesta que siempre se trata al cliente como elemento clave de la MYPE, sin embargo, un 12,00% de colaboradores nos comenta que nunca se ha tratado al cliente como elemento clave para la MYPE y por último un 8,00% de colaboradores manifestó que solo a veces se trata al cliente como elemento clave para la MYPE.

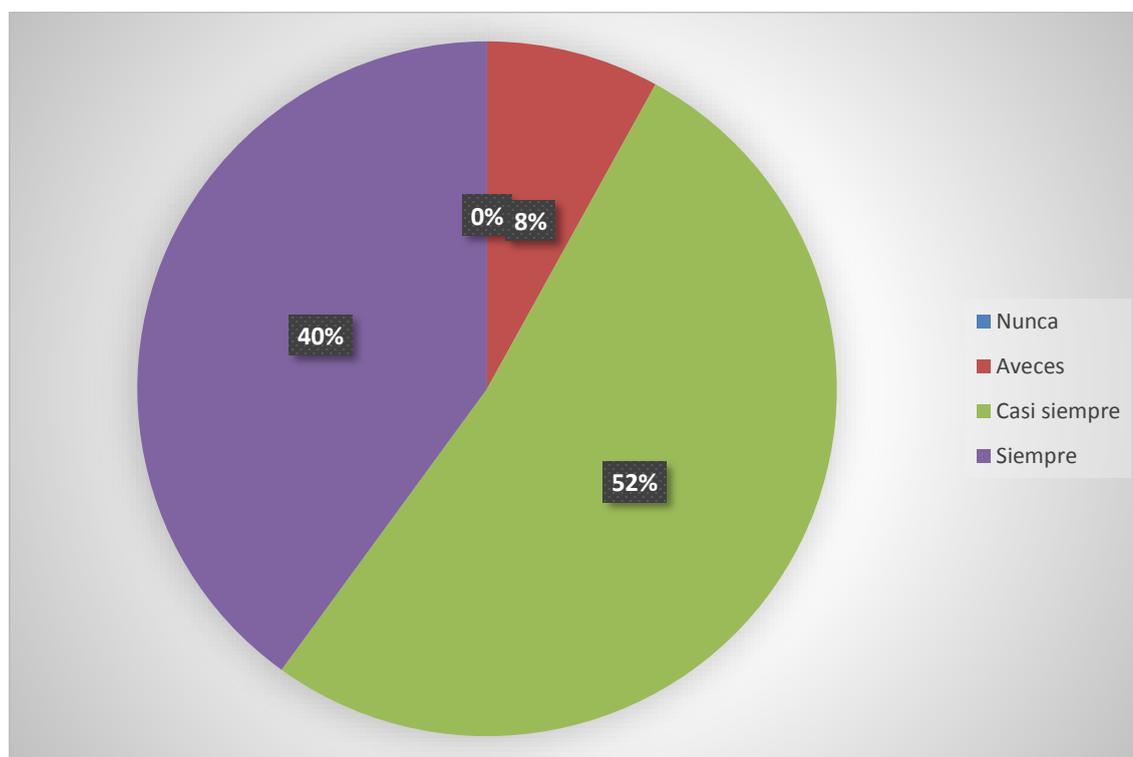
Segundo objetivo específico: Conocer los principios de la gestión de calidad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021.

Tabla 7 El restaurante satisface las necesidades y supera las expectativas del cliente

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	4%
A veces	2	8%
Casi siempre	13	52%
Siempre	10	40%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 5 ¿El restaurante satisface las necesidades y supera las expectativas del cliente?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

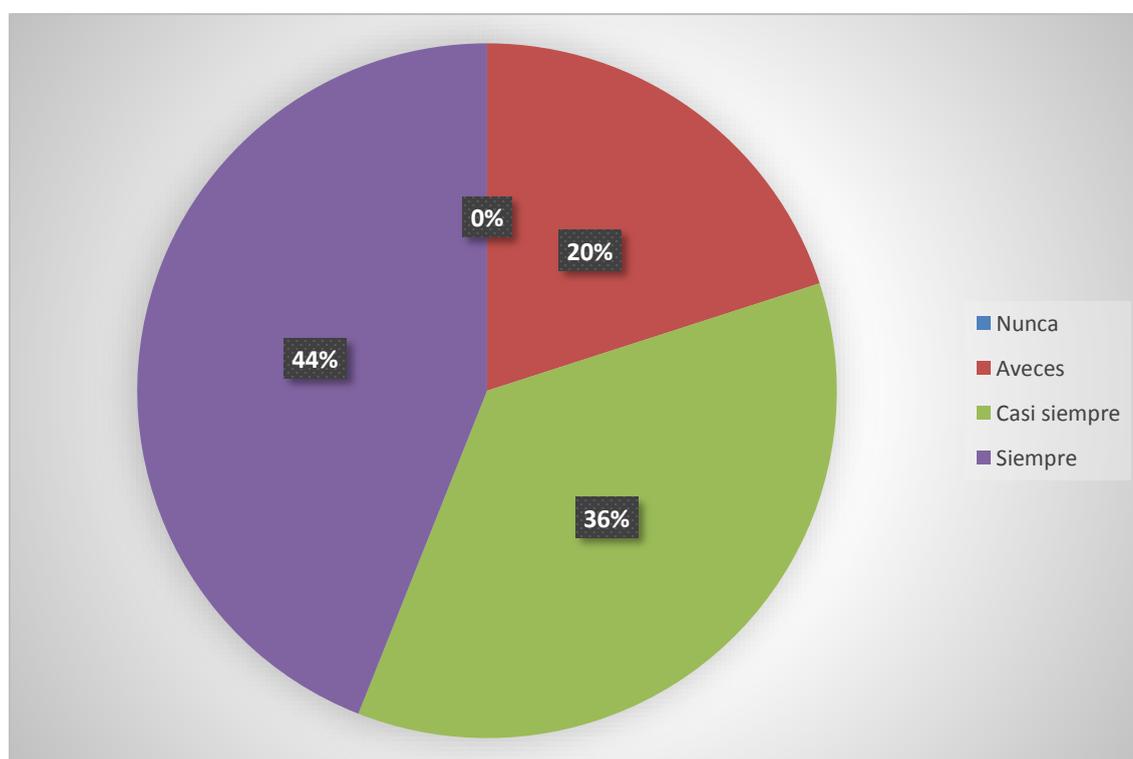
El 52,00% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirma que el restaurante casi siempre satisface las necesidades del cliente y hasta logra superar sus expectativas, otro 40,00% de colaboradores manifestó que el restaurante siempre satisface las necesidades del cliente y llega a lograr a exceder sus expectativas, sin embargo, también existe un 8% de colaboradores que nos comenta que solo a veces se satisface las necesidades del cliente y se logra satisfacer sus expectativas.

Tabla 8 Considera que existe liderazgo en la MYPE

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0%
A veces	5	20%
Casi siempre	9	36%
Siempre	11	44%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 6 ¿Considera que existe liderazgo en la MYPE?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

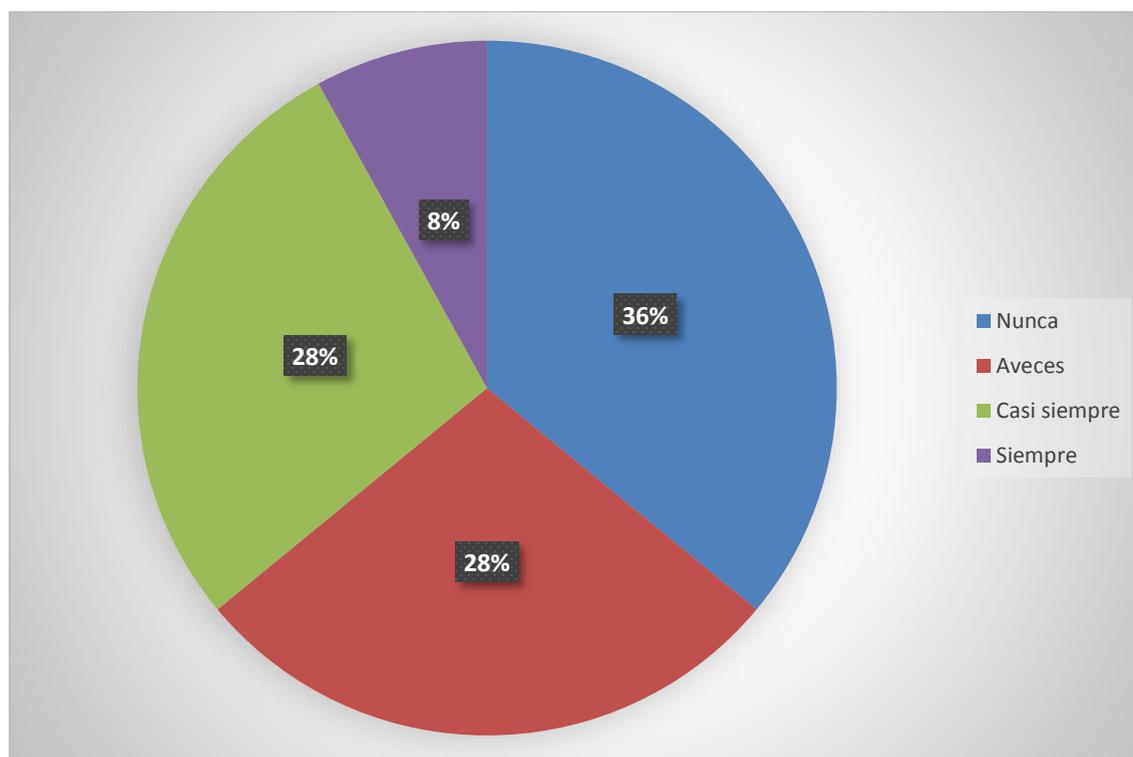
El 44% colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, manifestó que siempre existe liderazgo en la MYPE, otro 36% de colaboradores nos afirmó que casi siempre existe liderazgo en la MYPE, por otro lado, un 20% de colaboradores manifiesta que solo a veces existe liderazgo en la MYPE.

Tabla 9 Se reconoce e incentiva a los colaboradores de la MYPE

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	9	36%
A veces	7	28%
Casi siempre	7	28%
Siempre	2	8%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 7 ¿Se reconoce e incentiva a los colaboradores de la MYPE?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

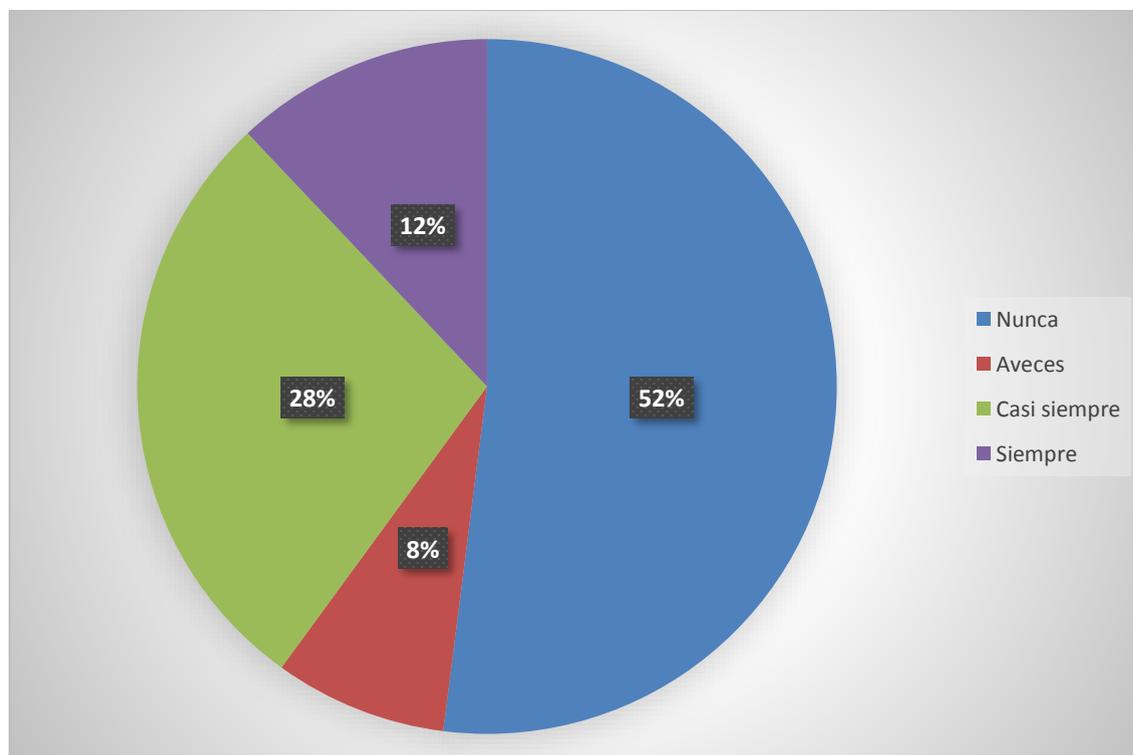
El 36% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, afirmó que nunca se les a reconocido o incentivado en la MYPE, mientras un 28% de colaboradores manifestó que solo a veces se les ha reconocido o incentivado por su trabajo en la MYPE, otro 28% de colaboradores comento que casi siempre se les reconoce e incentiva por su trabajo en la MYPE y por último un 8% de colaboradores afirmo que siempre se les reconoce e incentiva por su trabajo en la MYPE.

Tabla 10 Considera que los procesos y responsabilidades están bien definidos al momento de brindar el servicio

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	13	52%
A veces	2	8%
Casi siempre	7	28%
Siempre	3	12%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 8 ¿Considera que los procesos y responsabilidades están bien definidos al momento de brindar el servicio?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

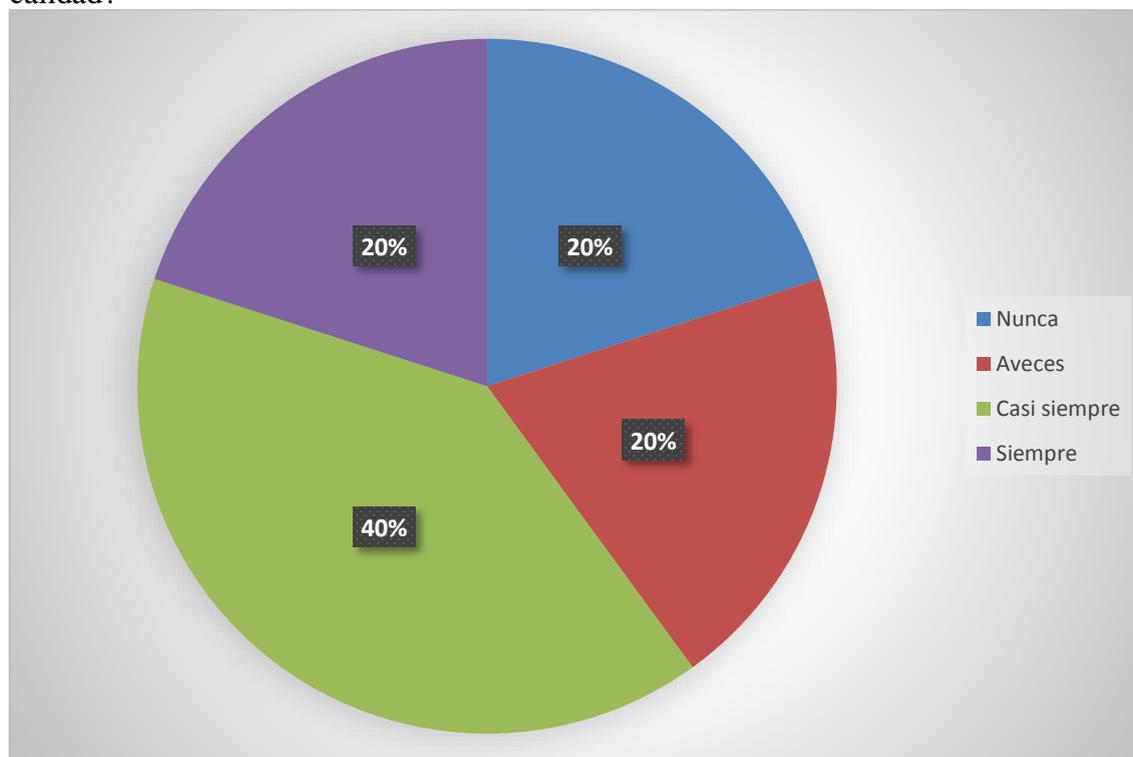
El 52% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirmó que nunca se han definido bien los procesos y responsabilidades en la MYPE, sin embargo, existe un 28% de colaboradores que manifiesta que casi siempre están bien definidos los procesos y responsabilidades, en tanto un 12% de colaboradores nos manifestó que siempre se han definido bien los procesos y responsabilidades y por ultimo un 8% de colaboradores comentó que solo a veces se han definido bien los procesos y responsabilidades de atención en la MYPE.

Tabla 11 Considera que es un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	5	20%
A veces	5	20%
Casi siempre	10	40%
Siempre	5	20%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 9 ¿Considera que es un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

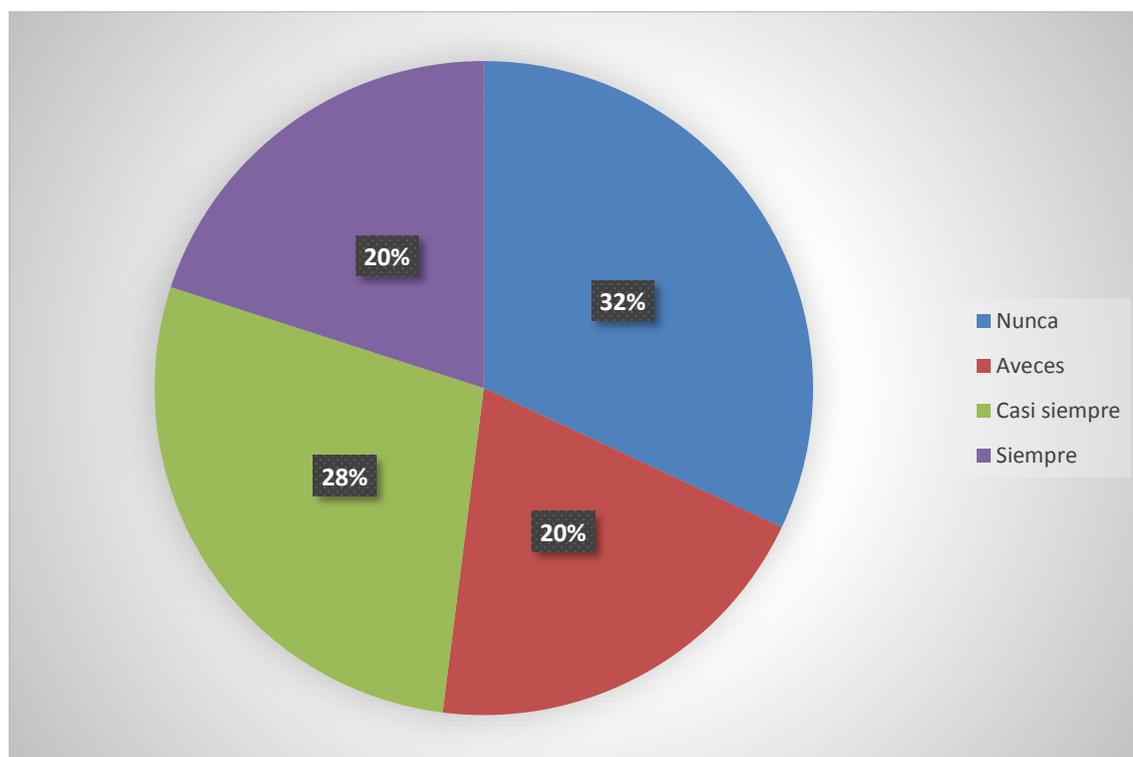
El 40% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, manifestó que casi siempre se considera un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad, mientras un 20% de colaboradores afirmó que nunca ha beneficiado a la MYPE tener un sistema de gestión de calidad, por otro lado, también existe otro 20% que afirma que a veces le ha beneficiado a la MYPE tener un sistema de gestión de calidad, finalmente hay un 20% de colaboradores que manifiestan que siempre les ha beneficiado en la MYPE tener un sistema de gestión de calidad.

Tabla 12 El restaurante plantea estrategias para mejorar continuamente

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	8	32%
A veces	5	20%
Casi siempre	7	28%
Siempre	5	20%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 10 ¿El restaurante plantea estrategias para mejorar continuamente?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

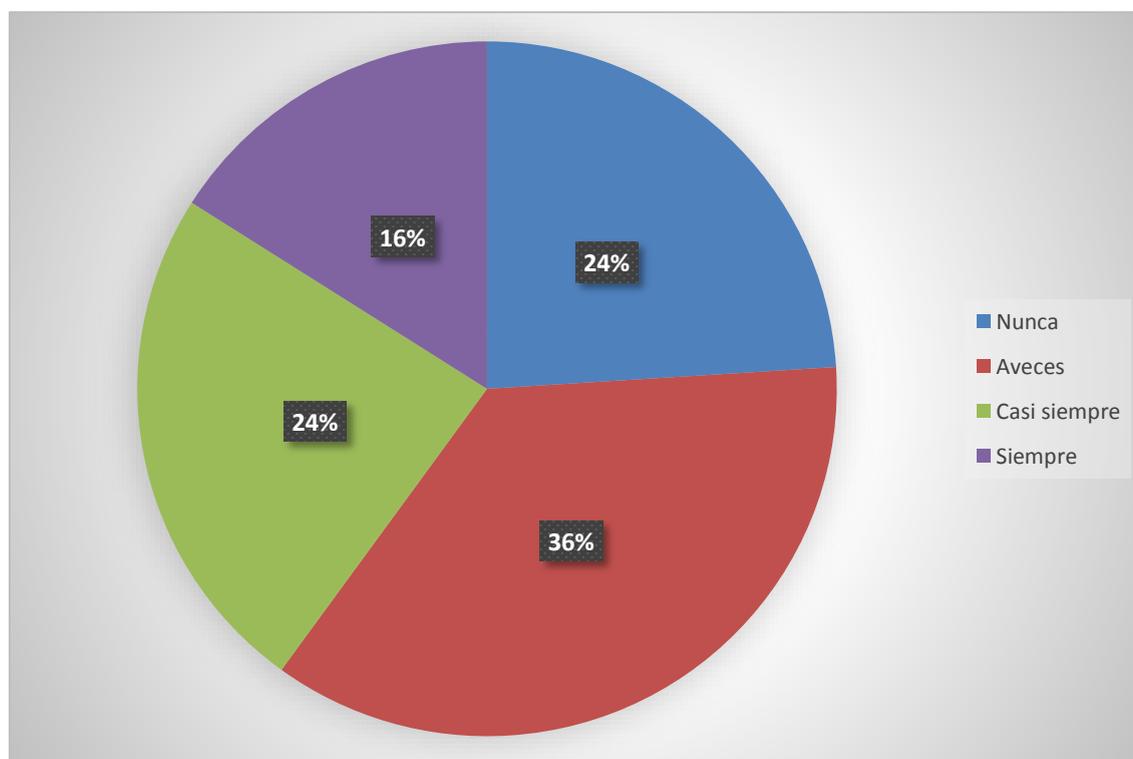
El 32% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirmó que el restaurante nunca plantea estrategias de mejora, sin embargo, existe un 28% de colaboradores que afirma que el restaurante casi siempre está en busca de estrategias de mejora continua, mientras que también existe un 20% de colaboradores que manifiesta que solo a veces el restaurante plantea estrategias de mejora continua, por otro lado está un 20% de colaboradores que manifestó que el restaurante siempre está en busca de estrategias de mejora continua.

Tabla 13 Las decisiones tomadas en el restaurante han sido en su beneficio.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	6	24%
A veces	9	36%
Casi siempre	6	24%
Siempre	4	16%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 11 ¿Las decisiones tomadas en el restaurante han sido en su beneficio?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

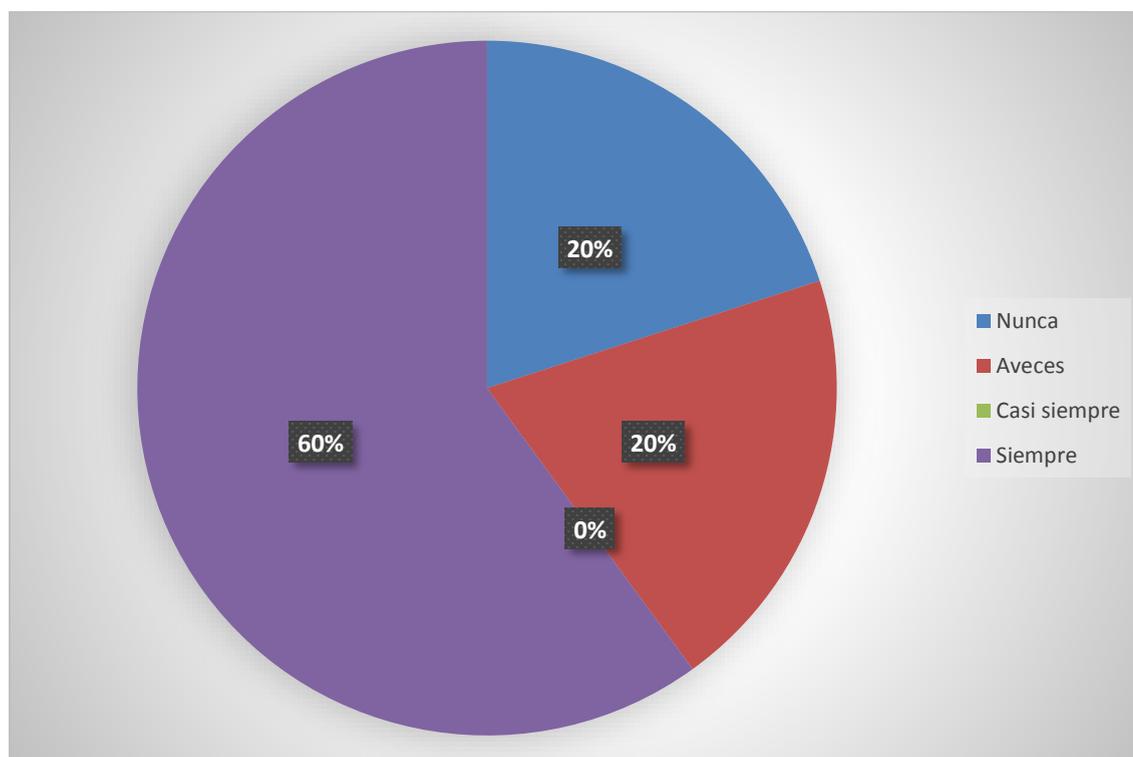
El 36% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, afirman que las decisiones tomadas en el restaurante a veces han sido en beneficio de la MYPE, por otro lado el 24% de colaboradores afirmaron que las decisiones tomadas en el restaurantes nunca han sido en beneficio de la MYPE, mientras otro 24% de colaboradores comentan que las decisiones tomadas en el restaurante casi siempre han sido en beneficio de la MYPE, por ultimo existe un 16% que afirmo que las decisiones tomadas en el restaurante.

Tabla 14 El restaurante cuenta con alianzas estratégicas con los proveedores

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	5	20%
A veces	5	20%
Casi siempre	0	0%
Siempre	15	60%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 12 ¿El restaurante cuenta con alianzas estratégicas con los proveedores?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

El 60% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirma que el restaurante siempre realiza alianzas con el proveedor, mientras que un 20% de colaboradores afirmó que nunca se han hecho alianzas con el proveedor, sin embargo, también existe un 20% de colaboradores que manifestó que a veces se logran hacer alianzas con los proveedores.

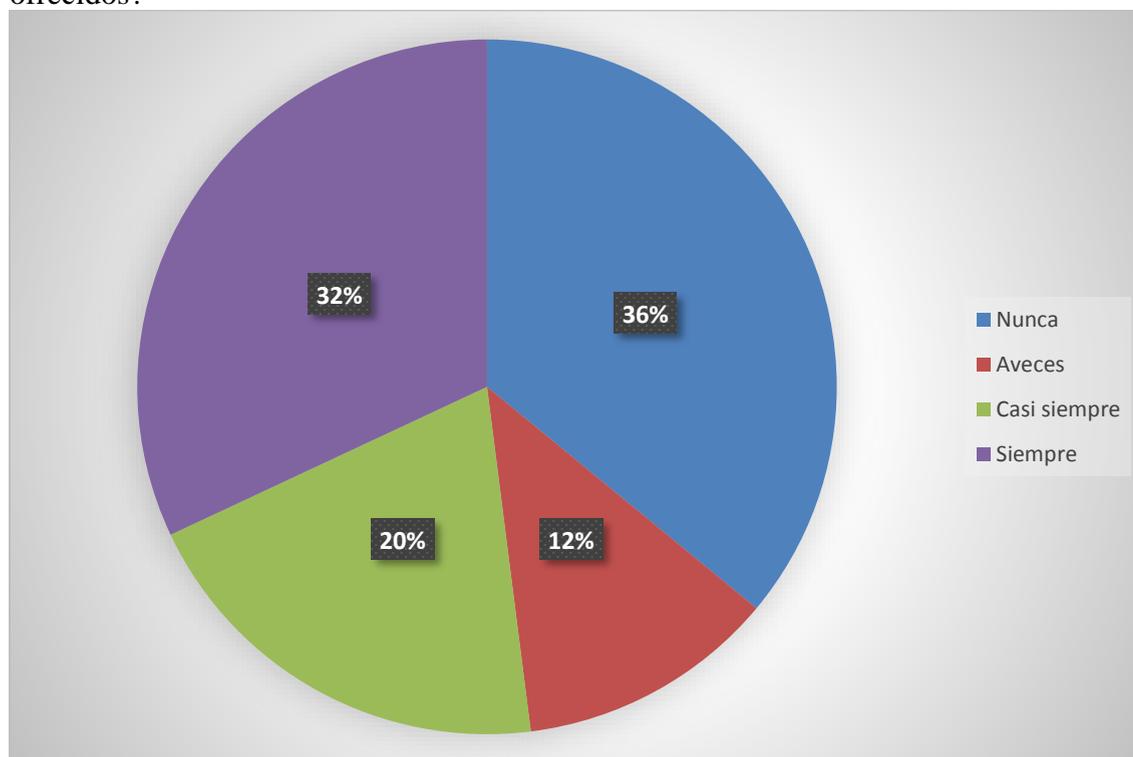
Tercer objetivo específico: Conocer la innovación de la competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021

Tabla 15 La MYPE desarrolla ideas innovadoras para el crecimiento de los productos ofrecidos.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	9	36%
A veces	3	12%
Casi siempre	5	20%
Siempre	8	32%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 13 ¿La MYPE desarrolla ideas innovadoras para el crecimiento de los productos ofrecidos?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

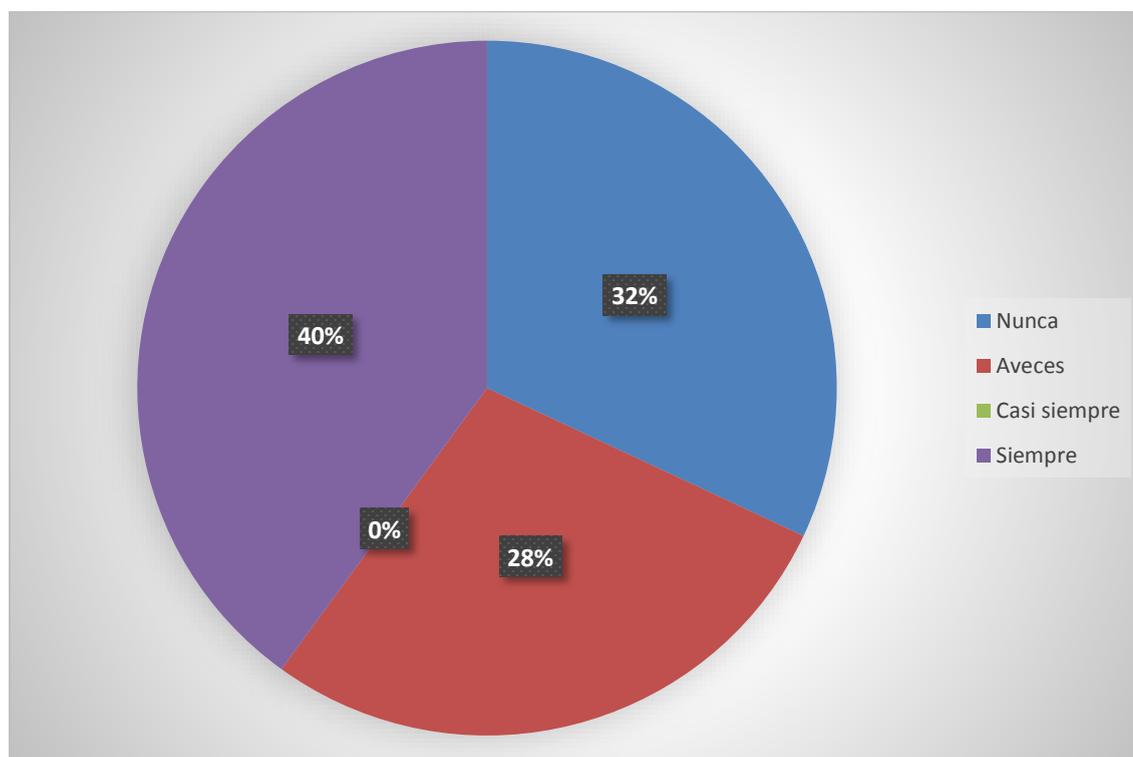
El 36% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirmó que la MYPE nunca desarrolla ideas innovadoras, sin embargo, existe un 32% de colaboradores que afirman que la MYPE siempre desarrolla ideas innovadoras para el crecimiento de sus productos ofrecidos, pero también existe un 20% de colaboradores que manifiestan que casi siempre la MYPE desarrolla ideas innovadoras para el crecimiento de sus productos ofrecidos, finalmente un 12% de colaboradores manifestó que la MYPE solo a veces desarrolla ideas innovadoras para el crecimiento de los productos ofrecidos.

Tabla 16 La MYPE convierte la calidad en parte del vocabulario empresarial

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	8	32%
A veces	7	28%
Casi siempre	0	0%
Siempre	10	40%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 14 ¿La MYPE convierte la calidad en parte del vocabulario empresarial?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

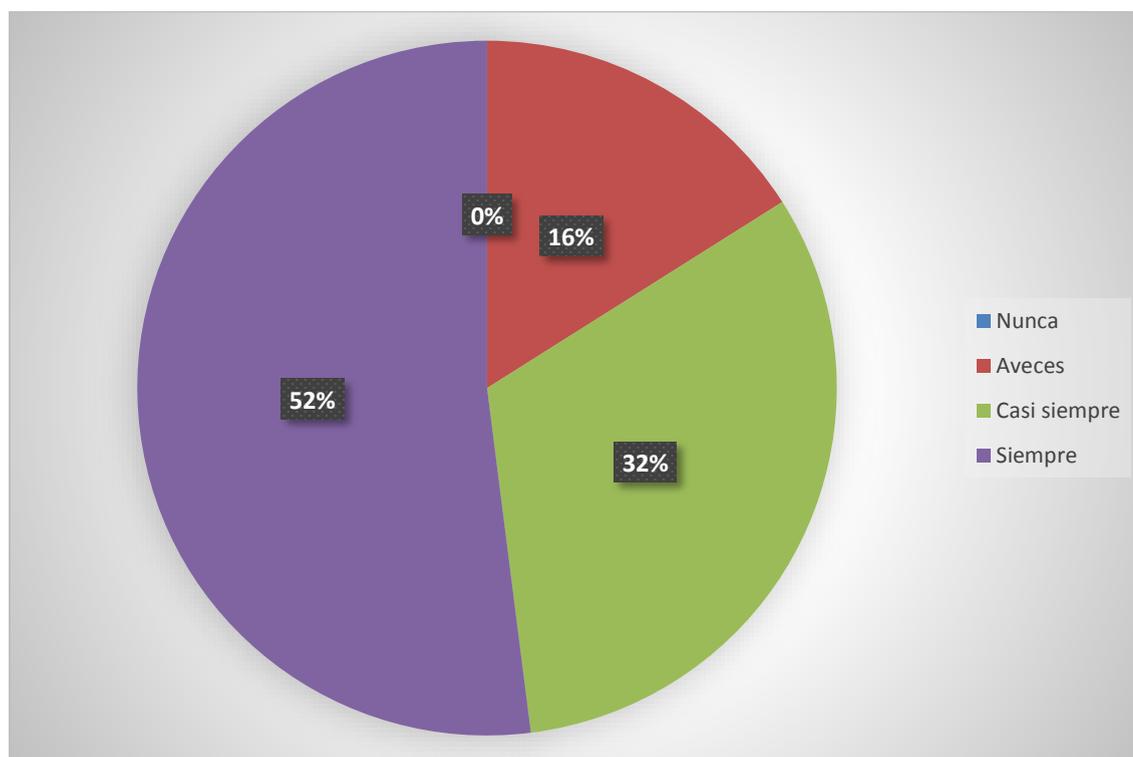
El 40% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirma que la MYPE siempre ha convertido la calidad en parte de su vocabulario empresarial, mientras otro 32% de colaboradores afirmó que la MYPE nunca convierte la calidad en parte de su vocabulario empresarial, por otro lado, también existe un 28% de colaboradores que manifiestan que la MYPE solo a veces convierte la calidad en parte de su vocabulario empresarial.

Tabla 17 La MYPE prepara productos que son de fácil comercialización y replicación

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0%
A veces	4	16%
Casi siempre	8	32%
Siempre	13	52%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 15 ¿La MYPE prepara productos que son de fácil comercialización y replicación?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

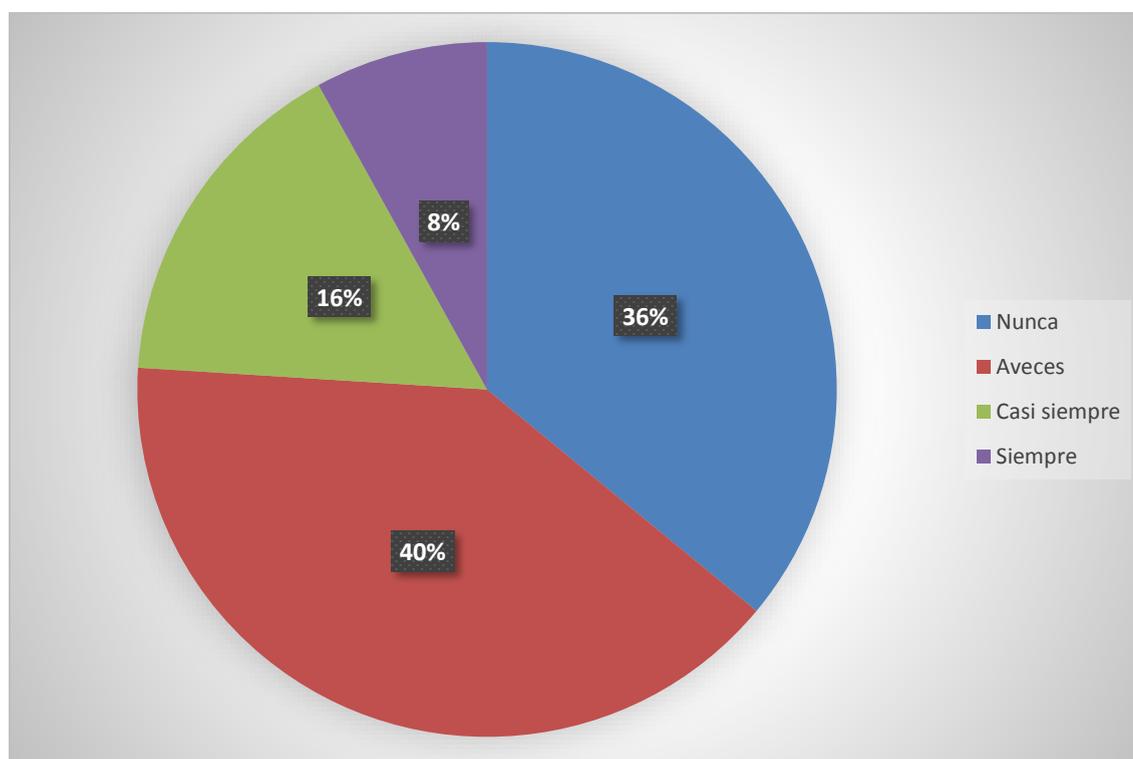
El 52% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia considera que la MYPE siempre prepara productos que son de fácil comercialización y replicación, por otro lado, existe un 32% de colaboradores que afirma que la MYPE casi siempre prepara productos que son de fácil comercialización y replicación, mientras que un 16% de colaboradores menciona que la MYPE solo a veces prepara productos que son de fácil comercialización y replicación.

Tabla 18 La MYPE tiene habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	9	36%
A veces	10	40%
Casi siempre	4	16%
Siempre	2	8%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 16 ¿La MYPE tiene habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

El 40% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirma que la MYPE solo a veces tiene la habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva, otro 36% de colaboradores manifestó que la MYPE nunca tiene la habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva, mientras por otro lado existe un 16% de colaboradores que consideran que la MYPE casi siempre tiene la habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva, por ultimo existe un 8% de colaboradores que mencionan que la MYPE siempre tiene la habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva.

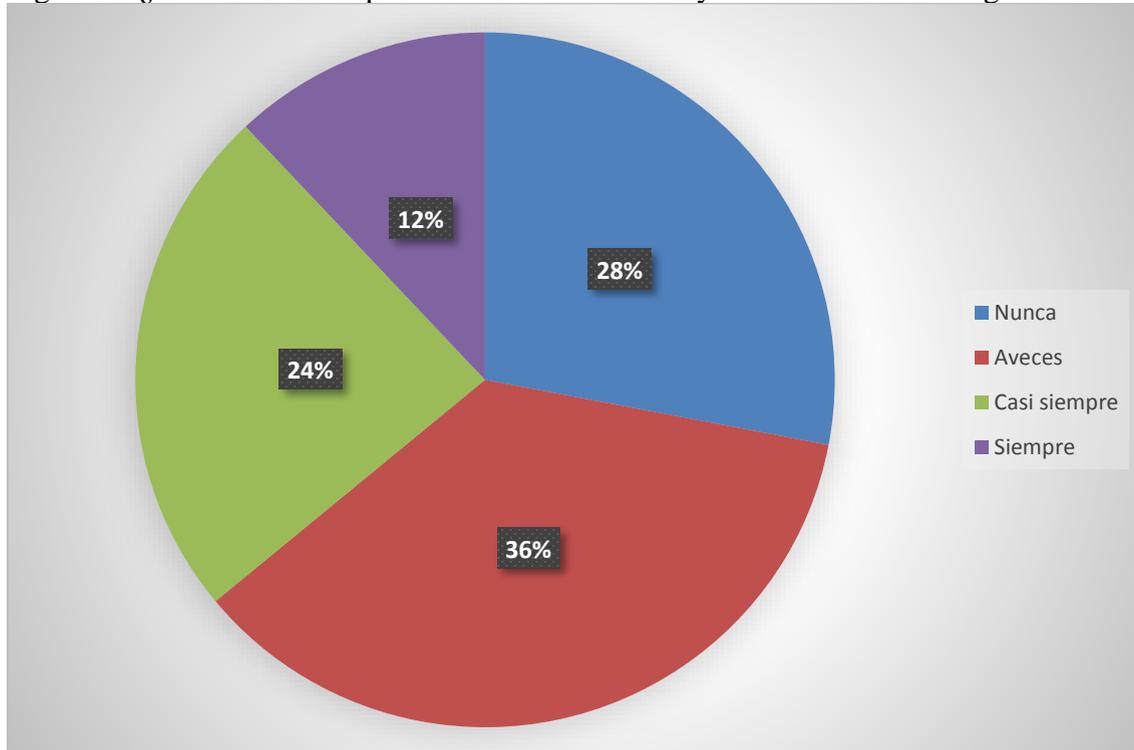
Cuarto objetivo específico: Conocer la tecnología de la competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021.

Tabla 19 La MYPE da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	7	28%
A veces	9	36%
Casi siempre	6	24%
Siempre	3	12%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 17 ¿La MYPE da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

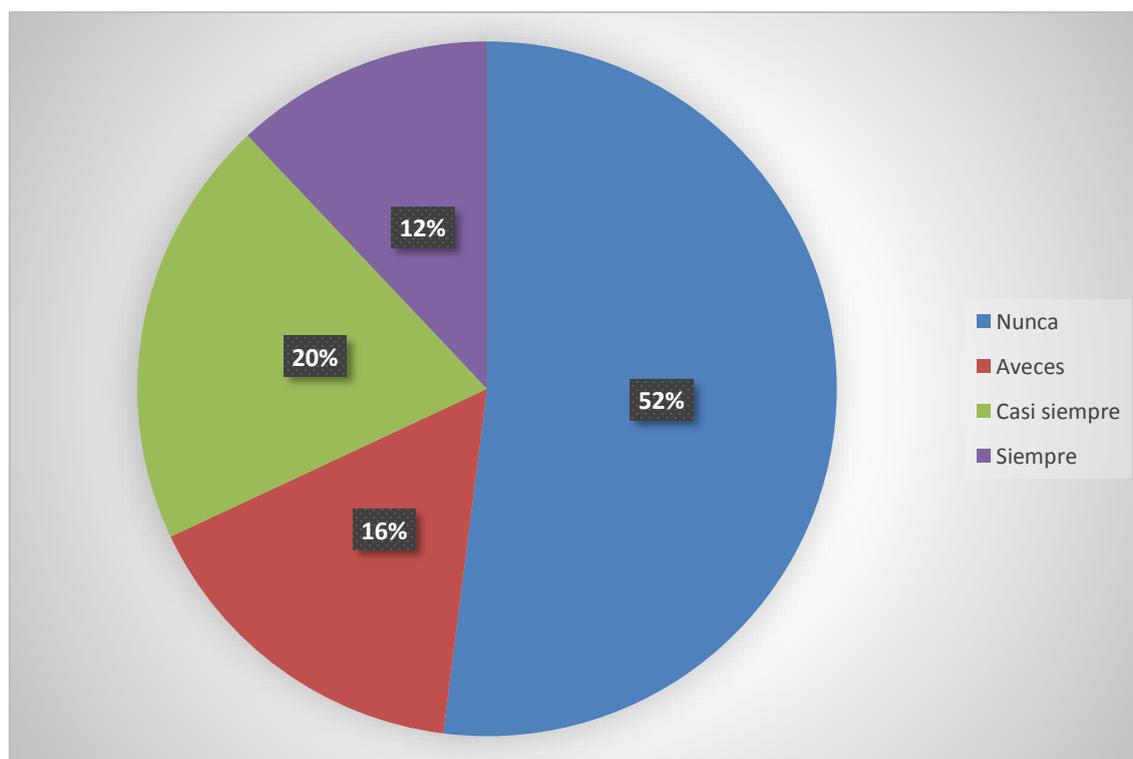
El 36% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia considera que la MYPE solo a veces le da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico, mientras que existe un 28% de colaboradores que afirman que la MYPE nunca le da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico, por otro lado un 24% de colaboradores manifiesta que la MYPE casi siempre le da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico, por ultimo otro 12% de colaboradores manifestó que la MYPE siempre le da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico.

Tabla 20 La MYPE utiliza la tecnología como medio para el cambio

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	13	52%
A veces	4	16%
Casi siempre	5	20%
Siempre	3	12%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 18 ¿La MYPE utiliza la tecnología como medio para el cambio?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

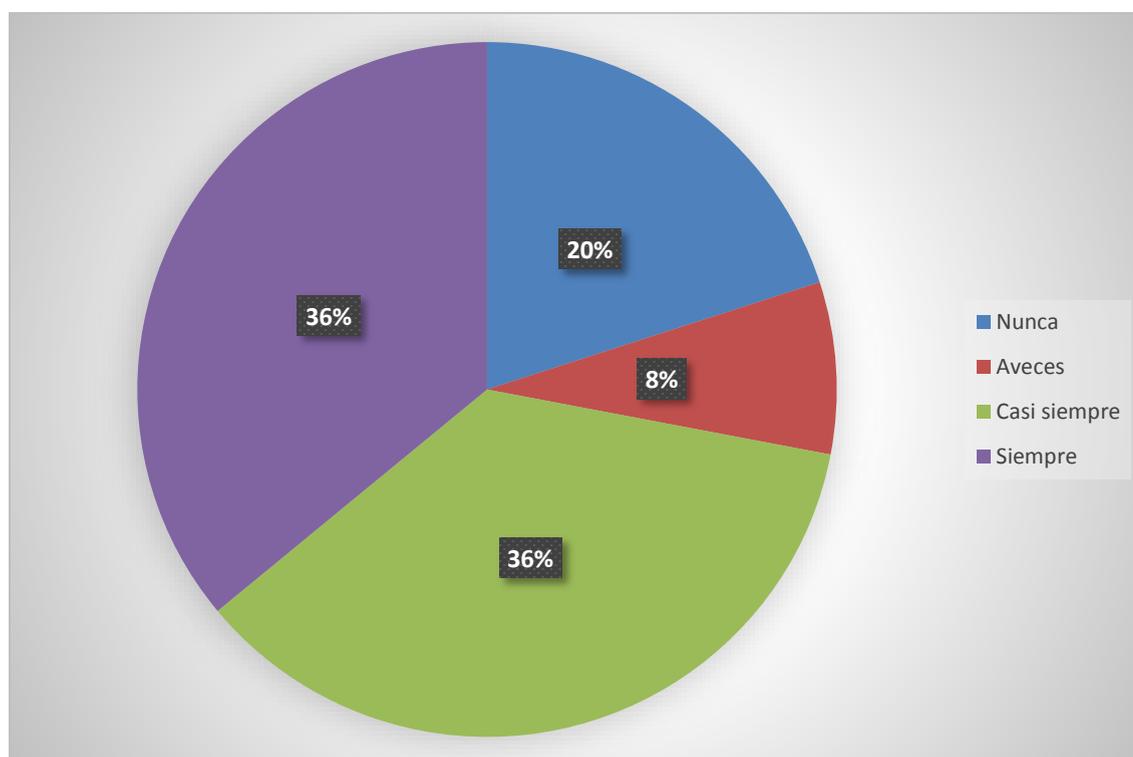
El 52% colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirma que la MYPE nunca utiliza la tecnología como medio para el cambio, sin embargo, existe otro 20% de colaboradores que afirmó que la MYPE casi siempre utiliza la tecnología como medio para el cambio, por otro lado, un 16% de colaboradores considera que la MYPE usa solo a veces la tecnología como medio para el cambio y finalmente un 12% de colaboradores manifestó que la MYPE siempre utiliza la tecnología como medio para el cambio.

Tabla 21 La MYPE da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	5	20%
A veces	2	8%
Casi siempre	9	36%
Siempre	9	36%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 19 ¿La MYPE da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

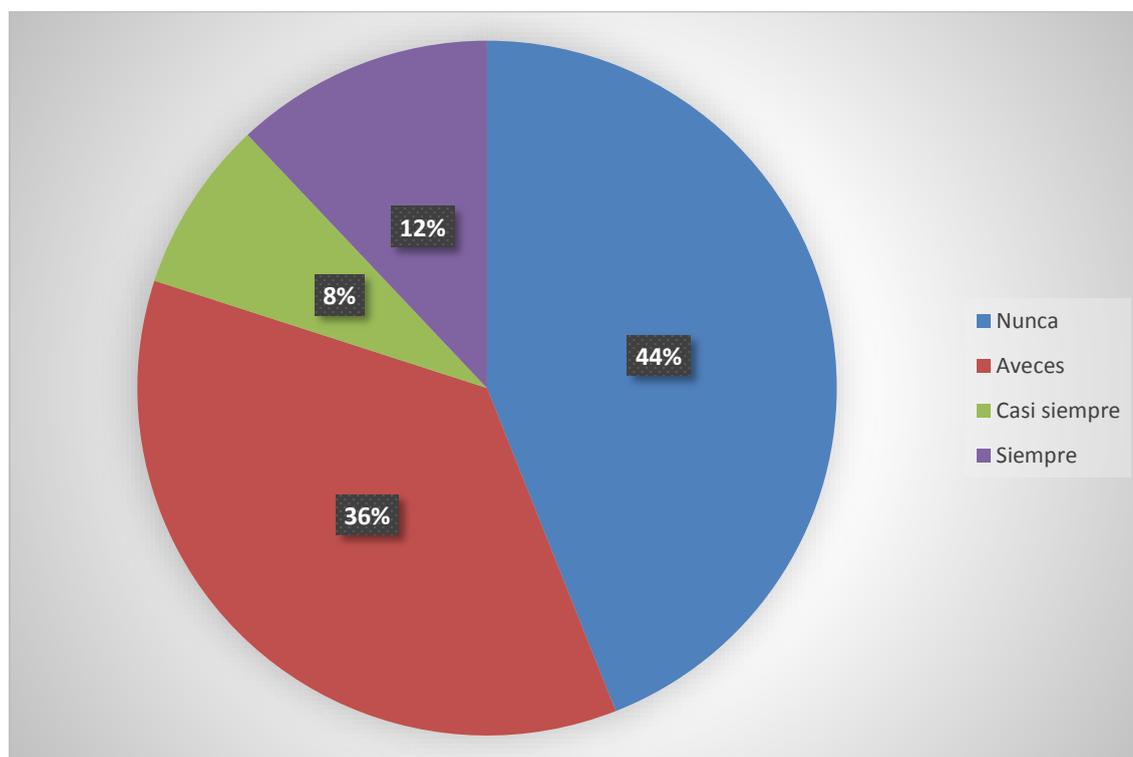
El 36% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia considera que la MYPE casi siempre da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente, así mismo otro 36 % de colaboradores afirman que la MYPE siempre da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente, por otro lado un 20% de colaboradores nos manifiesta que la MYPE nunca da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente y por ultimo un 8% de colaboradores afirmó que la MYPE a veces da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente.

Tabla 22 La MYPE pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	11	44%
A veces	9	36%
Casi siempre	2	8%
Siempre	3	12%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

Figura 20 ¿La MYPE pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, Chiclayo, 2021

El 44% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia considera que la MYPE nunca pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, sin embargo existe un 36% que afirma que la MYPE a veces pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos, asimismo existe un 12% que manifiesta que la MYPE siempre pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos, por ultimo un 8% de los colaboradores afirmaron que la MYPE casi siempre pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos.

5.2. Análisis de los resultados

Primer objetivo específico: Determinar los beneficios de la gestión de calidad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021

En la tabla 3 denominada El restaurante establece estrategias para mejorar su imagen, sus resultados han demostrado que el 44% de los colaboradores de la MYPES del rubro restaurantes del UPIS Atusparia nunca han establecido estrategias de mejoramiento de imagen, respecto al nunca realizarlo, Pincay y Parra (2020) ha señalado que esta dimensión conlleva a que la imagen total y la confianza de una empresa, se haya visto perjudicada, en cuanto a la posibilidad de desarrollo. Tomando en cuenta que Olivos (2018) menciona que La calidad imagen de un negocio es el centro de atracción de clientes por lo que recomienda mejorar esta continuamente.

En la tabla 4 denominada Considera que existe confianza entre clientes y colaboradores, los resultados han determinado que el 36% de los colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, casi siempre existe confianza entre clientes y colaborador; conllevando a Centurión (2016) que menciona que en donde esta pérdida de confianza, no solo se evidencia en un área determinada, sino que afecta de forma consiguiente a toda la línea de procesos, Así mismo Olivos (2018) menciona que generar confianza es casi siempre la base de éxito de cualquier negocio. También nos menciona que generar confianza dentro de tu negocio es igual de importante: tus colaboradores deben confiar en los demás.

En la tabla 5 denominada Considera que la MYPE tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad, se estableció que El 36,00% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, que a veces su sistema de calidad les ha producido ventaja frente a su competencia contrastando con Narváez (2016) que señala el hecho de que,

en muchos de los casos de estudio, se busque ahondar en el planteamiento de una propuesta de compensación, basada en la normativa ISO 9001:2015. Por otro lado, Olivos (2018) define que la posición competitiva depende del empeño que le pongas a tu producto o negocio para lograr más clientes, optimizar procesos y costos.

En la tabla 6 denominada El restaurante trata a los clientes como un elemento clave para ellos, se obtuvo como resultado que el 44,00% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirma que casi siempre se trata al cliente como elemento clave para la MYPE, concordando con Luna (2016) que nos dice que se debe mantener determinadas características que permitan que el bien y/o servicio producido, llegue a satisfacer las necesidades de los clientes. Por otro lado, Olivos (2018) define que fidelizar a los clientes depende del trato que le brindas y mucho mejor si usas herramientas como puntajes para llegar algún descuento y/u obsequio.

Segundo objetivo específico: Conocer los principios de la gestión de calidad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021.

En la tabla 7 El restaurante satisface las necesidades y supera las expectativas del cliente se determinó que el 52% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirmó que casi siempre el restaurante satisface las necesidades del cliente y hasta logra superar sus expectativas coincidiendo con Luna (2016) que nos dice que se debe mantener determinadas características que permitan que el bien y/o servicio producido, llegue a satisfacer las necesidades de los clientes. Asimismo, Gonzales (2017) coincide con que todos los negocios dependen netamente de sus clientes y/o consumidores, es por esto que se debe satisfacer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes.

En la tabla 8 denominada Considera que existe liderazgo en la MYPE se pudo determinar que

el 44% colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, manifestó que siempre existe liderazgo en la MYPE por lo contrario Centurión (2016) nos dice que se puede llegar a mantener un control de calidad si principalmente lo relacionamos con el área de producción. Sin embargo, Gonzales (2017) nos dice aquellas personas líderes son las que logran establecer unidad de propósito y lograr orientar al negocio.

En la Tabla 9 denominada Se reconoce e incentiva a los colaboradores de la MYPE se pudo establecer que el 36% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, que nunca se les ha reconocido o incentivado por su trabajo en la MYPE donde Campos (2019) nos dice que carencia de la participación del personal se ha visto reflejado una mala calidad de liderazgo. Sin embargo, Gonzales (2017) menciona que los colaboradores son la esencia del negocio, el compromiso que estos puedan mantener con el negocio posibilita que todas las habilidades con las que cuenta, sean utilizadas para la mejora del negocio.

En la tabla 10 denominada Considera que los procesos y responsabilidades están bien definidos al momento de brindar el servicio se pudo determinar que el 52% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirmaron que nunca se han definido bien los procesos y responsabilidades en la MYPE. En términos de Rodríguez (2016) nos dice que, junto con un enfoque basado en procesos, se ha alcanzado un valor del que no suelen ofrecer aporte a la gestión de calidad misma, sino que perjudican a la empresa, desde una mala organización interna, la cual, se ha visto complementada con un carente enfoque de sistema para la gestión. Así mismo Gonzales (2017) menciona que un resultado deseado se consigue más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

En la tabla 11 denominada Considera que es un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad se logró definir que el 40% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia casi siempre consideran un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad conforme con Castillo y Cueva (2019) que concluyó que mediante la implementación de propuestas de gestión de calidad es que se ha podido mejorar el 75% de los procesos internos desarrollados en cuanto a la competencia y la liberación de los productos. Gonzales (2017) define que el enfoque de sistema para la gestión se basa en identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, esto contribuye a la eficiencia y eficacia de una empresa para conseguir sus objetivos.

En la tabla 12 denominada El restaurante plantea estrategias para mejorar continuamente se determinó que el 32% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirmaron que el restaurante nunca plantea estrategias de mejora, por otra parte Urcia (2017) concluyo que el desarrollo humano, dentro de un establecimiento, ha alcanzado a ser un elemento fundamental para que una persona pueda alcanzar a desarrollar una gestión de calidad, que permita mejoras competitivas en la empresa u organización. Gonzales (2017) nos define la mejora continua se resalta con el desempeño general de las empresas estos deben ser un objetivo permanente. La mejora continua de los procesos se consigue con Planificar, Hacer, Verificar y Actuar.

En la tabla 13 denominada Las decisiones tomadas en el restaurante han sido en su beneficio de determino como resultado que el 36% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia, afirman que las decisiones tomadas en el restaurante a veces han sido en beneficio de la MYPE. Pincay y Parra (2020) ha concluido que no tomar buenas decisiones ha conllevado a exponer falencias en cuanto a la posibilidad de mantener una línea

de procesos que haya demostrado una mejora en cuanto a tiempos de entrega. Por otro lado, Gonzales (2017) fundamenta que las decisiones se basan en el análisis de los datos y la información.

En la tabla 14 denominada El restaurante cuenta con alianzas estratégicas con los proveedores se determinó como resultado que el 60% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia coincidió que el restaurante siempre realiza alianzas con el proveedor. Así mismo, Luna (2016) nos comenta que el 39.10% ha señalado que costo cobrado por cada bien o servicio ofrecido, ha llegado a ser el elemento más importante, dentro de las transacciones que se realizan, no solo con un cliente, sino con los proveedores mismos. Gonzales (2017) nos manifiesta que una relación con nuestros proveedores es beneficiosa para aumentar la capacidad de ambos para crear valor y lograr ser mucho más competitivos.

Tercer objetivo específico: Conocer la innovación de la competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021

En la tabla 15 denominada La MYPE desarrolla ideas innovadoras para el crecimiento de los productos ofrecidos se determinó como resultado que el 36% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirmó que la MYPE nunca desarrolla ideas innovadoras, coincidiendo con Obregón (2017) que ha demostrado que más del 74.30% de las veces, las empresas no gozaban del nivel de Calidad de la innovación necesaria, como para evidenciar el hecho de generar un desarrollo económico viable, dentro de un nivel de competencia elevado. Mendoza (2019) define la innovación como aquella ventaja competitiva que una empresa puede llegar a alcanzar, en cuanto a la posibilidad de verse diferenciada de sus competidoras más cercanas, dentro del mismo rubro.

En la tabla 16 denominada La MYPE convierte la calidad en parte del vocabulario

empresarial se pudo determinar como resultado que el 40% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirma que la MYPE siempre ha convertido la calidad en parte de su vocabulario empresarial contrastando con Dávila (2017) que en su trabajo de investigación concluyo que el sistema de calidad de las MYPES, ha demostrado una deficiente gestión, que ha involucrado directamente a la competitividad dentro del rubro y a limitar el escalamiento de estas empresas. Por otro lado, Rodríguez y Bolaño (2018) nos manifiesta que se puede indicar que la generación de ideas innovadoras, depende principalmente de la misma empresa, en donde la preparación de los productos que se esperan comercializar, deberá de saberse diferenciar del resto de la competencia, con la finalidad de que se mejora la calidad de la recordación en los consumidores.

En la tabla 17 denominada La MYPE prepara productos que son de fácil comercialización y replicación se determinó como resultado que el 52% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia considera que la MYPE siempre prepara productos que son de fácil comercialización y replicación coincidiendo con Santiago (2016) que menciona que el grado de aplicación de medidas estratégicas compensatorias para mejorar la calidad de gestión y mejorar de forma consecuente, el nivel de competencia, han resultado haber sido efectivas, llegando a competir en el mercado local y convirtiéndose en atractivas para los clientes mismos. Así mismo Rodríguez y Bolaño (2018) indica que la empresa en donde se realizan la preparación de los productos que se esperan comercializar, deberán saberse diferenciar del e la competencia.

En la tabla 18 denominada La MYPE tiene habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva se pudo determinar como resultado que el 40% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia afirma que la MYPE solo a veces tiene la

habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva contrastando con Ibarra (2017) que define que el nivel de competencia de una empresa, corresponde a ser una limitante, en cuanto a la posibilidad de adquisición de préstamos y financiamiento para adquisición de equipos. Por otro lado, Mendoza (2019) menciona que relacionarse directamente con mejores niveles de progresión, en cuanto a diseño de bienes y/o servicios, que permitan que estos puedan alcanzar un mejor nivel de satisfacción de los clientes mismos, debido a que se comprende que las necesidades cuentan con un nivel de variabilidad importante, conforme es que el resto de la competencia, va desarrollando símiles más novedosos.

Cuarto objetivo específico: Conocer la tecnología de la competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021.

En la tabla 19 denominada La MYPE da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico se consideró como resultado que el 36% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia considera que la MYPE solo a veces le da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico contrastando con Mendoza (2019) que menciona que los elementos principales de desarrollo de este tipo de empresas, se ha de centrar en la Calidad de la innovación, en la formalidad y el acercamiento hacia la correlación con el comportamiento dinámico de la economía. Dávila (2017) coincide que, con respecto al empleo de innovaciones, se puede señalar que la empresa misma, es la única responsable de que se pueda mejorar las diferentes actividades que se desarrollan dentro de la línea de procesos.

En la tabla 20 denominada La MYPE utiliza la tecnología como medio para el cambio se llegó a determinar como resultado que el 52% colaboradores de las MYPES del rubro

restaurante del UPIS Atusparia afirma que la MYPE nunca utiliza la tecnología como medio para el cambio. Coincidió con Guerrero (2019) que sus resultados han señalado que los agricultores han contado con serias limitaciones, en cuanto a la capacidad de gestión de los mercados financieros y tecnológicos. Flores y Huamán (2016) mencionan que la tecnología ha demostrado corresponder a un nivel de competencia importante, dentro de la variabilidad de las necesidades de los clientes, en donde no solo se puede mejorar el nivel de atención, con servicios de mayor tecnología, sino que se puede alcanzar una optimización de la línea de procesos, que conlleve a reducir tiempos o reducir el impacto ambiental o uso de recursos.

En la tabla 21 La MYPE da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente se pudo determinar como resultado que el 36% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia considera que la MYPE casi siempre da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente, así mismo otro 36 % de colaboradores afirman que la MYPE siempre da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente, comparando con Campos (2019) concluyo que la gestión de calidad, se ha visto muy relacionada con el grado de fidelización de los clientes mismos, en cuanto a una buena atención, la reducción de tiempos de atención y a consecuencia de ello, el ofrecimiento de un producto que vaya acorde a las necesidades del público objetivo.

En la tabla 22 denominada La MYPE pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos se logró determinar como resultado que el 44% de colaboradores de las MYPES del rubro restaurante del UPIS Atusparia considera que la MYPE nunca pone en el mercado productos que pueden ser mejorados en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos. Así mismo Dávila (2017) expone que las operaciones y la administración empírica

que ha caracterizado a las entidades, se han visto empeorada por la falta de control, clima organizacional y carencia de conocimientos administrativos.

.

VI. CONCLUSIONES

Concluyendo respecto a los Beneficios de la gestión de calidad de la MYPES, se identificó que las MYPEs obtienen los beneficios del **aumento de la fidelidad** de los clientes ya que les ofrecen una buena atención, respeto, buen trato y les brindan un buen producto. En tanto en el **mejoramiento de la posición competitiva** solo a veces se toma en cuenta al sistema de gestión articulado con las áreas para darle lo mejor al cliente. Asimismo, el **Refuerzo de la confianza** se da en la relación amical entres colaboradores y clientes lo que ayuda a conocer que es lo que quiere el consumidor. Además, se identificó que muestran poco interés por el **incremento de la imagen** por la falta de estrategias.

Con respecto a los principios de la gestión de calidad de las MYPES del rubro de restaurantes se identificó que siempre se aplican las **relaciones beneficiosas con el proveedor** dado que cuentan con alianzas estratégicas con los proveedores. En cuestión del **enfoque al cliente** casi siempre se identifica las expectativas y necesidades de los clientes. También se pudo visualizar que existe **Liderazgo** por el buen trato respeto consideración y empatía que tienen hacia el cliente. Por otro lado, en el **Enfoque de sistemas para la gestión** los procesos de preparación de alimentos son de dominio de las personas que intervienen. En cuanto al **Enfoque basado en la toma de decisiones** estas por lo general solo a veces benefician a la MYPE. Por otra parte, se tiene que la **Participación del personal** y la **Mejora continua** se vinculan porque normalmente nunca les dan buen trato y motivación al trabajador por que jamás aportan con ideas para mejorar. Y tampoco muestran preocupación en el **enfoque basado en procesos** en el sentido que no existen guías, manuales, procedimientos escritos que definan los procesos.

Con respecto a las innovaciones de la competitividad, en las MYPES de estudio, mayormente

no se ha establecido ideas innovadoras a veces prevalece la **preparación de productos de fácil comercialización**. La **generación de ideas innovadoras** es limitada por parte de los representantes en no invertir en diseñadores y menos motivar al personal para la generación de ideas. Por otra parte, las MYPEs muestran el despliegue de sus recursos centrándose en la atención al cliente. Sin embargo, estas MYPEs carecen de ideas innovadoras que les permita generar platos competitivos.

Con respecto a la tecnología de la competitividad, las MYPEs estudiadas pocas veces le da importancia al **uso de innovaciones** y desarrollo tecnológico, por miedo a conocer cosas nuevas es que no se atreve a realizar cambios con medios tecnológicos. Por otro lado, en relación a la **colocación de productos y/o servicios** la MYPE posee respuesta rápida a los cambios y satisfacción del cliente para poder crear crecimiento, sin embargo, las MYPEs de estudio no se ha atrevido a presentar al mercado productos que puedan ser mejorados.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

RECOMENDACIONES

OBJETIVOS	RECOMENDACIONES
Determinar los beneficios de la gestión de calidad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021	Se recomienda establecer un programa de capacitación a todos los integrantes de la MYPE con temas específicos de herramientas estratégicas para elevar la imagen institucional de las MYPES en cuanto al servicio al cliente en todo momento.
Conocer los principios de la gestión de calidad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021	Se recomienda elaborar un manual de procesos y responsabilidades donde se especifique las actividades que debe desempeñar cada integrante de la MYPE, así como las consecuencias determinadas en faltas y sanciones por el incumplimiento de un proceso.
Conocer la innovación de la competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021	Se recomienda incorporar en el equipo de personal personas que tengan amplia experiencia en el mundo de la gastronomía.
Conocer la tecnología de la competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021.	Se recomienda a la MYPE hacer uso de la tecnología generadora de cambio para crear mejoras en cuanto a la atención de clientes se refiere, por lo que se deberá capacitar al personal para poder lograr desarrollar ventajas competitivas haciendo uso de la tecnología.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arrascue, J. y Segura, E. (2016). *Gestión De Calidad Y Su Influencia En La Satisfacción Del Cliente En La Clínica De Fertilidad Del Norte “Clinifer” Chiclayo-2015* (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán: Pimentel. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2283/Tesis%20de%20Arrascue%20Delgado%20y%20Segura%20Cardozo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bances, E. (2018). *Caracterización De Gestión De Calidad Y Competitividad En Las Mype De Servicios, Rubro Hoteles De Sechura (Piura), 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote: Piura. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3928/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BANCES_TUME_EIRA_JAHAYRA.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Barco, J. (2016). Los factores de competitividad en las pequeñas y medianas empresas y la Responsabilidad Social Empresaria. *Revista de Ciencias Económicas*, 12 (2), 123 – 133.
- Bernasconi, E. (2016). *Calidad de la innovación Y Competitividad Empresarial* (Tesis de posgrado). Universitat Rovira I Virgili: Cataluña. Recuperado de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/399536/TESI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Campos, R. (2019). *Caracterización De La Gestión De Calidad Y La Atención Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas De Servicios Rubro Restaurantes En El Distrito De Sullana Año 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de

Chimbote: Sullana. Recuperado de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10566/ATENCION_DE_CALIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_CAMPOS_CHAVEZ_ROXANA_MAGALI.pdf?sequence=1

Castillo, R. y Cueva, M. (2019). *Propuesta Para La Implementación Del Sistema De Gestión De Calidad Basado En La Norma Iso 9001:2015 En El Molino Capricornio Import S.A.C., Chiclayo* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo: Chiclayo. Recuperado de
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2025/1/TL_CastilloMonta%c3%b1oRosa_CuevaPeltrocheMarjorie.pdf

Centurión, R. (2016). Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del santa (2013). *Revista de Crescendo Institucional*, 6 (1); 146 – 165. Recuperado de
https://www.researchgate.net/publication/329167030_Gestion_de_calidad_formalizacion_competitividad_financiamiento_capacitacion_y_rentabilidad_en_micro_y_pequenas_empresas_de_la_provincia_del_Santa_2013

Chavesta, R. (2017). *Gestión y Sostenibilidad de las Microempresas Artesanales de Monsefú, Provincia Chiclayo 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo: Lambayeque. Recuperado de
<http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1314/BC-TES-TMP-147.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cohen, N. y Gómez, G. (2019). *Metodología de la investigación, ¿Para qué?*. Buenos Aires. Argentina. Editorial Teseo. Recuperado de

http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190823024606/Metodologia_para_que.pdf

Contreras, M. (2018). *Gestión De La Calidad Con Enfoque Al Cliente Y Su Relación Con La Competitividad En Microempresas Farmacéuticas Del Cercado De Lima Caso: Galería Capón Center” 2013* (Tesis de posgrado). Universidad Privada Norbert Wiener: Lima. Recuperado de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2137/MAESTRO%20-%20Martha%20Contreras%20Torvisco.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dávila, C. (2017). *Caracterización De La Formalización Y Competitividad De Las Mypes Del Sector De Confección De Ropa Para Damas Del Distrito De Chiclayo, 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote: Chiclayo. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2749/FORMALIZACION_COMPETITIVIDAD_DAVILA_ESCURRA_CARMEN_MIRIA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Domínguez, A. y Gutiérrez, J. (2017). *La Competitividad Y El Desarrollo Económico De Las Empresas Exportadoras De Orégano Seco En La Región Tacna* (Tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola: Lima. Recuperado de http://200.37.102.150/bitstream/USIL/2882/1/2017_Dominguez_La-competitividad-y-el-desarrollo-economico.pdf

Flores, C. y Huaman, L. (2016). *Gestión Del Capital Humano Para La Competitividad De Las Mypes De La Provincia De Huancayo* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Centro del Perú: Huancayo. Recuperado de

<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3298/Flores%20Pe%C3%B1a-Huaman%20Capani.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Garrido, L. (2018). *Caracterización De La Gestión De Calidad Y El Planeamiento Estratégico En Las Mypes Hoteleras Del Centro De Piura En El Año 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote: Chimbote.

González, R. (2017). *Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Cliente En La Empresa Comercializadora De Madera Arbolito S.A.C. Chiclayo – 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán: Pimentel. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4485/Gonzales%20Guevara%20Robinson%20Vladimir.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ibarra, M.; González, L. y Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Revista de Estudios Fronterizos*, 18 (35), 107 – 130. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>

Luna, K. (2016). *Caracterización De La Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio– Rubro Restaurantes En El Distrito De Nuevo Chimbote, 2013* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote: Chimbote. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1374/GESTION_DE_CALIDAD_MYPES_LUNA_HUARINGA_KEVIN_ARNOLD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Maines, P; Rosing; M. y Marcio, L. (2018). ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO Un estudio de caso en la Ruta Romántica – Brasil. *Revista de Alineamiento estratégico*, 1 (1); 17

Mendoza, R. (2019). *Estrategias Para Mejorar La Competitividad Internacional De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Parque De Artesanías, Monsefú 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Privada Juan Mejía Baca: Chiclayo. Recuperado de http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/135/1/TESIS_%20MENDOZA%20PAREDES.pdf

Mio, J. (2019). *Influencia De Las Fuentes De Financiamiento En El Desarrollo De Las Mypes En La Provincia De Chiclayo, Año 2018* (Tesis de pregrado). Universidad de Lambayeque: Chiclayo. Recuperado de <https://repositorio.udl.edu.pe/bitstream/UDL/292/1/TESIS%20MIO%20S%20J%20FINAL.pdf>

Obregón, J. (2017). *La Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio Rubro Alquiler De Maquinaria Y Equipos De Construcción En El Distrito De Independencia, 2016* (Tesis de posgrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote: Huaraz. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4180/COMPETITIVIDAD_GESTION_OBREGON%20GARAY%20JIMMY%20CHARLES.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Olivos, L. (2018). *Caracterización De La Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Mypes Del Sector Comercio Rubro Panificadoras Del Distrito De Chepén, Año 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote: Chiclayo. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9194/GESTION_%20

COMPETITIVIDAD_OLIVOS_JULON_LUCY_PERLITA.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Pérez, C. y Pizarro, A. (2016). Competitividad En Las Organizaciones: Las Mipymes Del Sector Manufacturero En Sincelejo, Sucre – Colombia. *Revista de TEACS*, 8 (18), 101 – 116.

Pincay, Y. y Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Revista de Las Ciencias*, 6 (3), 1118 – 1142.

Rodríguez, D. y Bolaño, D. (2018). *Estrategias De Crecimiento Utilizadas Para La Competitividad En Las Microempresas Colombianas*. (Tesis de pregrado). Universidad Cooperativa de Colombia: Colombia. Recuperado de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/12462/8/2019_estrategias_crecimiento_competitividad.pdf

Rodríguez, M. (2016). *Caracterización De La Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Mypes En Los Servicios De Venta De Electrodomésticos En El Distrito De Juanjuí, Año 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote: Chimbote. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/629/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_RODRIGUEZ_PINEDO_MILAGROS%20.pdf?sequence=1

Sigueñas, D. (2019). *Gestión Empresarial Y La Competitividad De Las Empresas Comerciales En La Asociación De Propietarios Acomerced, Huacho, 2019* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión: Huacho.

Recuperado de

<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3079/DIEGO%20ROLY%20SIGUE%20C3%91AS%20BRAVO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Suárez, C. (2018). *Caracterización Del Capital Humano Y La Competitividad En Las Mype Comerciales, Rubro Librerías De Piura Centro, Año 2018* (Tesis de pregrado).

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote: Piura. Recuperado de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3394/CAPITAL_HUANO_COMPETITIVIDAD_SUAREZ_HERRERA_CARMEN_CECILIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ULADECH (2020). *Código de ética para la investigación* (Informe técnico). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote: Chimbote.

Urcia, K. (2017). *Caracterización De La Gestión De La Calidad Y Competitividad De Las Mypes Del Sector Comercial, Rubro De Zapaterías Del Distrito De Chiclayo, 2016*

(Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote: Chiclayo.

Recuperado de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3164/GESTION_COMPETIVIDAD_URCIA_VERA_KARINA_YVONNE.pdf?sequence=4&isAllowed=y

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ INDICADOR PREGUNTA

MATRIZ INDICADOR PREGUNTA					
Tabla	Nº	Variable	Dimensión	Indicador	Pregunta
Tabla	1	GESTION DE CALIDAD	Beneficios	Mejoramiento de la imagen	¿El restaurante establece estrategias para mejorar su imagen?
Tabla	2			Refuerzo de la confianza	¿Considera que existe confianza entre clientes y colaboradores?
Tabla	3			Mejoramiento de la posición competitividad	¿Considera que la MYPE tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad?
Tabla	4			Aumento de la fidelidad de clientes	¿El restaurante trata a los clientes como un elemento clave para ellos?
Tabla	5		Principios	Enfoque al cliente	¿El restaurante satisface las necesidades y supera las expectativas del cliente?
Tabla	6			Liderazgo	¿Considera que existe liderazgo en la MYPE?
Tabla	7			Participación del Personal	¿Se reconoce e incentiva a los colaboradores de la MYPE?
Tabla	8			Enfoque basado en procesos	¿Considera que los procesos y responsabilidades están bien definidos al momento de brindar el servicio?
Tabla	9			Enfoque de sistemas para la gestión	¿Considera que es un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad?
Tabla	10			Mejora continua	¿El restaurante plantea estrategias para mejorar continuamente?
Tabla	11			Enfoque basado en la toma de decisiones	¿Las decisiones tomadas en el restaurante han sido en su beneficio?
Tabla	12			Relaciones beneficiosas con el Proveedor	¿El restaurante cuenta con alianzas estratégicas con los proveedores?
Tabla	13	COMPETITIVIDAD	Innovación	Generación de ideas innovadoras	¿La MYPE desarrolla ideas innovadoras para el crecimiento de los productos ofrecidos?
Tabla	14			¿La MYPE convierte la calidad en parte del vocabulario empresarial?	
Tabla	15		Preparación de productos para la comercialización	¿La MYPE prepara productos que son de fácil comercialización y replicación?	
Tabla	16		¿La MYPE tiene habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva?		
Tabla	17	Tecnología	Uso de innovaciones	¿La MYPE da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico?	
Tabla	18			¿La MYPE utiliza la tecnología como medio para el cambio?	
Tabla	19		Colocación de productos y/o servicios	¿La MYPE da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente?	
Tabla	20			¿La MYPE pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos?	

ANEXO 2: CONSTANCIAS DE VALIDACION

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN (a)

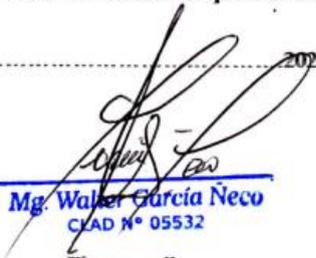
Yo Walter García Neco
identificado con DNI: 16742630 MAGISTER EN Administración
de Negocios Internacionales.

Por medio de la presente hago constar que le he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos: cuestionario..... elaborado por, Gabriela Mercedes Santos Montalvo a los efectos de su aplicación a los elementos de la población, seleccionada para el trabajo de investigación "Gestión de calidad y Competitividad de las MYPES rubro restaurantes del Upis Atusparia – Chiclayo, año 2021".

Que se encuentra realizado.

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.

Chiclayo, 2021


Mg. Walter García Neco
C.A.D. N° 05532

Firma y sello

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN (a)

Yo Segundo Jonathan Silva Vasquez
identificado con DNI: 42789331 MAGISTER EN Administración
con Mención en Gestión Empresarial

Por medio de la presente hago constar que le he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos: cuestionario..... elaborado por, Gabriela Mercedes Santos Montalvo a los efectos de su aplicación a los elementos de la población, seleccionada para el trabajo de investigación "Gestión de calidad y Competitividad de las MYPES rubro restaurantes del Upis Atusparia – Chiclayo, año 2021".

Que se encuentra realizado.

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.

Chiclayo, 28 Enero del 2021


Mg. Segundo Jonathan Silva Vásquez
CLAD N° 02258

Firma y sello

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN (a)

Yo Fernando Guevara Perez
identificado con DNI: 46064111 MAGISTER EN Gestión Pública

Por medio de la presente hago constar que le he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos: cuestionario..... elaborado por, Gabriela Mercedes Santos Montalvo a los efectos de su aplicación a los elementos de la población, seleccionada para el trabajo de investigación "Gestión de calidad y Competitividad de las MYPES rubro restaurantes del Upis Atusparia – Chiclayo, año 2021".

Que se encuentra realizado.

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.

Chiclayo, 28 de Enero del 2021


Mg. Fernando W. Guevara Pérez
CLAD N° 13379
Firma y sello

ANEXO 3: VALIDACIONES

VALIDACION

ITEMS RELACIONADO CON LA VARIABLE GESTION DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redaccion?		¿Es tendencioso, aquiriescente?		¿Se necesita mas items para medir el concepto	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿El restaurante establece estrategias para mejorar su imagen?								
¿Considera que existe confianza entre clientes y colaboradores?	X			X		X		X
¿Considera que la MYPE tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad?	X			X		X		X
¿El restaurante trata a los clientes como un elemento clave para ellos?	X			X		X		X
¿El restaurante satisface las necesidades y supera las expectativas del cliente?	X			X		X		X
¿Considera que existe liderazgo en la MYPE?	X			X		X		X
¿Se reconoce e incentiva a los colaboradores de la MYPE?	X			X		X		X
¿Considera que los procesos y responsabilidades están bien definidos al momento de brindar el servicio?	X			X		X		X
¿Considera que es un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad?	X			X		X		X
¿El restaurante plantea estrategias para mejorar continuamente?	X			X		X		X
¿Las decisiones tomadas en el restaurante han sido en su beneficio?	X			X		X		X
¿El restaurante cuenta con alianzas estrategicas con los proveedores?	X			X		X		X


Mg. Walter García Neco
 CLAD N° 05532

VALIDACION

ITEMS RELACIONADO CON LA VARIABLE COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿La Mype desarrolla ideas innovadoras para el ofrecimiento de los productos ofrecidos?								
¿La Mype convierte la calidad en parte del vocabulario empresarial?	X			X		X		X
¿La Mype prepara productos que son de fácil comercialización y replicación?	X			X		X		X
¿La Mype tiene habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva?	X			X		X		X
¿La Mype da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico?	X			X		X		X
¿La Mype utiliza la tecnología como medio para el cambio?	X			X		X		X
¿La Mype da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente?	X			X		X		X
¿La Mype pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos?	X			X		X		X


Mg. Walter García Neco
 CLAD N° 05532

VALIDACION

ITEMS RELACIONADO CON LA VARIABLE GESTION DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redaccion?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita mas items para medir el concepto	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿El restaurante establece estrategias para mejorar su imagen?								
¿Considera que existe confianza entre clientes y colaboradores?	X			X		X		X
¿Considera que la MYPE tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad?	X			X		X		X
¿El restaurante trata a los clientes como un elemento clave para ellos?	X			X		X		X
¿El restaurante satisface las necesidades y supera las expectativas del cliente?	X			X		X		X
¿Considera que existe liderazgo en la MYPE?	X			X		X		X
¿Se reconoce e incentiva a los colaboradores de la MYPE?	X			X		X		X
¿Considera que los procesos y responsabilidades están bien definidos al momento de brindar el servicio?	X			X		X		X
¿Considera que es un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad?	X			X		X		X
¿El restaurante plantea estrategias para mejorar continuamente?	X			X		X		X
¿Las decisiones tomadas en el restaurante han sido en su beneficio?	X			X		X		X
¿El restaurante cuenta con alianzas estratégicas con los proveedores?	X			X		X		X


Mg. Segundo Jonathan Silva Vásquez
 CLAD N° 02258

VALIDACION

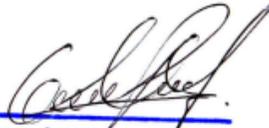
ITEMS RELACIONADO CON LA VARIABLE COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita mas items para medir	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿La Mype desarrolla ideas innovadoras para el ofrecimiento de los productos ofrecidos?								
¿La Mype convierte la calidad en parte del vocabulario empresarial?	X			X		X		X
¿La Mype prepara productos que son de fácil comercialización y replicación?	X			X		X		X
¿La Mype tiene habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva?	X			X		X		X
¿La Mype da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico?	X			X		X		X
¿La Mype utiliza la tecnología como medio para el cambio?	X			X		X		X
¿La Mype da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente?	X			X		X		X
¿La Mype pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos?	X			X		X		X



Mg. Segundo Jonathan Silva Vásquez
CLAD N° 02258

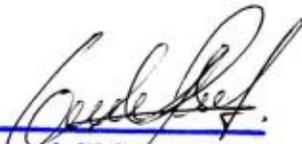
VALIDACION

ITEMS RELACIONADO CON LA VARIABLE GESTION DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redaccion?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita mas items para medir el concepto	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿El restaurante establece estrategias para mejorar su imagen?								
¿Considera que existe confianza entre clientes y colaboradores?	X			X		X		X
¿Considera que la MYPE tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad?	X			X		X		X
¿El restaurante trata a los clientes como un elemento clave para ellos?	X			X		X		X
¿El restaurante satisface las necesidades y supera las expectativas del cliente?	X			X		X		X
¿Considera que existe liderazgo en la MYPE?	X			X		X		X
¿Se reconoce e incentiva a los colaboradores de la MYPE?	X			X		X		X
¿Considera que los procesos y responsabilidades están bien delimitados al momento de brindar el servicio?	X			X		X		X
¿Considera que es un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad?	X			X		X		X
¿El restaurante plantea estrategias para mejorar continuamente?	X			X		X		X
¿Las decisiones tomadas en el restaurante han sido en su beneficio?	X			X		X		X
¿El restaurante cuenta con alianzas estratégicas con los proveedores?	X			X		X		X


Mg. Fernando W. Guevara Pérez
 CLAD N° 13379

VALIDACION

ITEMS RELACIONADO CON LA VARIABLE COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita mas items para medir	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿La Mype desarrolla ideas innovadoras para el ofrecimiento de los productos ofrecidos?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿La Mype convierte la calidad en parte del vocabulario empresarial?	X			X		X		X
¿La Mype prepara productos que son de fácil comercialización y replicación?	X			X		X		X
¿La Mype tiene habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva?	X			X		X		X
¿La Mype da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico?	X			X		X		X
¿La Mype utiliza la tecnología como medio para el cambio?	X			X		X		X
¿La Mype da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente?	X			X		X		X
¿La Mype pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos?	X			X		X		X


Mg. Fernando W. Guevara Pérez
 CLAD N° 13379

ANEXO 4: CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES RUBRO RESTAURANTES DEL UPIS ATUSPARIA – CHICLAYO, AÑO 2021

Instrucciones: La finalidad de esta encuesta es determinar las características que tiene la gestión de calidad y competitividad de las MYPES rubro restaurantes del UPIS Atusparia – Chiclayo, año 2021

Datos socio demográficos

1. Género
 - a) Masculino b) Femenino
2. Tipo de empresa
 - a) E.I.R.L. b) Unipersonal c) S.A.C.
3. Edad del colaborador
 - a) 18 – 25 años b) 26 – 45 años c) 46 – 50 años d) Más de 50 años
4. Años en la MYPE
 - a) Menos de 5 años b) Hasta 10 años c) Más de 10 años

		1	2	3	4					
		Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre					
Nº	Ítem	1	2	3	4	5				
Gestión de calidad										
1	¿El restaurante establece estrategias para mejorar su imagen?									
2	¿Considera que existe confianza entre clientes y colaboradores?									
3	¿Considera que la MYPE tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad?									
4	¿El restaurante trata a los clientes como un elemento clave para ellos?									
5	¿El restaurante satisface las necesidades y supera las expectativas del cliente?									
6	¿Considera que existe liderazgo en la MYPE?									
7	¿Se reconoce e incentiva a los colaboradores de la MYPE?									
8	¿Considera que los procesos y responsabilidades están bien definidos al momento de brindar el servicio?									
9	¿Considera que es un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad?									
10	¿El restaurante plantea estrategias para mejorar continuamente?									
11	¿Las decisiones tomadas en el restaurante han sido en su beneficio?									
12	¿El restaurante cuenta con alianzas estratégicas con los proveedores?									

Competitividad					
13	¿La MYPE desarrolla ideas innovadoras para el crecimiento de los productos ofrecidos?				
14	¿La MYPE convierte la calidad en parte del vocabulario empresarial?				
15	¿La MYPE prepara productos que son de fácil comercialización y replicación?				
16	¿La MYPE tiene habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva?				
17	¿La MYPE da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico?				
18	¿La MYPE utiliza la tecnología como medio para el cambio?				
19	¿La MYPE da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente?				
20	¿La MYPE pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos?				

ANEXO 5: LIBRO DE CODIGOS

LIBRO DE CODIGO DE RESULTADOS																												
Dimensión	Indicador	Pregunta	Categoría	Encuestados																								
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
Beneficios	Mejoramiento de la imagen	¿El restaurante establece estrategias para mejorar su imagen?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	2	1	2	1	4	1	1	1	1	3	1	1	1	2	4	1	3	1	4	2	4	2	4	2	3
	Refuerzo de la confianza	¿Considera que existe confianza entre clientes y colaboradores?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	3	1	3	2	1	4	2	2	4	1	3	2	4	3	1	4	2	3	3	1	2	3	2	3	3
	Mejoramiento de la posición competitiva	¿Considera que la MYPE tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	2	3	2	1	2	2	1	3	2	1	2	1	2	2	1	4	3	1	3	3	1	4	3	2	3
	Aumento de la fidelidad de clientes	¿El restaurante trata a los clientes como un elemento clave para ellos?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	3	2	3	4	1	3	4	3	4	2	1	3	4	3	4	4	3	1	3	4	4	3	3	4	3

Principios	Enfoque al cliente	¿El restaurante satisface las necesidades y supera las expectativas del cliente?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	3	4	4	4	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
	Liderazgo	¿Considera que existe liderazgo en la MYPE?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	4	3	4	4	2	4	3	3	3	2	2	4	3	3	4	4	3	2	4	3	2	3	4	4	4
	Participación del Personal	¿Se reconoce e incentiva a los colaboradores de la MYPE?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	3	1	2	3	1	2	1	3	2	1	1	4	2	1	3	3	1	2	1	3	1	2	4	2	3
	Enfoque basado en procesos	¿Considera que los procesos y responsabilidades están bien definidos al momento de brindar el servicio?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	1	2	3	1	1	1	4	1	3	1	3	3	1	4	2	1	1	3	1	1	3	1	4	1	3
	Enfoque de sistemas para la gestión	¿Considera que es un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	3	2	3	2	1	3	4	1	2	1	3	3	3	3	2	3	1	4	2	4	3	3	4	1	4
	Mejora continua	¿El restaurante plantea estrategias para mejorar continuamente?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	4	1	3	2	1	4	3	1	1	1	3	2	4	2	3	2	1	4	1	3	2	3	3	1	4
	Enfoque basado en la toma de decisiones	¿Las decisiones tomadas en el restaurante han sido en su beneficio?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	4	2	1	2	1	3	2	3	2	1	3	2	1	3	2	3	1	4	2	4	1	2	3	2	4
	Relaciones beneficiosas con el Proveedor	¿El restaurante cuenta con alianzas estratégicas con los proveedores?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	4	2	4	1	4	4	2	4	1	1	2	4	2	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	2	4

Innovación	Generación de ideas innovadoras	¿La MYPE desarrolla ideas innovadoras para el crecimiento de los productos ofrecidos?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	4	1	3	1	2	4	1	4	1	1	1	3	1	4	2	3	1	4	3	4	1	4	3	2	4
		¿La MYPE convierte la calidad en parte del vocabulario empresarial?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	4	1	2	2	1	4	1	4	1	1	1	2	1	4	4	2	1	4	4	4	2	4	2	2	4
	Preparación de productos para la comercialización	¿La MYPE prepara productos que son de fácil comercialización y replicación?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	3	4	4	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4
		¿La MYPE tiene habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	2	1	2	1	2	3	1	3	2	1	2	4	1	4	2	1	1	2	2	3	1	3	1	2	2
Tecnología	Uso de innovaciones	¿La MYPE da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	3	1	1	1	2	2	1	3	1	1	3	4	1	4	2	2	2	2	2	2	3	3	2	4	3
		¿La MYPE utiliza la tecnología como medio para el cambio?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	3	1	1	1	2	1	1	3	1	1	2	3	1	4	1	1	3	1	1	2	3	4	1	4	2
	Colocación de productos y/o servicios	¿La MYPE da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	4	3	1	3	3	1	3	3	3	1	4	4	2	4	3	1	4	2	1	3	4	4	3	4	4
		¿La MYPE pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos?	1: NUNCA 2: A VECES 3: CASI SIEMPRE 4: SIEMPRE	4	1	1	2	2	1	1	2	2	1	4	2	1	3	2	1	3	1	1	2	2	2	1	3	1

ANEXO 6: RESUMEN DE RESULTADOS

RESUMEN DE RESULTADOS															
1 = Nunca 2 = A veces 3 = Casi siempre 4 = Siempre															
TABLA	N°	Variable	Dimensión	Indicador	Pregunta	Frecuencia					Porcentaje				
						1	2	3	4	total	1	2	3	4	total
TABLA	3	GESTION DE CALIDAD	Beneficios	Mejoramiento de la imagen	¿El restaurante establece estrategias para mejorar su imagen?	11	6	3	5	25	44%	24%	12%	20%	100%
TABLA	4			Refuerzo de la confianza	¿Considera que existe confianza entre clientes y colaboradores?	5	7	9	4	25	20%	28%	36%	16%	100%
TABLA	5			Mejoramiento de la posición competitividad	¿Considera que la MYPE tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad?	7	9	7	2	25	28%	36%	28%	8%	100%
TABLA	6			Aumento de la fidelidad de clientes	¿El restaurante trata a los clientes como un elemento clave para ellos?	3	2	11	9	25	12%	8%	44%	36%	100%
TABLA	7		Principios	Enfoque al cliente	¿El restaurante satisface las necesidades y supera las expectativas del cliente?	0	2	13	10	25	0%	8%	52%	40%	100%
TABLA	8			Liderazgo	¿Considera que existe liderazgo en la MYPE?	0	5	9	11	25	0%	20%	36%	44%	100%
TABLA	9			Participación del Personal	¿Se reconoce e incentiva a los colaboradores de la MYPE?	9	7	7	2	25	36%	28%	28%	8%	100%
TABLA	10			Enfoque basado en procesos	¿Considera que los procesos y responsabilidades están bien definidos al momento de brindar el servicio?	13	2	7	3	25	52%	8%	28%	12%	100%
TABLA	11			Enfoque de sistemas para la gestión	¿Considera que es un beneficio que la MYPE tenga un sistema de gestión de calidad?	5	5	10	5	25	20%	20%	40%	20%	100%
TABLA	12			Mejora continua	¿El restaurante plantea estrategias para mejorar continuamente?	8	5	7	5	25	32%	20%	28%	20%	100%
TABLA	13			Enfoque basado en la toma de decisiones	¿Las decisiones tomadas en el restaurante han sido en su beneficio?	6	9	6	4	25	24%	36%	24%	16%	100%
TABLA	14			Relaciones beneficiosas con el Proveedor	¿El restaurante cuenta con alianzas estratégicas con los proveedores?	5	5	0	15	25	20%	20%	0%	60%	100%

TABLA	15	COMPETITIVIDAD	Innovación	Generación de ideas innovadoras	¿La MYPE desarrolla ideas innovadoras para el crecimiento de los productos ofrecidos?	9	3	5	8	25	36%	12%	20%	32%	100%
TABLA	16				¿La MYPE convierte la calidad en parte del vocabulario empresarial?	8	7	0	10	25	32%	28%	0%	40%	100%
TABLA	17			Preparación de productos para la comercialización	¿La MYPE prepara productos que son de fácil comercialización y replicación?	0	4	8	13	25	0%	16%	32%	52%	100%
TABLA	18				¿La MYPE tiene habilidad para desplegar sus recursos en equipos en forma efectiva?	9	10	4	2	25	36%	40%	16%	8%	100%
TABLA	19		Tecnología	Uso de innovaciones	¿La MYPE da importancia a la innovación y al desarrollo tecnológico?	7	9	6	3	25	28%	36%	24%	12%	100%
TABLA	20				¿La MYPE utiliza la tecnología como medio para el cambio?	13	4	5	3	25	52%	16%	20%	12%	100%
TABLA	21			Colocación de productos y/o servicios	¿La MYPE da respuesta rápida a los cambios en el mercado y satisfacción del cliente?	5	2	9	9	25	20%	8%	36%	36%	100%
TABLA	22				¿La MYPE pone en el mercado productos que pueden ser mejorados, en cuanto a la eficiencia, con la implementación de equipos más modernos?	11	9	2	3	25	44%	36%	8%	12%	100%

ANEXO 7: EVIDENCIA DEL TURNITIN

INFORME DE TESIS FINAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

4% INDICE DE SIMILITUD	5% FUENTES DE INTERNET	0% PUBLICACIONES	4% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
----------------------------------	----------------------------------	----------------------------	--------------------------------------

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	4%
----------	---	-----------

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 4%
Excluir bibliografía	Activo		



Recibo digital

Este recibo confirma que Turnitin ha recibido tu trabajo. A continuación, encontrarás la información del recibo perteneciente a tu entrega.

Autor de la entrega	GABRIELA MERCEDES SANTOS MONTALVO
Identificador del trabajo de Turnitin (Identificador de referencia)	1496898172
Título de la Entrega	INFORME DE TESIS FINAL
Título del ejercicio	turnitin-informe final
Fecha de entrega	29/01/21, 03:10

ANEXO 8: EVIDENCIA DE NO ADEUDO

Constancia

✓ ¡Pago exitoso!

Curso de titulación

Credimás: xxxx-xxxx-xxxx-9566

Titular: SANTOS MONTALVO GABRIELA MERCEDES

Fecha y hora: 05/11/2020 17:36

Número de operación: 16660734

Cuenta de origen: Ahorro soles 305-00642681-0-59

Cuenta de destino: Ahorro soles 310-19854138-0-76

Titular de la cuenta: DIOCESIS DE CHIMBOTE

Monto: S/ 300.00

Tipo de cambio: S/ 0.00

Monto transferido al cambio: US\$ 0.00

Código de operación: 0830496

Fecha: 03 Feb 2021 Hora: 12:14 PM

Cuenta cargo: Cuenta Simple Soles
712 3146109303

Empresa: UNIVERSIDAD DE
LOS ANGELES DE
CHIMBOTE-ULADECH
Uladech Pension

Recibo: S/ 675.00
28/11

Recibo: S/ 675.00
21/12

Recibo: S/ 675.00
13/01

Recibo: S/ 675.00
05/02

Recibo: S/ 100.00
08/02

Datos: Santos Montalvo Gabriela
Merce
2611151014

Moneda y monto: S/ 2,800.00