



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**CALIDAD DE SERVICIO Y COMPETIVIDAD DE LAS
MYPES, SECTOR COMERCIO RUBRO
RESTAURANTES DEL DISTRITO DE SAN PEDRO DE
LOS INCAS – 2018**

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

AUTOR

SILVA OCAMPO, KARINA JANET

ORCID:0000-0002-4477-7781

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

TUMBES – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Silva Ocampo, Karina Janet

ORCID:0000-0002-4477-7781

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

ASESOR

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias
contables financieras y Administración, Escuela Profesional de
Administración, Tumbes, Perú

JURADO

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

MG. GALVANI GUERRERO GARCÍA
PRESIDENTE

MG. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO

MG. DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA
MIEMBRO

MG. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A **Dios** por su inmenso amor y por su infinita misericordia, por estar siempre con nosotros y permitirnos ser cada día más humanos y sobre todo más humildes.

A la universidad ULADECH quien me acogido para formarme profesionalmente.

A mis profesores por su constante desempeño y exigencias en mi vida académica en desarrollo de mi perfil personal y profesional.

Al **Asesor** Escobedo Gálvez, José Fernando, docente de la de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de la ciudad de Tumbes por la confianza y orientación que me brindó para mi tesis, sus amplios conocimientos, aportes, sugerencias y correcciones eficaces han contribuido a hacer realidad este trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A Dios por estar conmigo en cada paso de mi vida y por darme sabiduría, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio hasta culminar mi carrera profesional.

A mis padres, hermanos y demás familiares en reconocimiento de su apoyo incondicional, confianza y esfuerzo que me brindaron para seguir cumpliendo mis metas.

RESUMEN

El estudio tuvo por objetivo de investigación Describir las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes, Sector servicio, Rubro restaurants en el distrito de San Pedro de los Incas – 2018. Con problema de investigación: ¿Cómo se caracteriza la gestión de calidad de servicio y la competitividad de las MYPES, Sector Comercio Rubro Restaurantes del Distrito de San Pedro de los Incas – 2018? Con una metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, con una población de 10 MyPes dedicada al servicio de restaurantes - del Distrito de San Pedro de los Incas 2020, y una muestra de tipo no probabilístico, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos mediante la utilización de la técnica de Observación Directa, el Primer cuestionario para identificar la Calidad de Servicios consta de 10 preguntas y 3 dimensiones (dimensión Operativa = 4 preguntas; dimensión Económico = 3 preguntas; dimensión Social = 3 preguntas, las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de Likert (5= muy malo, 4 = malo, 3 = regular, 2= bueno, 1 = muy bueno). El segundo cuestionario de la medición de la competitividad consta de 10 preguntas y 3 dimensiones (dimensión eficiencia = 4 preguntas; dimensión experimental = 3 preguntas; dimensión Participación del Mercado = 3 preguntas, las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de Likert (5= muy malo, 4 = malo, 3 = regular, 2= bueno, 1 = muy bueno). la que me permitirá determinar la problemática existente respecto a mis variables de investigación.

Palabras clave: Gestión de Calidad, Competitividad y Mypes.

ABSTRACT

The objective of the study was to describe the main characteristics of the Quality and Competitiveness Management of the Mypes, Service sector, Restaurants category in the San Pedro de los Incas district - 2018. With research problem: To what extent does the service quality management in the competitiveness of the MYPES, Commerce Sector of the San Pedro de los Incas District - 2018? With a research methodology of a quantitative type, descriptive level and non-experimental design, with a population of 10 MyPes dedicated to the service of restaurants - from the District of San Pedro de los Incas 2020, and a sample of a non-probabilistic type, applying surveys as an instrument data collection using the Direct Observation technique, the First questionnaire to identify the Quality of Services consists of 10 questions and 3 dimensions (Operational dimension = 4 questions; Economic dimension = 3 questions; Social dimension = 3 questions, the which have 5 response options on a Likert scale (5 = very bad, 4 = bad, 3 = fair, 2 = good, 1 = very good.) The second questionnaire for measuring competitiveness consists of 10 questions and 3 dimensions (efficiency dimension = 4 questions; experimental dimension = 3 questions; Market Participation dimension = 3 questions, which have 5 answer options in Likert scale (5 = very bad, 4 = bad, 3 = fair, 2 = good, 1 = very good). The one that will allow me to determine the existing problems regarding my research variables.

Key words: Quality Management, Competitiveness and Mypes.

ÍNDICE

TÍTULO	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	6
2.1. Antecedentes	6
2.1.1. Antecedentes internacionales	6
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	7
2.1.3. Antecedentes locales	10
2.2. Bases teóricas y conceptuales	12
2.2.1. Gestión de Calidad	12
2.2.1.1. Definición:	12
2.2.1.2. Características:.....	13
2.2.1.3. Principios:	13
2.2.1.4. Teoría:.....	14
2.2.1.5. Dimensiones:	14
2.2.1.5.1. Operativa:.....	14
2.2.1.5.2. Económico	15
2.2.1.5.3. Social	15

2.2.2.	Competitividad	15
2.2.2.1.	Definición	15
2.2.2.2.	Características	16
2.2.2.3.	Principios	17
2.2.2.4.	Teoría	18
2.2.2.5.	Dimensiones.....	18
2.2.2.5.1.	Eficiencia	18
2.2.2.5.2.	Experiencia	19
2.2.2.5.3.	Participación del mercado.....	19
2.2.3.	MyPes	20
2.2.4.	Restaurantes.....	20
2.2.5.	Trabajador.....	21
III.	HIPÓTESIS	22
IV.	METODOLOGÍA.....	23
4.1.	Diseño de investigación	23
4.2.	Población y muestra	23
4.3.	Definición y operacionalización de variables	23
4.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	26
4.5.	Plan de análisis.....	26
4.6.	Matriz de consistencia.....	26
4.7.	Principios éticos	28
V.	RESULTADOS	29
5.1.	Resultados	29
5.2	Análisis de resultados.....	39
5.2.1	Respecto a las características de Gestión de Calidad	39
VI.	CONCLUSIONES	42

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
ANEXO	48
Anexo 01: Encuesta	48
Anexo 02: Turnitin.....	52

I. INTRODUCCIÓN

Las Pymes, por ende, los restaurantes, necesitan adaptarse a los requerimientos de competitividad a nivel total. El gobierno comienza a cultivar un gran papel en este crecimiento al ingeniar medidas, técnicas y diseños de sostén que impulsen los diferentes bordes a la singularidad y a la tierra de ocupaciones. Inclusive, la señal “más competencia en el mercado nacional conduce a una mayor capacidad para competir en una economía más abierta sugiere que la política de defensa de la competencia sea utilizada como instrumento de mejora de la competitividad”. (Cantillo. D, 2006)

Las PYMES de Latinoamérica, en específico las peruanas, afrontan distintos obstáculos, uno de éstos es su reincorporación tarifa de sostén arancelario “Cámara de Comercio – 2009”, lo mismo que la debilidad general que prevalece en el país. Otros sesos que traban la competitividad del estado son la endeblez en las técnicas de repertorio para la acción económica ausente, la gangrena en la gestión pública y las vallas del sistema judicial.

El incremento de la compañía se conseguirá a través del direccionamiento decisivo de la comitada, lo que incluye la aplicación de un encuadre de dimensión del producto ceñida a los requerimientos del cliente, empleos de liquidación y posventa, propaganda enfilada a restaurantes, contratación del arbitrio bienintencionado y capacitación de los abaceros. (Martinez, 2007)

De acuerdo con (Biolos, 1996), “hay seis puntos a tener en cuenta para una gerencia exitosa de la tecnología y la innovación”: La alta gerencia debe involucrarse desde temprano, cuando las decisiones clave de estrategia y

recursos pueden ser cambiadas. Dejar campo a lo desconocido en el plan para que la innovación tecnológica sea dirigida por los hechos que se aprendan en el camino.

Permitir que haya varias ideas de mejoramiento, así se tendrían más opciones. Involucrar a los clientes temprana y frecuentemente y estar listo para escuchar lo peor y revisar el plan consecuentemente. Contar con un consultor externo que facilite las reuniones de grupo, pues es complicado ser el líder y el facilitador al mismo tiempo. Cuando termine el proceso, valorar la experiencia de aprendizaje, identificar fortalezas y debilidades. Hay datos que inciden en recrear la abundancia. La inserción de la tecnología y la mecanización, la filiación de mejores usos, un procedimiento amable más capacitado y educado, el grueso de disciplina prima a mejores costos conjuntos, y exigencias ministeriales interesantes, por ejemplo, inciden en la abundancia.

La inestabilidad, combinación con la lacería, es un creador alternador de muchas misericordias entre los becarios, ya que el hecho de que algunas partes del Distrito de San Pedro de los Incas tengan una apariencia pronunciada de naturales de la tierra, hace que los clientes visiten a excepción de o, en su lunar, no visiten ciertas partes del borde adonde están situados algunos de los restaurantes consultados.

La riqueza que representa la gastronomía peruana es mundialmente conocida. Las personas del sector de San Pedro de los Incas, en su gran totalidad, son ancestrales a la hora de comer. La plétora de restaurantes de olla que se encuentran en este borde lo certificación: el 20% de los entrevistados mencionó que la granazón tradicional es su logística principal de

competitividad, puesto que existen medicaciones ancestrales que se remontan rebosantes años atrás y son manejadas por manera desde periodos inmemoriales.

Esto hace que su seso tenga mucha graduación frente a la operatividad. En la boga esta faja faro del país viene siendo visitada por un babor, por las subsistentes turistas de nuestros ñaños del yuxtapuesto país del Ecuador y connacionales que encuentran como decisión de saludar motivos arqueológicos “Centro Arqueológico Cabeza de Vaca” ubicado en el Distrito de San Pedro de los Incas; sin dimitir de lado los amables saborcillos de la comida típica que es muy registrada por nuestros hermanos ecuatorianos.

Esta perseverante huida de excursionistas conlleva a gestar un abra de instancia insatisfecha. Por otra parte, la carestía de restaurantes en cuanto a calidad en el Distrito de San Pedro de los Incas, hace adeudado implementar una dirección de calaña en la Mypes del borde establecimiento que les permita desafiar a nivel municipal del acreditado Distrito y a nivel externo con los restaurantes que ofrece el la Región Tumbes.

Para definir el problema se diseñó la siguiente interrogante de investigación ¿Cómo se caracteriza la gestión de calidad de servicio y la competitividad de las MYPES, Sector Comercio Rubro Restaurantes del Distrito de San Pedro de los Incas – 2018? Así mismo, se formuló el objetivo general de investigación: “Describir las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes, Sector servicio, Rubro restaurants en el distrito de San Pedro de los Incas – 2018”. Y objetivos específicos: “Determinar las principales medidas de atención al usuario que

influye en el nivel de competitividad de los restaurantes que operan en el Distrito San Pedro de los Incas, en el periodo 2018”. “Analizar el efecto que produce el ambiente de atención al usuario en el nivel de competitividad de los restaurantes que operan en el Distrito San Pedro de los Incas, en el periodo 2018”. “Preparar una medida de tiempo de espera de atención al usuario produce un efecto en el nivel de competitividad de los restaurantes que operan en el Distrito San Pedro de los Incas, en el periodo 2018”.

El trabajo se ha de justificar en aquellos últimos años han incrementado las visitas de turistas que a diario experimenta la ciudad de Tumbes, por ello producto de este vertiginoso mundo globalizado en que vivimos, trae consigo la demanda de la gran diversidad de productos que aquí se ofrecen, entre ellos podemos mencionar de manera específica al rubro de servicios gastronómicos que ofrecen la gran diversidad de restaurantes que operan en esta pequeña ciudad. Por ello hemos tenido conveniente llegar a justificar en los fundamentos teóricos.

En el aspecto **teórico científico**, la presente investigación aportará como alternativas de solución a los problemas de investigación futuras en lo que respecta al sector comercio en el rubro de restaurants, asimismo resalten la importancia de la gestión de la calidad del servicio y competitividad.

En el **aspecto social**, ayudará a la reflexión sobre la importancia del rubro restaurant en nuestra región de Tumbes, preparar a la población sobre el brindar un servicio de atención de calidad y especialidad en gastronomía peruana y sobre todo tumbesina.

En el **aspecto económico**, permitirá ser competitivos y posicionarse como líder entre los restaurants de las líneas de pollerías, cevicheras y restaurant contando con una administración racional del recurso humano, la estructura, la tecnología, los recursos financieros y materiales son factores que requieren ser administrados de manera inteligente por las personas que conforman la empresa.

En el **aspecto tecnológico**, ayudara a las personas exigentes y críticas, producto de las constantes innovaciones, por lo cual los restaurants del distrito clasificados como 4 ó 5 estrellas y de cierta categoría pueden ya no serlo en comparación con establecimientos de la misma categoría en el extranjero o en otros destinos nacionales, por ello los administradores de los restaurants deben innovar y diseñar nuevos procesos de atención al cliente, carta variada de la gastronomía.

De esta manera, esta investigación se basa en que el Distrito de san Pedro de los Incas, a pesar de estar en subdesarrollo en el rubro de la gastronomía la misma que viene experimentando un crecimiento importante con la presencia de Mixtura en la región de Tumbes.

II. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

(Silva, 2017) Estudió el análisis para la evaluación de la satisfacción actual de los empleados de los restaurantes de la Universidad San Francisco de Quito. Esta investigación también busca determinar si la satisfacción de los empleados influye en la calidad de servicio que prestan en cada punto de venta, para la cual se recolectó información por medio de encuestas y estudios anteriormente realizados por San Francisco Food Service USFQGROUP S.A La satisfacción laboral es un terreno estudiado en diferentes ámbitos laborales ya que se conoce que un empleado feliz es equivalente a un cliente satisfecho. Sin embargo, la cantidad de énfasis en estudios sobre satisfacción laboral no son lo suficientemente tomados en cuenta por las empresas, aun teniendo en cuenta la importancia del trabajador en compañías de hospitalidad.

(Caicedo, 2017) Estudió el diseño del sistema integrado de gestión de la calidad para la empresa productos fruti-dulces s.a. Esta investigación busca Diseñar el Sistema Integrado de Gestión de la Calidad para la Empresa Productos Fruti-Dulces S.A., vinculando Buenas Prácticas de Manufactura en cumplimiento con el decreto 3075 de 1997 y la norma NTC ISO 9001:2015; por lo cual se recolectó información por medio de encuestas y estudios; se concluye Mediante el análisis de brechas realizado a la empresa Productos Fruti-Dulces S.A., se detectó ausencia de planeación estratégica, identificación de procesos internos, política y objetivos de calidad, matriz

de riesgos e indicadores para los procesos y la satisfacción del cliente. Con esto se definieron planes de acción, permitiendo implementar elementos necesarios para lograr la consecución de los objetivos de la empresa.

(V. Perez, 2017) Estudió el análisis de la asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de las Pyme de televisión pagada de Imbabura y Cotopaxi, Tuvo como objetivo general Alcanzar una mayor fortaleza competitiva a través de la implementación de un plan de sostenibilidad para la industria del sector gráfico, con una metodología de investigación no experimental, con una población conformada por 1017 empresas domiciliadas en la ciudad de Quito y una muestra de 279, aplicando como instrumento de recolección de datos la encuesta; concluyo La sostenibilidad se enfoca hacia la satisfacción de las necesidades de la generación actual con la finalidad de que existan los recursos suficientes para las futuras generaciones, Se conoce que actualmente existe la sostenibilidad social, sostenibilidad ambiental y sostenibilidad económica, todas ellas se coordinan entre sí para obtener un beneficio conjunto para todos sus participantes, Dentro del ámbito empresarial, la sostenibilidad social hace especial énfasis a la ejecución de programas que favorezcan a sus trabajadores y a la comunidad, la sostenibilidad ambiental hacia el buen uso de los recursos naturales y la sostenibilidad económica hacia la innovación de nuevos productos.

2.1.2. Antecedentes nacionales

(Bonifacio, 2017) En su investigación denominada “Características Del Financiamiento, La Capacitación Y La Rentabilidad En Las Micro Y

Pequeñas Empresas Del Sector Servicio, Rubro Hoteles - Huaraz, 2016; cuya problemática ¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las Mypes del sector servicio, rubro hoteles en el distrito de Huaraz, 2016?, y para ello se estableció el objetivo general en: describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las Mype del ámbito de estudio. La metodología que se ha empleado es el enfoque cuantitativo. El nivel fue descriptivo simple, no experimental y de corte transversal, además de ello la población y muestra estuvo conformada por los 23 propietarios y/o representantes legales de las MYPE, a los cuales se les aplico 24 interrogantes y se utilizó la encuesta y con ello llegando a los siguientes resultados de mayor relevancia. Respecto al financiamiento el 87% tiene financiamiento de terceros, el 48% recurren a entidades no bancarias, el 100% aseguran haber obtenido financiamiento solicitado, el 65% obtuvieron crédito a corto plazo, el 39% nos dicen que han invertido en el capital de trabajo el préstamo conseguido. Respecto a la capacitación el 61% tuvieron capacitación para el otorgamiento de crédito, el 17% se capacitaron en más de 2 cursos, el 65% aseguran que su personal ha sido capacitado, el 70% afirman que la capacitación es una inversión. Respecto a la rentabilidad el 91% consideran que su rentabilidad ha mejorado con el financiamiento, el 70% aseguran que con la capacitación 20 aumento su rentabilidad y el 44% dicen que su rentabilidad no ha disminuido en el periodo de estudio. En conclusión, queda demostrada que el financiamiento y la capacitación si inciden en la obtención de una buena rentabilidad; en

concordancia con los resultados conseguidos de la muestra mediante los instrumentos de medición que se relacionan positivamente con el marco teórico.

(Núñez, 2015) investigación titulada “Formalización y gestión de calidad de las MYPE rubro lavado de autos Talara 2015”, quien tuvo como objetivo principal describir las principales características de la formalización y la gestión de calidad de las MYPE rubro lavado de autos Talara 2015, quien utilizó una metodología de tipo descriptivo, diseño no experimental, transversal, obteniéndose como conclusiones que el 100% de las empresas son formales; identificándose como indicadores de la formalización, estar registrado ante SUNAT, declarar y pagar puntual sus impuestos, contar con el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, tener licencia de funcionamiento y todos los documentos exigidos por la municipalidad. Así mismo, la emisión de comprobantes de pago en cada una de sus transacciones por el servicio. La adecuada gestión de calidad se manifiesta, en que los propietarios consideran en un 100% que el tiempo utilizado para realizar el servicio es adecuado, que hacen un inventario de los accesorios de los vehículos, que el personal se capacita contantemente y que conoce claramente sus funciones, que cuentan con un ambiente para la planificación de actividades diarias, que controlan los horarios de entrada y de salida de del personal, y que se supervisa la labor del personal cuando termina de realizar su servicio.

(Palacios, 2014) En su investigación En su investigación titulada “Caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPE del

rubro ropa de bebés en el sector Blas Atienza del Mercado Modelo de Piura”, presentada en la Universidad Los Ángeles de Chimbote Piura. La investigación es de tipo descriptiva, presenta un nivel cuantitativo, con un diseño no experimental transversal; la población de estudio fueron las tiendas de ropa de bebés del mercado modelo de Piura, y la muestra estuvo conformada por 09 tiendas, con un total de 23 trabajadores; además se consideró los clientes tomando una muestra a criterio del investigador lo cual fueron 50 clientes. Concluyó que la estrategia se refiere a una habilidad o destreza, y la competitividad (es decir, la capacidad de hacer uso de esa destreza para permanecer en un ambiente) es entonces un indicador que mide la capacidad de una empresa de competir frente al mercado y a sus rivales comerciales. La competitividad es también la búsqueda de una posición relativamente favorable en un mercado, con respecto a los rivales, la cual le permitirá permanecer y expandirse.

2.1.3. Antecedentes locales

(Namuche, 2018) En su investigación “Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MyPes en el sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2017” Tuvo como objetivo general Determinar las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad en las MyPes del sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017; con una metodología de tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño es no experimental de corte transversal; con una población de 79 trabajadores de los hospedajes; aplicando como instrumento la técnica de la encuesta; concluyó que se

identificó que los usuarios de las MyPes encuestadas manifiestan experimentar una buena sensación pero que existe inconveniente para contactarse con la persona idónea, brindado un servicio lento, con un lenguaje poco claro, y no promueve un servicio de calidad, así mismo le toman en cuenta a la competencia para mejorar el servicio e instalaciones, desarrollan capacitaciones que ayude a mejorar el servicio, considerando los jefes la empatía como la más importante, para brindar el servicio.

(Avalo, 2018) En su investigación “Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes del Sector Servicio Rubro Hospedajes en el Cercado de Tumbes, 2018” Tuvo como objetivo general Determinar la Caracterización de la Competitividad y la Gestión de Calidad de las MyPes, en Sector Servicios Rubro Hospedajes en el Cercado de Tumbes, Año 2018; con una metodología de tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental; con una población de 10 MyPes con una muestra de 68 clientes; aplicando como instrumento de técnica una encuesta; concluyó que los clientes del rubro Hospedajes se identificó que están tomando mucho énfasis en los factores de la competitividad, porque es lo más importante al momento de la calidad del servicio, en donde cuenta con un proceso mediante un sistema de organización, que cuenta con las herramientas necesarias para superar problemas de ambiente, además utilizan la tecnología como un sistema de control, contando con valores éticos e implementación de nuevos servicios para la satisfacción del cliente, y así cuenta con un sistema de seguridad ante un posible extravío o

sustracción por parte del cliente, así mismo muestran una dinámica para mejorar el servicio a los usuarios.

(Ojeda, 2017) en su Tesis denominada “Caracterización en la Gestión de Calidad Y Competitividad en las MyPes sector servicio rubro restaurantes en la Urbanización José Lishner Tudela - Tumbes 2017, considera que una empresa debe de contar con recurso humano que tenga los valores de respeto, responsabilidad, confidencialidad, igualdad y autonomía como principios éticos para poder tener la gestión de calidad y ser competitivo en el rubro de restaurantes de Tumbes, además concluye que las ofertas que hacen para sus clientes son buenas y mejores que las de la competencia porque es una manera efectiva de retener a los clientes y por lo general la mayoría de los clientes piensan que ello si recomendarían a estas empresas por que brindan un buen servicio a sus clientes.

2.2. Bases teóricas y conceptuales

2.2.1. Gestión de Calidad

2.2.1.1. Definición:

La Calidad puede definirse como un predecible grado de uniformidad, a bajo costo y útil para el mercado. Así mismo es lógico teniendo en cuenta que es preciso y tratará siempre de cerrar las tolerancias de los procesos investigando aún una mayor uniformidad del proceso. (Deming, 1986)

Podría definirse como la aptitud para el uso o propósito, en general lo especificamos como aquel conjunto de características de un producto que satisfacen las necesidades de los clientes y en consecuencia hacen satisfactorio el producto, que coincide con la anterior en su conclusión y

otra que se refiere a la organización; la calidad consiste en no tener deficiencias. No hay la menor duda de que para obtener calidad es preciso tener una organización que trabaje con calidad.(Juran, 1974)

Lo manifiesta como la conformidad a los requerimientos. Así mismo añade que sólo puede ser medida por el costo de la no conformidad. Por consiguiente esta definición está limitada ya que depende de los requerimientos que se hayan considerado, si son los de los clientes o los de los productores, por lo que puntualiza que calidad es “entregar a los clientes y a nuestros compañeros de trabajo productos y servicios de manera eficiente sin defectos y de manera eficaz en hacerlo a menor tiempo.(Crosby, 1979)

2.2.1.2.Características:

Gestión de calidad implementada en las empresas de producción y servicio cuenta con diversas características, pero la más primordial es la responsabilidad de las partes involucradas, y se origina desde el diseño por parte de los directivos; asegurando desde el origen, con la compra de insumos y en la ejecución exacta del trabajo; orientada al consumidor, considerando opiniones, necesidades y expectativas que deben integrarse en el diseño de productos y servicios orientada a las prioridades con capacidad de innovación tecnológica y el grado de involucramiento de los empleados en los procesos.(Soria, 2009)

2.2.1.3.Principios:

Se señala que dentro de la Gestión de Servicios existen diferentes principios como: La ecuación de la rentabilidad y la lógica de la Gestión,

la autoridad para la toma de decisiones, la estructura organizativa, la supervisión y el control, los sistemas de recompensas, el centro de atención de las mediciones. Por ello la producción de una calidad percibida por el cliente tiene que ser el centro de los sistemas de recompensa y la satisfacción de los clientes con el servicio debe constituir el centro de atención de la medición de la productividad.(Naranjo, 2010)

2.2.1.4. Teoría:

Se menciona aquí que la Teoría de la gestión de servicios nos presenta un novedoso enfoque para contextualizar la empresa; el cual, rompe con los paradigmas tradicionales. Esta teoría se pronuncia a la empresa como una totalidad funcional y propone cinco disciplinas que desarrolladas de forma eficiente son capaces de transformar a la organización tradicional en una organización inteligente. (Senge, 1990)

2.2.1.5. Dimensiones:

2.2.1.5.1. Operativa:

Se considera Operativa a todas aquellas competencias biológicas primarias tales como la numerosidad, la ordinalidad, el conteo, la aritmética simple, la estimación y la geometría básica, sirven como cimientos para el aprendizaje formal del conocimiento matemático desarrollado a lo largo de la historia cultural de la humanidad. (Geary, 2007)

Se le denomina a la solución de problemas y la toma de decisiones de la empresa en función a la construcción de un modelo simbólico examinando y analizando entre relaciones que lleguen a una técnica en la toma de decisiones en base a los resultados óptimos.(Moskowitz, 2015)

2.2.1.5.2. Económico

El término económico lo define como el estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuir las entre los diferentes individuos. (Thompson, 2006)

La definición de económico es aquel estudio de cómo los individuos transforman los recursos naturales en productos y servicios finales que pueden usar las personas y también lo definen como algo barato en la compra de un producto o servicio.(Vargas, 2016)

Económico se define como aquellos Estudios de los actos humanos en los asuntos ordinarios de la vida. Explica cómo logra el hombre sus ingresos y cómo los invierte.(Roca, 2013)

2.2.1.5.3. Social

Lo define como perteneciente o relativo a la sociedad. Entre sí Social alude a lo perteneciente o lo relativo a la sociedad que son un grupo de personas que comparten una misma cultura que interactúan entre sí para conformar una comunidad.(Aldana, 2008)

Lo señalan como un sentido perteneciente, debido a que implica algo que se comparte a nivel comunitario, por el prototipo de los conocimientos de convivencia social que se refiere al mando de convivir que tienen los componentes de una sociedad.(Santillana, 2012)

2.2.2. Competitividad

2.2.2.1. Definición

Señala que es un rasgo positivo que significa que hay un público amplio para la venta de un determinado producto y la existencia de estrategias de

comercialización avanzada, por último, nos narra de una estructura tanto a nivel de productores como de profesionales. (Porter, 1985)

Lo define como la idea de que las naciones compiten entre sí. entonces si un país quiere elevar el nivel de vida de sus ciudadanos, el problema no es la competitividad sino la productividad; cuyo objetivo es incrementar sus niveles de productividad para el bienestar de sus ciudadanos. (Krugman, 2008)

Se identifica como aquella capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no de mantener sistemáticamente ventajas comparativas, es decir sus habilidades, recursos, conocimientos y atributos que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno económico. (Correa, 2012)

2.2.2.2. Características

“Señala que existen 5 características que convierten a las empresas competitivas y provocan que se destaquen en la sociedad y el mundo de los negocios”.(Hernández, 2013)

- “Motiva a sus empleados”: Se aprecia como aquella fase esencial que impulsa, administra y defiende la disposición. Nos enseñan los especialistas, cuando un sujeto ocasiona a sus empleados haciéndolos deplorar valerosos sin incumplir su paraje o adeudamiento, el sujeto intenta a reflexionarse parte de la misma.
- “Cree en la innovación”: Nos señalan que una compañía no puede ennegrecerse en la caducidad, debe de innovar y favorecer las prácticas, acierto estructuras como de noviazgos humanas.

- “Es una figura líder”: Nos indican como expertos, cuando una sociedad influye en cada una de las personas que forman parte de ella, hace que el elenco trabaje con afecto, logrando las porterías y objetivos.
- “Comparte el conocimiento”: Los patrones no deben sujetarse a agregar sus conceptos. Cuando usted da a aprender lo que sabe a los demás es admirado y respetado.
- “Es realista”: Se señala que una empresa competitiva siempre sabe en qué localización se encuentra y a partir de satisfacción asesoría, toma las medidas pertinentes para que surjan los altibajos.

2.2.2.3.Principios

Nos indican que aquellos principios que se emplean dentro de la competitividad son los siguientes:(Martínez, 2013)

- Mantenerse en la cima de las tendencias.
- Llegar a ser un campeón del cambio.
- Contratar, gratificar y promocionar a los mejores y más brillantes trabajadores.
- Pensar globalmente, actuar localmente.
- Inversión en tecnología, gente y capacitación.
- Luchar contra la complacencia del éxito.
- Innovar.

2.2.2.4. Teoría

Se menciona en esta Teoría que la competitividad de una empresa puede definirse como su capacidad para ofrecer un producto más barato o de mayor calidad, o cualquier combinación de ambos factores. En un contexto de competencia perfecta, implica vender el producto homogéneo a precios de mercado, pero con menores costes de producción, lo cual se traduce en mayores beneficios. La falta de competitividad se asocia con la incapacidad de competir ni en precio ni en calidad, lo cual suele ser sinónimo de quiebra y desaparición de la empresa. (Fernandez, 2010)

2.2.2.5. Dimensiones

2.2.2.5.1. Eficiencia

Lo define como la óptima utilización de los recursos disponibles para la obtención de resultados deseados, de tal modo que también lo define como la manera de operar de modo que los recursos sean utilizados de forma más adecuada. (Silva, 2009)

Nos determina que la eficiencia está vinculada a utilizar los medios disponibles de manera racional para llegar a una meta. Se trata de la capacidad de alcanzar un objetivo fijado con anterioridad en el menor tiempo posible y con el mínimo uso posible de recursos, lo que supone una optimización. (Umaña, 2005)

Entendemos el término de eficiencia como aquella capacidad de disponer de alguien o algo para conseguir el cumplimiento adecuado de una función.

De igual manera se señala como dicha capacidad de lograr ese efecto en cuestión con el mínimo de recursos posibles o en el menor tiempo posible.(Arieu, 2013)

2.2.2.5.2. Experiencia

Lo define como una circunstancia o un acontecimiento que, por sus características, resulta trascendental o digno de destacar en la vida de una persona: “Haber vivido cinco años en el exterior fue una experiencia muy importante para mí”, “Sufrir un robo es una experiencia traumática para cualquier individuo”. (Meiler, 2011)

Se determina como el Conocimiento de algo, o habilidad para ello, que se adquiere al haberlo realizado, vivido, sentido o sufrido una o más veces. Conjunto de conocimientos que se adquieren en la vida o en un período determinado de ésta. (More, 2015)

2.2.2.5.3. Participación del mercado

Se conoce como “participación de mercado” al porcentaje de un producto vendido por una empresa en relación a las ventas totales de productos similares de otras compañías que comparten la misma categoría en un mercado específico.(Paredes, 2003)

Lo determina como el porcentaje de ventas de un producto o servicio que una empresa tiene con respecto a las ventas totales del mercado en el que participa. Así se hace referencia al porcentaje que tenemos del mercado, de un determinado producto o servicio específico.(Estrella, 2014)

Dispone de una utilización especial en el ámbito de los negocios porque justamente consiste en la proporción de productos y de servicios que un negocio vende, comercializa, en una región determinada.(Valencia, 2010)

2.2.3. MyPes

El Artículo 4° de la ley 30056, establece el concepto de micro y pequeña empresa Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma DE organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO UNICO ORDENADO), DE LEY DE COMPETIVIDAD, formalización u desarrollo de las micho y pequeña empresa del acceso al empleo decente (D.L. N°1086). Es importante resaltar que, la microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de empresa individual de responsabilidad limitada o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. MICROEMPRESA, (de 1 a 10 números de trabajadores, con niveles de ventas anuales, con un monto máximo de 150 UIT). PEQUEÑA EMPRESA, (de 1 a 100 número de trabajadores, con niveles de ventas anuales, con un monto máximo de 1700 UIT).

2.2.4. Restaurantes

Determinamos Restaurante a aquel local que tiene como denominación brindar servicio de atención al cliente, en su mayoría son legales y su función principal es brindar servicio de comida y bebida, al mismo tiempo brinda servicio para eventos sociales incluyendo platos a la carta y menú.

Así mismo menciono que el Restaurante tiene como función principal es brindar buen servicio, asegurando que los clientes obtengan satisfacción y sean libres de evaluar el tipo de servicio que deseen; es un establecimiento que tiene que contar con documentos en regla y permiso de funcionamiento. (Barrera, 2018)

2.2.5. Trabajador

El trabajador se caracteriza por tener un estilo de vida laboral muy atareado es un individuo que experimenta un ambiente de trabajo ya sea muy bien remunerado o no, percibe un clima laboral dependiendo de su entorno requiere de un foco de estudio para subir niveles. También se caracteriza por expandir su economía, existen diferentes personas que realizan sus laborales en el servicio doméstico, Hotelero, servicio de comida y limpieza, reciben retribuciones y goce de haber ayudado a mejorar su economía.

(Sanhueza & Silva, 2004)

III. HIPÓTESIS

Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis.

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

El estudio es de diseño no experimental, tipo cuantitativo y nivel descriptivo, centrada en la determinación de las características de los contenidos de las dimensiones de Calidad de Servicio y Competitividad de las MYPES. (Hernández et al., 2017)

4.2. Población y muestra

La población es finita y estuvo constituida por 10 MYPES del sector comercio rubro restaurantes del Distrito de San Pedro de los Incas. La muestra está constituida a criterio del investigador considerando la totalidad de trabajadores. Desempeñando sus funciones de acuerdo a los criterios de inclusión.

Tabla 1. Población

Detalle	REGIMEN	# Dueño	# Trabajadores
Restaurant: Sabor Marino	MYPE	1	3
Restaurant: La Tormenta	MYPE	1	3
Restaurant: El Encanto	MYPE	1	3
Restaurant: Pez de Oro	MYPE	1	3
Restaurant: Chimpum Callao	MYPE	1	3
Restaurant: El Rincón de Mani	MYPE	1	3
Restaurant: Bahía	MYPE	1	3
Restaurant: La cabañita de William	MYPE	1	3
Restaurant: Mi Cautivo	MYPE	1	3
Restaurant: Leña y Sabor	MYPE	1	3

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Tabla 2. Operacionalización de variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADOR	ESCALA DE MEDICIÓN
Calidad de Servicio	La Calidad puede definirse como un predecible grado de uniformidad, a bajo costo y útil para el mercado. Así mismo es lógico teniendo en cuenta que es preciso y tratará siempre de cerrar las tolerancias de los procesos investigando aún una mayor uniformidad del proceso. (Deming, 1986)	Se describirá la variable gestión de calidad de acuerdo a sus dimensiones e indicadores permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio.	Operativa	- Atención - Tiempo - Presentación	Ordinal Nominal
			Económico	- Rentabilidad - Solvencia - Liquidez - Expansión	
			Social	- Servicios - Impacto	

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADOR	ESCALA DE MEDICIÓN
Competitividad	Señala que es un rasgo positivo que significa que hay un público amplio para la venta de un determinado producto y la existencia de estrategias de comercialización avanzadas, por último, nos narra de una estructura tanto a nivel de productores como de profesionales. (Porter, 1985)	Se describirá la competitividad de calidad de acuerdo a sus dimensiones e indicadores permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio.	Eficiencia	- Reducción de costos - Ahorro de Tiempo	Ordinal Nominal
			Experiencia	- Reducción de costos - Ahorro de Tiempo	
			Participación del mercado	- Reducción de costos - Ahorro de Tiempo	

FUENTE: Elaboración propia.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2020. Para ello, se solicitó la autorización de los dueños de las MyPes, para la aplicación de las encuestas a sus clientes; una vez autorizado se presentó el estudio, sus objetivos y se solicitó el consentimiento informado, previa firma del consentimiento se procedió a realizar el recojo de los datos. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la entrevista, donde el investigador realizó las preguntas y resolvió la encuesta en función a las respuestas que el propietario manifestó.

4.5. Plan de análisis

Se recolectaron las siguientes variables Rentabilidad y Competitividad, y como serán mostradas, señalando los tipos y técnicas estadísticas a dar uso. Se recolecto los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera estructurada y exacta de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó del programa de hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis del instrumento. Programa SPSS versión 21 y validado por expertos mediante la técnica de (sistema en procedimiento de juicio por experto) por especialistas.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 3. Matriz de consistencia.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	ESCALA DE MEDICIÓN
<p>¿Cómo se caracteriza la gestión de calidad y la competitividad en las MYPES del sector comercio rubro restaurantes del Distrito San Pedro de los Incas, 2018?</p>	<p>Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)</p>	<p>Objetivo General: Describir las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes, Sector servicio, Rubro restaurants en el distrito de San Pedro de los Incas - 2018</p>	<p>V1: Calidad de Servicio V2: Competitividad</p>	<p>Tipo: Cuantitativo. Nivel: Descriptivo. Diseño: No Experimental.</p>	<p>Ordinaria Nominal</p>
		<p>Objetivo Específico: Determinar las principales medidas de atención al usuario que influye en el nivel de competitividad de los restaurantes que operan en el Distrito San Pedro de los Incas, en el periodo 2018.</p>			
		<p>Analizar el efecto que produce el ambiente de atención al usuario en el nivel de competitividad de los restaurantes que operan en el Distrito San Pedro de los Incas, en el periodo 2018. Preparar una medida de tiempo de espera de atención al usuario produce un efecto en el nivel de competitividad de los restaurantes que operan en el Distrito San Pedro de los Incas, en el periodo 2018</p>			

4.7.Principios éticos

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en humanos, autonomía, justicia y confidencialidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2017); velando por el cumplimiento de las expectativas que presenta la investigación; se aplicó principios éticos como la protección a las personas, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, libre participación y derechos a estar informado, beneficencia no maleficencia y justicia (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019)

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

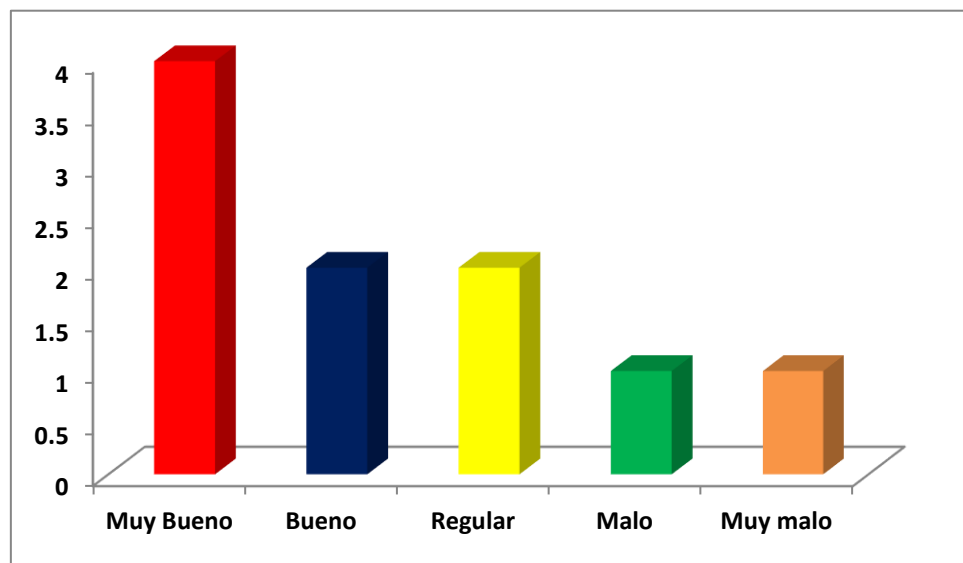
Tabla 4.

¿Cómo calificaría la cortesía y trato de los empleados de este restaurant?

N°	1	2	3	4	5
	<i>Muy Bueno</i>	<i>Bueno</i>	<i>Regular</i>	<i>Malo</i>	<i>Muy malo</i>
1	x				
2	x				
3		x			
4		x			
5			x		
6					x
7				x	
8	x				
9	x				
10			x		
<i>Total</i>	<i>4</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>1</i>

Fuente: Elaboración Propia

Figura 1.



Fuente: Elaboración Propia

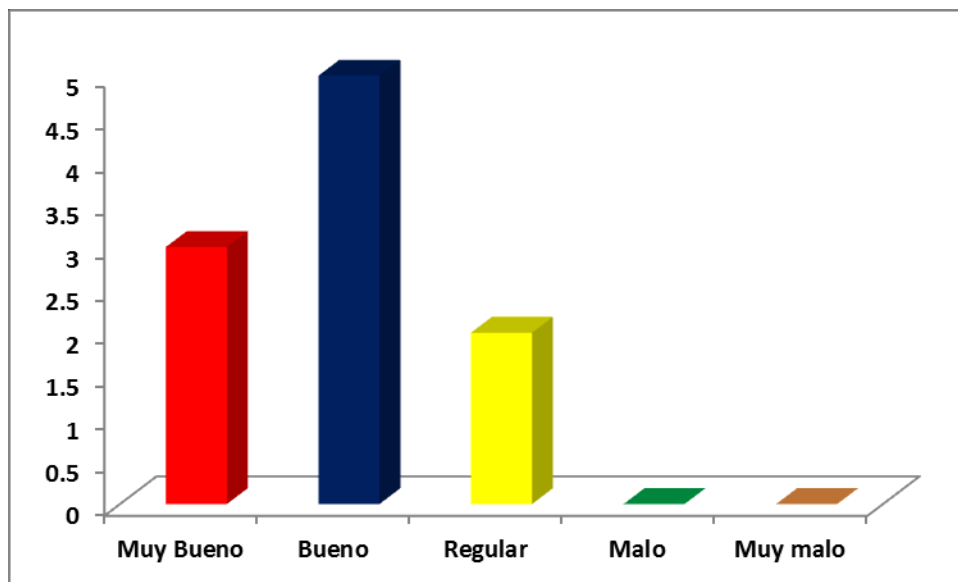
Tabla 5.

¿Cómo calificaría la limpieza del restaurante?

N°	1	2	3	4	5
	<i>Muy Bueno</i>	<i>Bueno</i>	<i>Regular</i>	<i>Malo</i>	<i>Muy malo</i>
1	x				
2	x				
3		x			
4		x			
5			x		
6		x			
7		x			
8		x			
9	x				
10			x		
Total	3	5	2	0	0

Fuente: Elaboración Propia

Figura 2.



Fuente: Elaboración Propia

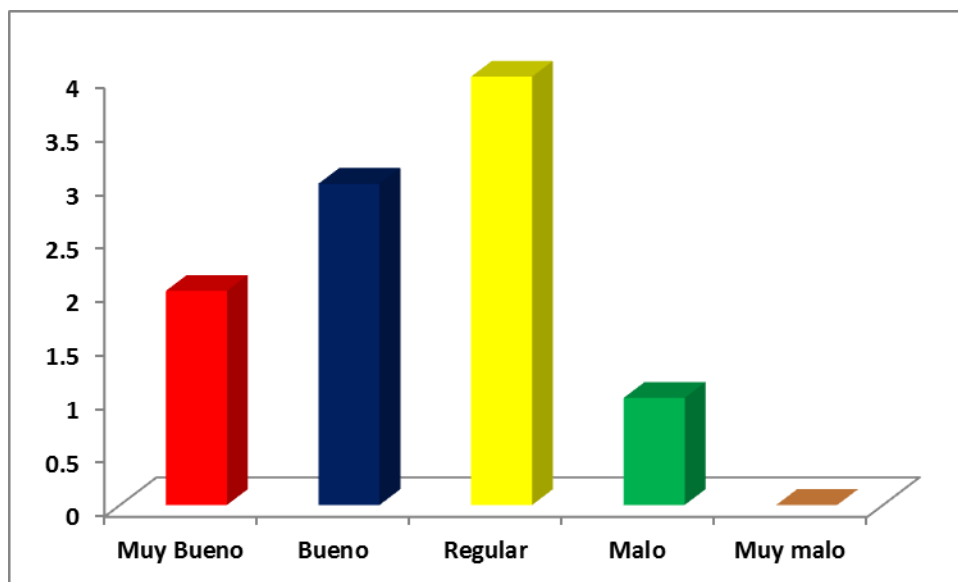
Tabla 6.

¿El tiempo que usted espera, para ser atendido es?

N°	1	2	3	4	5
	<i>Muy Bueno</i>	<i>Bueno</i>	<i>Regular</i>	<i>Malo</i>	<i>Muy malo</i>
1	x				
2			x		
3			x		
4		x			
5					
6		x			
7		x			
8				x	
9	x				
10			x		
Total	2	3	4	1	0

Fuente: Elaboración Propia

Figura 3.



Fuente: Elaboración Propia

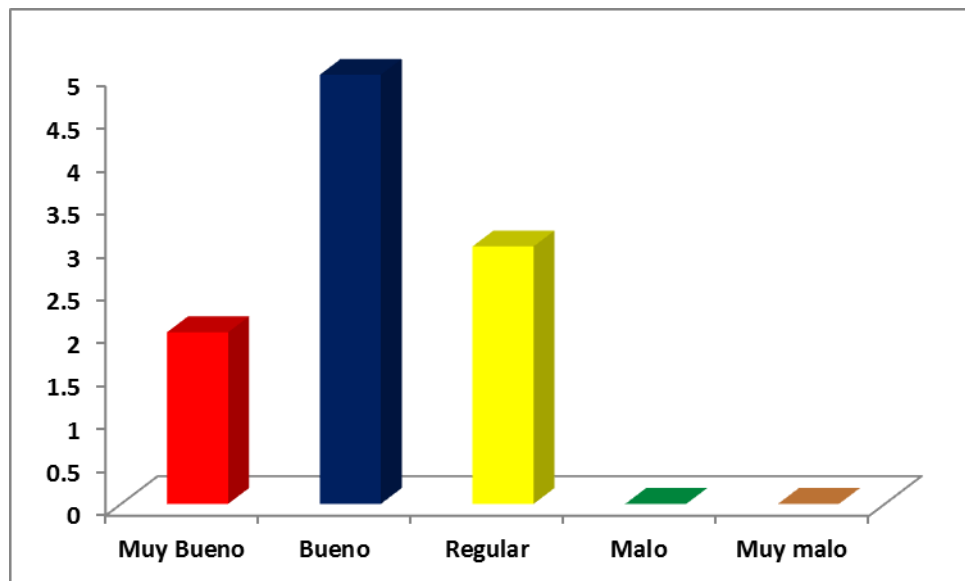
Tabla 7.

¿Para usted, la calidad del servicio recibido es?

N°	1	2	3	4	5
	<i>Muy Bueno</i>	<i>Bueno</i>	<i>Regular</i>	<i>Malo</i>	<i>Muy malo</i>
1	x				
2			x		
3		x			
4		x			
5			x		
6		x			
7		x			
8		x		x	
9	x				
10			x		
Total	2	5	3	1	0

Fuente: Elaboración Propia

Figura 4.



Fuente: Elaboración Propia

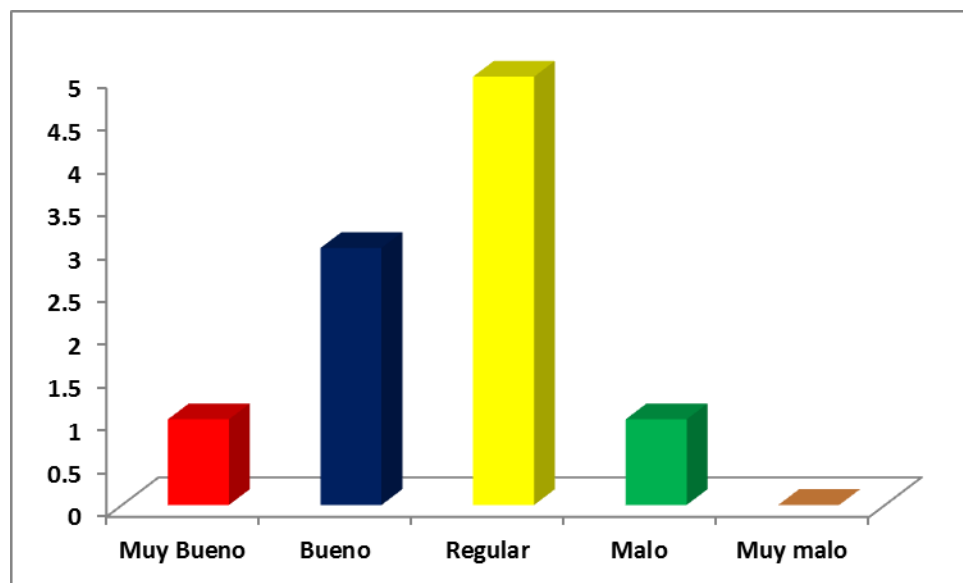
Tabla 8.

¿Cómo le parece el precio que usted paga por el servicio que recibe?

<i>N°</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
	<i>Muy Bueno</i>	<i>Bueno</i>	<i>Regular</i>	<i>Malo</i>	<i>Muy malo</i>
<i>1</i>	<i>x</i>			<i>x</i>	
<i>2</i>			<i>x</i>		
<i>3</i>			<i>x</i>		
<i>4</i>			<i>x</i>		
<i>5</i>		<i>x</i>	<i>x</i>		
<i>6</i>		<i>x</i>			
<i>7</i>		<i>x</i>			
<i>8</i>					
<i>9</i>	<i>x</i>				
<i>10</i>			<i>x</i>		
<i>Total</i>	<i>1</i>	<i>3</i>	<i>5</i>	<i>1</i>	<i>0</i>

Fuente: Elaboración Propia

Figura 5.



Fuente: Elaboración Propia

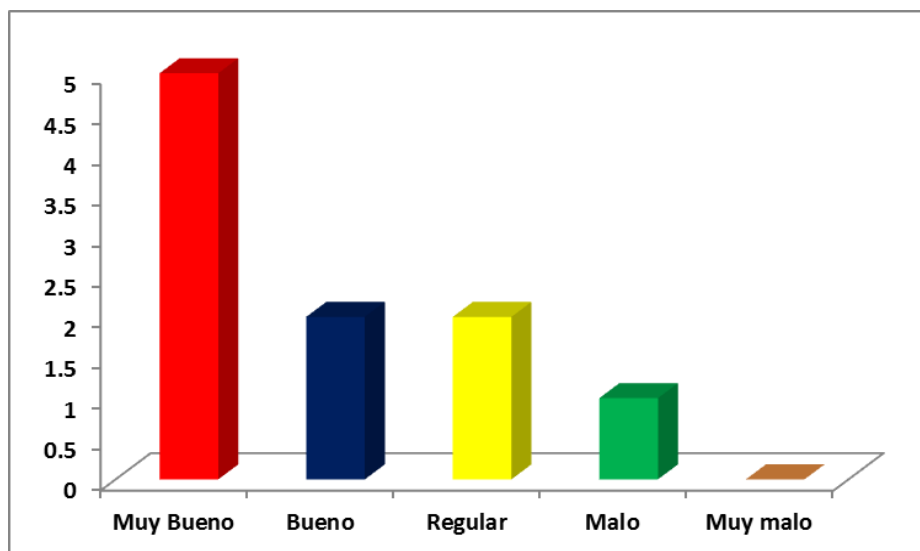
Tabla 9.

¿Las ventajas competitivas frente a sus competidores por el nivel de estudios de su personal, son?

N°	1	2	3	4	5
	<i>Muy Bueno</i>	<i>Bueno</i>	<i>Regular</i>	<i>Malo</i>	<i>Muy malo</i>
1				x	
2			x		
3	x				
4	x				
5	x				
6	x				
7		x			
8		x			
9	x				
10			x		
Total	5	2	2	1	0

Fuente: Elaboración Propia

Figura 6.



Fuente: Elaboración Propia

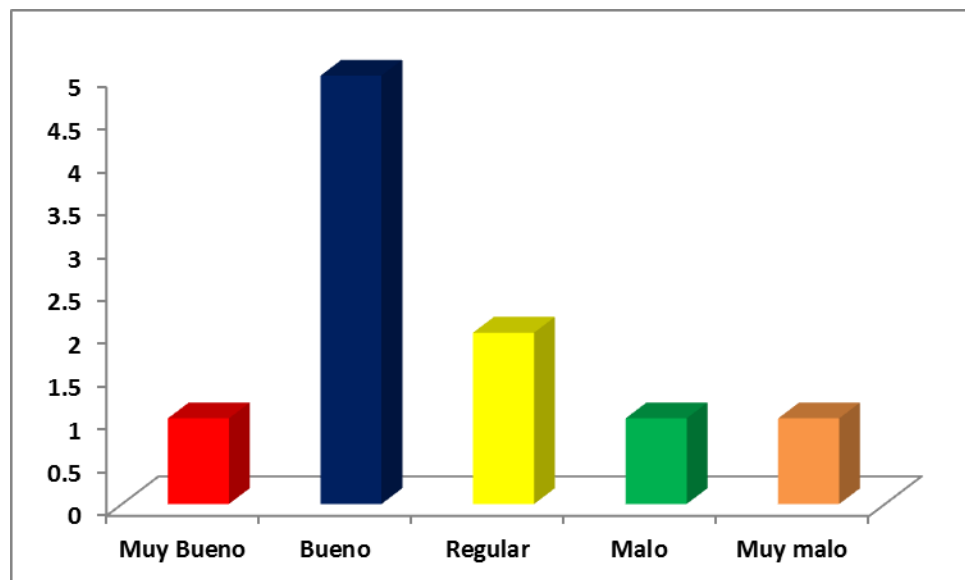
Tabla 10.

¿El precio del servicio lo diferencia de las demás Mypes?

<i>N°</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
	<i>Muy Bueno</i>	<i>Bueno</i>	<i>Regular</i>	<i>Malo</i>	<i>Muy malo</i>
<i>1</i>				<i>x</i>	
<i>2</i>			<i>x</i>		
<i>3</i>		<i>x</i>			
<i>4</i>		<i>x</i>			
<i>5</i>		<i>x</i>			
<i>6</i>		<i>x</i>			
<i>7</i>					
<i>8</i>					<i>x</i>
<i>9</i>	<i>x</i>	<i>x</i>			
<i>10</i>			<i>x</i>		
<i>Total</i>	<i>1</i>	<i>5</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>

Fuente: Elaboración Propia

Figura 7.



Fuente: Elaboración Propia

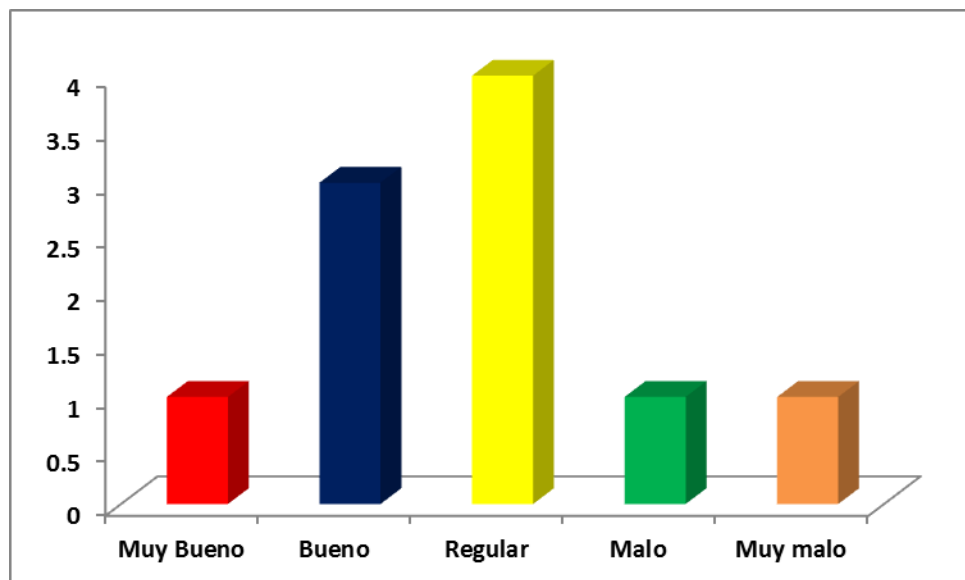
Tabla 11.

¿Cómo considera usted el nivel de ventas que obtiene en su Mypes?

<i>N°</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
	<i>Muy Bueno</i>	<i>Bueno</i>	<i>Regular</i>	<i>Malo</i>	<i>Muy malo</i>
<i>1</i>				<i>x</i>	
<i>2</i>			<i>x</i>		
<i>3</i>		<i>x</i>			
<i>4</i>			<i>x</i>		
<i>5</i>		<i>x</i>			
<i>6</i>			<i>x</i>		
<i>7</i>	<i>x</i>				
<i>8</i>					<i>x</i>
<i>9</i>		<i>x</i>			
<i>10</i>			<i>x</i>		
<i>Total</i>	<i>1</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>1</i>	<i>1</i>

Fuente: Elaboración Propia

Figura 8.



Fuente: Elaboración Propia

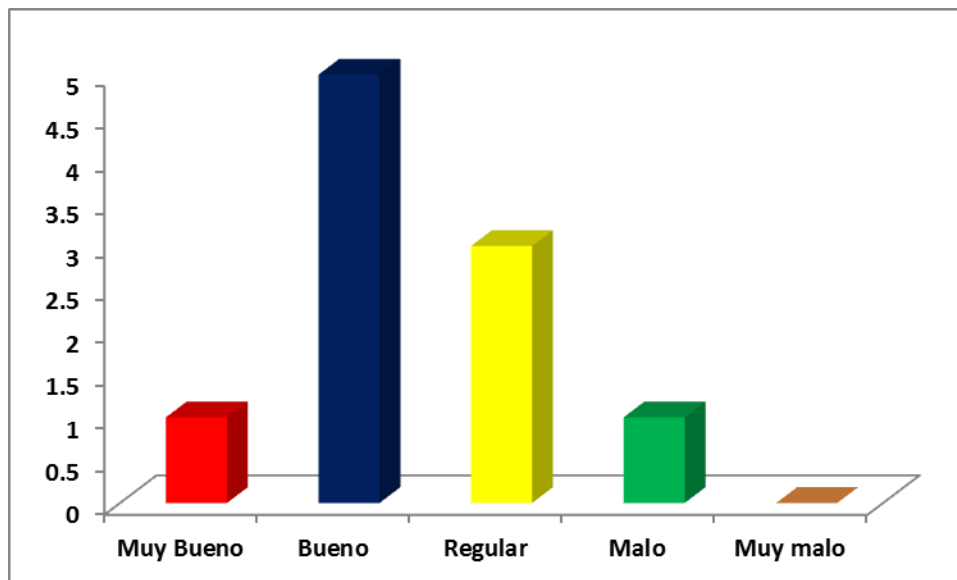
Tabla 12.

¿El nivel de rentabilidad financiera de su Mypes es?

<i>N°</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
	<i>Muy Bueno</i>	<i>Bueno</i>	<i>Regular</i>	<i>Malo</i>	<i>Muy malo</i>
<i>1</i>				<i>x</i>	
<i>2</i>			<i>x</i>		
<i>3</i>		<i>x</i>			
<i>4</i>			<i>x</i>		
<i>5</i>		<i>x</i>			
<i>6</i>		<i>x</i>			
<i>7</i>	<i>x</i>				
<i>8</i>		<i>x</i>			<i>x</i>
<i>9</i>		<i>x</i>			
<i>10</i>			<i>x</i>		
<i>Total</i>	<i>1</i>	<i>5</i>	<i>3</i>	<i>1</i>	<i>0</i>

Fuente: Elaboración Propia

Figura 9.



Fuente: Elaboración Propia

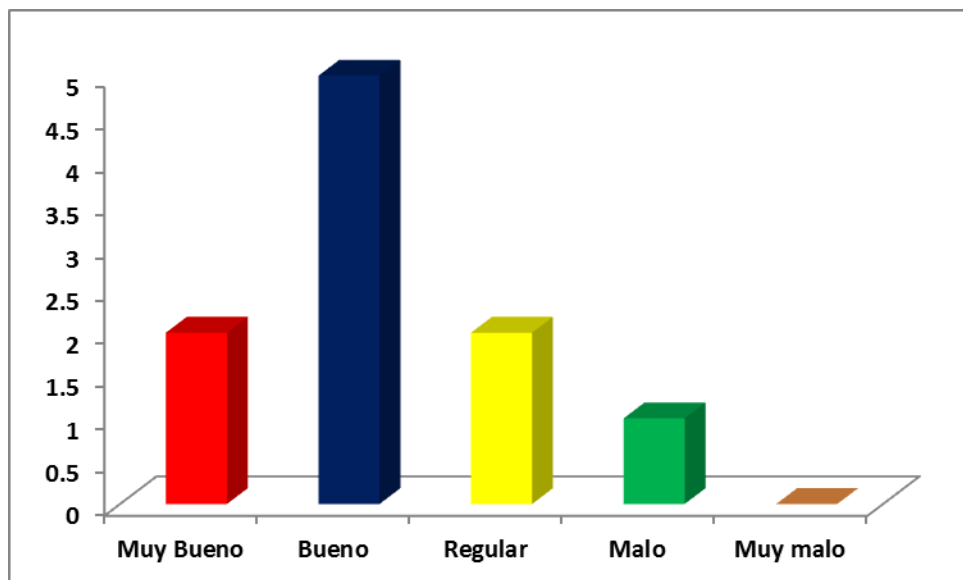
Tabla 13.

¿El nivel de liquidez de su Mypes es?

<i>N°</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
	<i>Muy Bueno</i>	<i>Bueno</i>	<i>Regular</i>	<i>Malo</i>	<i>Muy malo</i>
<i>1</i>				<i>x</i>	
<i>2</i>			<i>x</i>		
<i>3</i>		<i>x</i>			
<i>4</i>			<i>x</i>		
<i>5</i>	<i>X</i>	<i>x</i>			
<i>6</i>		<i>x</i>			
<i>7</i>	<i>x</i>				
<i>8</i>		<i>x</i>			<i>x</i>
<i>9</i>		<i>x</i>			
<i>10</i>			<i>x</i>		
<i>Total</i>	<i>2</i>	<i>5</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>0</i>

Fuente: Elaboración Propia

Figura 10.



Fuente: Elaboración Propia

5.2 Análisis de resultados

5.2.1 Respecto a las características de Gestión de Calidad

Los comensales representados por el 40% calificaron de buena la cortesía y el trato del servicio influyendo en la calidad del servicio de los restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas. Los comensales representados por el 50% calificaron de buena la limpieza influyendo en la calidad del servicio de los restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas. Los trabajadores representados por el 40% calificaron de regular el tiempo influyendo en la calidad del servicio de los restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas. Los comensales representados por el 50% calificaron de bueno el tiempo la calidad del servicio influyendo en la calidad del servicio de los restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas. Los trabajadores representados por el 50% calificaron de regular el precio de cada servicio influyendo en la calidad del servicio de los restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas. Discrepando con (M. Perez, 2017) quien concluye que La sostenibilidad se enfoca hacia la satisfacción de las necesidades de la generación actual con la finalidad de que existan los recursos suficientes para las futuras generaciones, Se conoce que actualmente existe la sostenibilidad social, sostenibilidad ambiental y sostenibilidad económica, todas ellas se coordinan entre sí para obtener un beneficio conjunto para todos sus participantes, Dentro del ámbito empresarial, la sostenibilidad social hace especial énfasis a la ejecución de programas que favorezcan a sus trabajadores y a la comunidad, la

sostenibilidad ambiental hacia el buen uso de los recursos naturales y la sostenibilidad económica hacia la innovación de nuevos productos.

5.2.2 Respetto a la Característica de Competitividad

Los trabajadores de los restaurants representados por el 50% calificaron de muy buena las ventajas competitivas frente a sus competidores por el nivel de estudios de su personal influyendo en la competitividad de los restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas. Los trabajadores representados por el 50% calificaron de bueno el precio del servicio lo diferencia de las demás MyPes influyendo en la competitividad de los restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas. Los trabajadores representados por el 40% calificaron de regular el nivel de ventas que obtiene en su MyPes influyendo en la competitividad de los restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas. Los comensales representados por el 50% calificaron de bueno el nivel de rentabilidad financiera de su MyPes influyendo en la competitividad de los restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas. Los trabajadores representados por el 50% calificaron de bueno el nivel de liquidez de su MyPes influyendo en la competitividad de los restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas. Corroborando con (Namuche, 2018) quien concluyó que se identificó que los usuarios de las MyPes encuestadas manifiestan experimenta una buena sensación pero que existe inconveniente para contactarse con la persona idónea, brindado un servicio lento, con un lenguaje poco claro, y no promueve un servicio de calidad, así mismo le toman en cuenta a la competencia para mejorar el servicio e instalaciones, desarrollan capacitaciones que ayude a mejorar el

servicio, considerando los jefes la empatía como la más importante, para brindar el servicio.

VI. CONCLUSIONES

- Las MYPES de servicios del rubro restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas, califican como muy buenos la cortesía, y buen trato, así como también es buena la limpieza que brinda cada restaurant, en tanto al tiempo de espera para ser atendido respondieron que es regular, asimismo la calidad del servicio que brindan es bueno, siendo estas las principales características que permiten a cada Pymes de este rubro lograr mantener una eficiente gestión de calidad del servicio gastronómico dentro del distrito de San Pedro de los Incas, ya que las empresas su desarrollo está en desarrollo en un nivel promedio de calidad de gestión.
- Del estudio realizado se concluye que las MYPES de servicios del rubro restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas, califican como buena la calidad del servicio debido a que la mayoría opinó que cortesía, el trato, el servicio de limpieza influyen en la calidad del servicio con que se brindan los platos gastronómicos dentro del distrito de San Pedro de los Incas, ayudados a los factores sociales como es la presencia de trabajadores públicos y privados que exigen lugares saludables y de buen confort para degustar de un almuerzo y/o compartir de forma diaria o por eventos.
- Del estudio realizado se concluye que las MYPES de servicios del rubro restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas, califican como MyPes con calidad de Gestión, permitiendo estar posicionado como líder en el rubro de gastronomía, precisando que se cuenta con ventajas

competitivas frente a los demás restaurant, destacando el buen sabor y la buena sazón de cada plato, combinado con la presencia de féminas como anfitrionas y con un ambiente comfortable de peña contando con orquestinas para el buen y exigente comensal.

- Del estudio realizado se concluye que las MYPES de servicios del rubro restaurants del Distrito de San Pedro de los Incas, opinaron que las ventajas competitivas frente a sus competidores son muy buenas, en este contexto, también opinaron que el nivel de ventas sea regular, en tanto se mantienen niveles buenos de rentabilidad y de liquidez, razones financieras que nos permiten evaluar y tomar decisiones y sobre todo manteniendo niveles de rentabilidad buenos, le permite seguir aplicando ventajas competitivas para seguir el posicionamiento adecuado, y buscar ser líder en el rubro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aldana. (2008). Social.

Arieu. (2013). Eficiencia en la administración.

Barrera, J. (2018). *Caracterización de la Gestión de calidad y la formalización de las Mypes sector servicio rubro de restaurantes del distrito de Ferrenafe, Año 2018.* Universidad Católica los Abgeles de Chimbote.

Biolos. (1996). Factores de competitividad de las pymes del sector de restaurantes en Bogotá, localidad la candelaria. In *Intersección*.

Bonifacio. (2017). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las Mypes del sector servicio rubro cevicherías en la urbanización José Lishner Tudela, 2018.*

Caicedo, D. (2017). *DISEÑO DEL SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA LA EMPRESA PRODUCTOS FRUTI-DULCES S.A.* Bogota.

Cantillo. D. (2006). Factores de competitividad de las pymes del sector de restaurantes en Bogotá, localidad la candelaria. In *Intersección*.

Correa. (2012). *Caracterización de la capacitación y la competitividad en las Mype del rubro restaurantes de la urbanización santa Ana de Piura, año 2018.*

Crosby. (1979). *Contribución al análisis de capacidad de los procesos. desarrollo de un nuevo índice de capacidad y su valoración por simulación.*

Deming. (1986). *Contribución al análisis de capacidad de los procesos. desarrollo de un nuevo índice de capacidad y su valoración por simulación.*

Estrella. (2014). Marketing Directo.

Fernandez. (2010). *Caracterización de la capacitación y la competitividad en las Mype del rubro restaurantes de la urbanización santa Ana de Piura, año 2018.*

Geary. (2007). *No Title.*

Hernández. (2013). *Caracterización del financiamiento y competitividad de las Mype rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura, año 2017.*

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación* (Sexta Edic). Retrieved from www.elosopanda.com%7Cjamespoetrodriguez.com
- Juran. (1974). *Contribución al análisis de capacidad de los procesos. desarrollo de un nuevo índice de capacidad y su valoración por simulación.*
- Krugman. (2008). *Caracterización de la competitividad y capacitación en las Mype de servicio rubro fotografía y video – distrito de Piura, año 2016.*
- Martinez. (2007). Factores de competitividad de las pymes del sector de restaurantes en Bogotá, localidad la candelaria. In *Intersección.*
- Martínez. (2013). *Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes del distrito de Huarmey, periodo 2012-2013.*
- Meiler. (2011). experiencia según autor.
- More. (2015). Experiencia según autores.
- Moskowitz. (2015). T. In *operatividad empresarial.*
- Namuche, K. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las Mypes en el sector servicio, rubro Hospedajes en el distrito de Tumbes, 2017.* Universidad catolica los Angeles de Chimbote.
- Naranjo. (2010). *Marketing y gestión de servicios.*
- Núñez. (2015). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes del sector servicio rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana año 2016.*
- Ojeda, J. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las Mypes sector servicio rubro restaurant en la Urbanización Jose Lishner Tudela, Tumbes 2017.* Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2017). Bioética y Ética en la UNESCO. Retrieved September 21, 2019, from UNESCO website: <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/social-and-human-sciences/bioethics/>

- Palacios. (2014). *Caracterización de la capacitación y la competitividad en las Mype del rubro restaurantes de la urbanización santa Ana de Piura, año 2018.*
- Paredes. (2003). Participación de mercado administracion.
- Perez, M. (2017). Implementación de herramientas de control de calidad en MYPEs de confecciones y aplicación de mejora continua PHRA. *Industrial Data*, 20(2), 95–100. <https://doi.org/10.15381/idata.v20i2.13955>
- Perez, V. (2017). *UASB-Digital: Análisis de la asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de las Pyme de televisión pagada de Imbabura y Cotopaxi.* Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Quito.
- Porter. (1985). *Administración Estratégica.*
- Roca. (2013). Conozca cuál es la definición de economía desde distintos puntos de vista y de un breve análisis estructural que revela sus elementos.
- Sanhueza, A., & Silva, F. (2004). Diagnostico de la calidad de vida laboral percibida por los trabajadores de cuatro servicios clinicos del complejo asistencial “DR. Victor Rios Ruiz” de los Angeles (CAVRR). In *Horizonte Empresarial.*
- Santillana. (2012). Social.
- Senge. (1990). *Caracterizacion del control interno en la gestión de inventario de las empresas de servicios del Perú: caso de la empresa ob ingenieros contratistas srl de Chimbote, 2016.*
- Silva. (2009). definición de eficiencia desde distintas perspectivas.
- Soria. (2009). *Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas Iso 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015.*
- Thompson. (2006). Conozca cuál es la definición de economía desde distintos puntos de vista y de un breve análisis estructural que revela sus elementos.
- Umaña. (2005). *Eficiencia en la administracion.*
- Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. *Código de Ética para la*

Investigación. , Pub. L. No. Versión 002, 1 (2019).

Valencia. (2010). Negocios.

Vargas. (2016). Conozca cuál es la definición de economía desde distintos puntos de vista y de un breve análisis estructural que revela sus elementos.

ANEXO

Anexo 01: Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La información obtenida en el presente cuestionario tiene como objetivo ser utilizada en la realización de la investigación sobre “CALIDAD DE SERVICIO Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES, SECTOR COMERCIO RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE SAN PEDRO DE LOS INCAS – 2018” la información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y conservados con absoluta confidencialidad, por lo que se agradece su valiosa colaboración.

Características de la Calidad de Servicios:

El cuestionario de la medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en el Distrito de San Pedro De Los Incas; utilización de la técnica de Observación Directa, el cual consta de 10 preguntas y 3 dimensiones (*dimensión Operativa = 4 preguntas; dimensión Económico = 3 preguntas; dimensión Social = 3 preguntas*, las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de Likert (5= muy malo, 4 = malo, 3 = regular, 2= bueno, 1 = muy bueno).

	1 (Muy Bueno)	2 (Bueno)	3 (Regular)	4 (Malo)	5 (Muy Malo)
¿CÓMO CALIFICARÍA LA CORTESÍA Y TRATO DE LOS EMPLEADOS DE ESTE RESTAURANT?					
¿CÓMO CALIFICARÍA LA CORTESÍA Y TRATO DE LOS EMPLEADOS DE ESTE RESTAURANT?					
¿CÓMO CALIFICARÍA LA LIMPIEZA DEL RESTAURANTE?					
¿EL TIEMPO QUE USTED ESPERA, PARA SER ATENDIDO ES?					
¿CÓMO LE PARECE EL PRECIO QUE USTED PAGA POR EL SERVICIO QUE RECIBE?					
¿LAS VENTAJAS COMPETITIVAS FRENTE A SUS COMPETIDORES POR EL NIVEL DE ESTUDIOS DE SU PERSONAL, SON?					
¿EL PRECIO DEL SERVICIO LO DIFERENCIA DE LAS DEMÁS MYPES?					
¿CÓMO CONSIDERA USTED EL NIVEL DE VENTAS QUE OBTIENE EN SU MYPES?					
¿EL NIVEL DE RENTABILIDAD FINANCIERA DE SU MYPES ES?					
¿EL NIVEL DE LIQUIDEZ DE SU MYPES ES?					

Características de la Competitividad:

El cuestionario de la medición de la competitividad proporcionado a clientes por Restaurantes en el Distrito de San Pedro De Los Incas; utilización de la técnica de Observación Directa, el cual consta de 10 preguntas y 3 dimensiones (*dimensión eficiencia = 4 preguntas; dimensión experimental = 3 preguntas; dimensión Participación del Mercado = 3 preguntas*, las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de Likert (5= muy malo, 4 = malo, 3 = regular, 2= bueno, 1 = muy bueno).

	1 (Muy Bueno)	2 (Bueno)	3 (Regular)	4 (Malo)	5 (Muy Malo)
¿CÓMO CALIFICARÍA LA CORTESÍA Y TRATO DE LOS EMPLEADOS DE ESTE RESTAURANT?					
¿CÓMO CALIFICARÍA LA LIMPIEZA DEL RESTAURANTE?					
¿EL TIEMPO QUE USTED ESPERA, PARA SER ATENDIDO ES?					
¿PARA USTED, LA CALIDAD DEL SERVICIO RECIBIDO ES?					
¿CÓMO LE PARECE EL PRECIO QUE USTED PAGA POR EL SERVICIO QUE RECIBE?					
¿LAS VENTAJAS COMPETITIVAS FRENTE A SUS COMPETIDORES POR EL NIVEL DE ESTUDIOS DE SU PERSONAL, SON?					
¿EL PRECIO DEL SERVICIO LO DIFERENCIA DE LAS DEMÁS MYPES?					
¿CÓMO CONSIDERA USTED EL NIVEL DE VENTAS QUE OBTIENE EN SU MYPES?					

¿EL NIVEL DE RENTABILIDAD FINANCIERA DE SU MYPES ES?					
¿EL NIVEL DE LIQUIDEZ DE SU MYPES ES?					

Anexo 02: Turnitin