



**UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPES, SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES,
EN EL DISTRITO DE CORRALES, AÑO 2021”**

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION**

AUTORA

DIOS AVILA, MAYRA ALEJANDRA

ORCID: 0000-0002-5856-4293

ASESOR:

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

TUMBES – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Dios Avila, Mayra Alejandra

ORCID: 0000-0002-5856-4293

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

Rosillo De Purizaca Maria Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa Jose German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio Maria Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Rosillo De Purizaca Maria Del Carmen
Presidente

Salinas Gamboa Jose German
Miembro

Mino Asencio Maria Isabel
Miembro

José Fernando Escobedo Gálvez
Asesor

AGRADECIMIENTO

Un eterno agradecimiento a esta prestigiosa casa de estudios como lo es la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH filial Tumbes, la cual abrió sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo con valores éticos y formándonos como personas de un mañana mejor.

A la Mype, por permitirme realizar mi investigación y poder brindarme su tiempo y paciencia para ejecutar mi investigación.

A los Docentes por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi formación académica, a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza. A los docentes asesores, por dedicar el tiempo necesario para revisar nuestras investigaciones

DEDICATORIA

A dios, porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome, dándome sabiduría, imaginación, paciencia y enseñarme que nadie en la vida es perfecto.

A los pilares fundamentales de mi vida, a mi padre, mis hermanas, a todos ellos por su amor y apoyo incondicional, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar, educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza, los amo por saber comprender la motivación por lo que quiero realizarme como persona, a ti madre mía que hoy por hoy eres mi ángel este logro más también es tuyo.

A mi hija posiblemente en este momento no entiendas mis palabras, pero para cuando seas capaz, quiero que te des cuenta de lo que significas para mí, eres la razón por la cual me levanto cada día, esforzarme por el presente y el mañana, eres mi principal motivación.

RESUMEN

En la presente investigación denominada “Gestión de calidad y competitividad de las Mypes, sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021”; tuvo por objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de la Mype, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2021, se formuló la interrogante de investigación ¿Cuál es la gestión de calidad y competitividad de la Mype? Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2021. Utilizando una metodología de tipo Descriptiva, nivel Cuantitativa y diseño No Experimental; con una población de 10 Mype y la muestra estuvo constituida por 68 encuestados; aplicando la encuesta como instrumento de recolección de datos; con los siguientes resultados: el 60% (41) clientes manifestaron que el tiempo de espera para ser atendidos en los restaurantes es prudente y el 40% (27) manifestaron que el tiempo de espera para ser atendidos en los restaurantes no es prudente, el 57% (39) clientes manifiestan que los restaurantes utilizan precios similares a su competencia, mientras el 43% (26) manifiestan que los restaurantes no utilizan precios similares a su competencia; se concluyó que la atención ofrecida en los restaurantes es la adecuada ya que cuentan con personal calificado que les brinda un trato amable informando todo respecto a los servicios y/o productos brindados, demostrando que se preocupan por la satisfacción de los clientes; además los precios de los servicios y/o productos brindados están acorde con el servicios brindados, donde los precios utilizados son similares a los de su competencia lo que les permite ofrecer constantes promociones que atraigan a los clientes.

Palabras Clave: Gestión de calidad, competitividad y Mype.

ABSTRACT

In the present investigation called "Management of quality and competitiveness of the Mypes, service sector for restaurants in the District of Corrales, 2021"; had as a general objective: To determine the characteristics of the quality and competitiveness management of the Mype, service sector, restaurants in the District of Corrales 2021, the research question was formulated What is the quality and competitiveness management of the Mype? Restaurant service sector in the District of Corrales 2021. Using a methodology of Descriptive type, Quantitative level and Non-Experimental design; with a population of 10 Mype and the sample consisted of 68 respondents; applying the survey as a data collection instrument; with the following results: 60% (41) customers stated that the waiting time to be served in restaurants is prudent and 40% (27) stated that the waiting time to be served in restaurants is not prudent, 57% (39) clients state that restaurants use prices similar to their competition, while 43% (26) state that restaurants do not use prices similar to their competition; It was concluded that the attention offered in the restaurants is adequate since they have qualified personnel who offer them a friendly treatment, informing them about the services and / or products provided, demonstrating that they care about customer satisfaction; In addition, the prices of the services and / or products provided are in accordance with the services provided, where the prices used are similar to those of their competition, which allows them to offer constant promotions that attract customers.

Keywords: Quality management, competitiveness and Mype.

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
INDICE DE TABLAS.....	x
INDICE DE FIGURAS	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	18
2.1 Antecedentes.....	18
2.1.1 Antecedentes Internacionales:	18
2.1.2 Antecedentes Nacionales:	20
2.1.3 Antecedentes Locales:	22
2.2.1 Gestión De Calidad.....	24
2.2.2 Competitividad	26
2.2.3 Mype	28
2.2.4 Grupo de estudio.....	28
2.2.4.1 Restaurantes.....	28
2.2.4.2 Clientes.....	28
2.2.5 Dimensiones	29
2.2.5.1 Calidad	29
2.2.5.2 Atención al cliente	29
2.2.5.3 Servicio	29
2.2.5.4 Precio	29
III. HIPÓTESIS	30
IV. METODOLOGÍA	31
4.1 Diseño de investigación	31

4.2	Población Y Muestra.....	31
4.3	Definición y operacionalización de variables	33
4.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	34
4.5	Plan de análisis	34
4.6	Matriz de consistencia.....	35
4.7	Principios éticos.....	36
V.	RESULTADOS.....	37
5.1	Resultados	37
5.2	Análisis de resultados	54
5.2.1	Respecto a las características sociodemográficas de los propietarios	54
5.2.2	Respecto a las características las Mype	54
5.2.3	Respecto a las características de gestión de calidad	54
5.2.4	Respecto a las características de competitividad.....	54
VI.	CONCLUSIONES	56
	ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	57
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58
	ANEXOS	62
	Anexo 01: Encuesta.....	62
	Anexo 02: Validación de Encuesta	65
	Anexo 03: Turnitin	74

INDICE DE TABLAS

Tabla 4. Características sociodemográficas	24
Tabla 5. Características de la Mype.....	24
Tabla 6. Calidad de productos.....	25
Tabla 7. Ambiente adecuado	26
Tabla 8. Satisfacción del clientes.....	27
Tabla 9. Servicios	28
Tabla 10. Orientacion.....	29
Tabla 11. Personal calificado	30
Tabla 12. Atencion.....	31
Tabla 13. Trato amable	32
Tabla 14. Satisfacion al cliente.....	33
Tabla 15. Afluencia.....	34
Tabla 16. Infraestructura	35
Tabla 17. Calidad de servicio	36
Tabla 18. Competencia.....	37
Tabla 19. Margen de ganancia.....	38
Tabla 20. Precios Competitivos.....	39
Tabla 21. Promociones.....	40

INDICE DE FIGURAS

Tabla 1. Calidad de productos	25
Tabla 2. Ambiente adecuado	26
Tabla 3. Satisfacción del clientes.....	27
Tabla 4. Servicios	28
Tabla 5. Orientacion.....	29
Tabla 6. Personal calificado	30
Tabla 7. Atencion.....	31
Tabla 8. Trato amable	32
Tabla 9. Satisfacion al cliente.....	33
Tabla 10. Afluencia.....	34
Tabla 11. Infraestructura	35
Tabla 12. Calidad de servicio	36
Tabla 13. Competencia.....	37
Tabla 14. Margen de ganancia.....	38
Tabla 15. Precios Competitivos.....	39
Tabla 16. Promociones.....	40

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como estudio la innovación en las organizaciones a partir de la calidad, fabricación y competitividad de las organizaciones. El método empleado es explicativo donde el estudio es el sector petroquímico-plástico de Cartagena de Indias. En conclusión después del estudio realizado se obtuvo que si la empresa de manufacturas realiza una innovación es su organización desarrollando un sistema de calidad basado en la norma ISO se obtendrían mejores beneficios para la organización.(Arraut, 2010)

El siguiente estudio realizado a una organización de servicios nos muestra el proceso para la realización de una regeneración del Sistema de Gestión de Calidad, donde el objetivo de estudio nos permitirá ejecutar una regeneración del Sistema de Gestión de Calidad con una orientación hacia los procesos, basados en la Norma ISO, con el propósito de dar cumplimiento a nuestros objetivos plasmados. En la fase de inicio del estudio, se detectó que el Sistema de Gestión de Calidad utilizado en la organización presenta varias deficiencias y no cumple con lo indicado por la Normas ISO lo que hace que la calidad del servicio brindado cumpla con la satisfacción de los consumidores, por lo que se debe realizar una regeneración del Sistema de Gestión de Calidad de la organización. (Michelena y Cabrera, 2011)

Debido a los nuevos cambios a los que estas sometidas las organizaciones se han visto en la necesidad de plantear nuevos estándares que les permita ser competitivas y así poder mantenerse en el mundo competitivo. Para que las organizaciones puedan ser competitivas deben enmarcar un proceso de técnicas, minimizar tiempos, reducir gastos y reutilizar, así podrán mantener su posicionamiento en el mercado. (Molina, 2003)

Mediante el estudio realizado a las Pymes del sector textiles-confecciones, se busca obtener un cálculo del margen de ganancia. Del 43% de las organizaciones

estudiadas se obtuvo que el 14% pueden ser competitivas, el 12% son poco competitivas y el 31% no son competitivas. Las Pymes tienen un gran índice de ventas, generando empleo y a su vez un fortalecimiento en la economía del país. (Restrepo y Vanegas, 2010)

En el estudio realizado a las organizaciones que brindan servicios de mantenimiento de maquinaria pesada se busca aumentar su competitividad, mediante la estructura de un diseño de procesos de gestión de calidad para restaurar los puntos críticos del servicio, mediante la indagación realizada se espera que las estrategias planteadas sirvan de modelo para la contribución a que la empresa sea competitiva. (Garcia y Sotomayor, 2013)

Mediante la indagación realizada se estudió el desarrollo precipitado en cuanto a estudiantes y programas académicos. Donde la parte administrativa que se desarrolla en la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM, resulta insuficiente e inapropiada debido a los nuevos avances en la educación superior; donde nace la interrogante ¿Qué diseño de gestión es apropiado y como debe efectuar en la UPG tomando como base la norma ISO 9001?. Donde se implantaron diversos conocimientos de mejora continua e investigaciones del mapa de métodos, donde se obtuvo como resultado la revalidación la Técnica de Gestión de Calidad Académica y Administrativa en los semestres académicos. (Inche et al., 2010)

Debido a la innovación el Estado Peruano, las entidades y gestores públicos, se han visto en la insuficiencia de perfeccionar los servicios que se brindan a la población, impulsando proyectos a corto plazo. Mediante el estudio realizado se busca promover los instrumentos de mejora continua donde se puedan implicar la población entablando lazos de responsabilidad con las entidades del estado y así poder obtener resultados inmediatos. Esta innovación está incluyendo una técnica de gestión de calidad donde se está generando un impacto significativo. (Ugarte, 2015)

Se puede determinar que las especificaciones de los bienes que brindan las compañías ferreteras son bienes de calidad; además de brindar costos relativos estas compañías ofrecen costos elevados a la competencia, así poder crear conocimiento en el usuario de estos bienes que son de superior calidad, así mismo se aplica un margen de ganancia estimado para el comercio de sus bienes, estas compañías no hacen uso del avance de la tecnología esto no les permite que se eleve el nivel de satisfacción del usuario. (Avalos, 2018)

Los consumidores nos indican que los bienes que se adquieren en la Mype del sector comercio tienen una gran publicidad ya que este sector utiliza la tecnología que les permite a los consumidores realizar compras vía web. Las estrategias competitivas se deben vincular con los recursos y a su vez aplicar destrezas bajo un ambiente estructurado y con el apoyo de técnicas financieras y que son precisas a las insuficiencias de los comerciantes. Además, se necesita que la Mype del sector comercio tiendas de abarrotes inviertan manteniendo el orden en sus productos, infraestructura, se requiere que sus trabajadores brinden un buen servicio de calidad a sus clientes, ayudar a buscar los productos que necesitan. (Lingan, 2018)

Se indica que los negocios del rubro comercio debe respetar las normas establecidas por las organizaciones donde dispones que se implementen medidas de higiene dentro de los establecimientos, instando así un mayor control en los productos, además se debe estar a la vanguardia de los avances tecnológicos, es por ello que este tipo de negocios debe implementar estrategias de crecimiento. (Ramirez, 2019)

En los inicios la gestión de calidad se profundiza en la satisfacción del cliente donde se busca que los productos ofrecidos por la Mype cumplan con lo requerido por los consumidores, además se hace referencia a un enfoque basado en procesos, donde se puede concluir que para alcanzar la calidad de nuestros productos se necesita cumplir

con estándares de calidad y lograr cumplir las necesidades de los consumidores, además se debe realizar mayor difusión (medios de comunicación) de los productos ofrecidos para que los consumidores sepan dónde encontrarnos y lograr mayor captación de consumidores. (Tandazo, 2019)

Por lo anterior expresado el enunciado de la investigación es ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y competitividad de la Mype, sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021? y para ello nos planteamos el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de la Mype, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021, cuyos objetivos específicos son: Describir la atención al cliente en relación a la Mype. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021, Identificar los precios de la Mype. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2021. Con una metodología de investigación de tipo Descriptiva, nivel Cuantitativa y diseño No Experimental; la muestra estuvo constituida por 68 encuestados; utilizando la encuesta como instrumento de recolección de datos.

Finalmente, la investigación se justifica en lo práctico, por que utiliza mecanismos que permite conocer y encaminar a la venta de comida, bebidas y otros en el Distrito de Corrales desde los aspectos de gestión de calidad y competitividad.

Se justifica teóricamente porque contiene una apertura de conocimiento de la gestión de calidad y competitividad, teniendo como base el uso de herramientas prácticas y de bajo costo que utilizan estas empresas en el Distrito de Corrales optimizando todos los procesos internos. (Miller y Salkiv 2002)

Tiene una justificación metodológica por la aplicación sistematizada del proceso de investigación, encaminada a la detección de datos cuantitativos que determinen las

características sin vulneración alguna, y se recogen los datos en un solo momento, en este caso servicio de venta de comida, bebidas y otros en el Distrito de Corrales (Bastia 2006).

Institucionalmente este estudio beneficiara a la universidad, servirá de aporte para la biblioteca constituyéndose en una base de consultas para próximas investigaciones que realicen las futuras generaciones de estudiantes, además permitirá que la Mype en su manejo del negocio motive al cambio, para una mejor prestación de los servicios (Bastia 2006).

Se justifica profesionalmente, en la medida en que me permitirá obtener el título de licenciada en administración. Se justifica por conveniencia porque permite conocer la realidad de la gestión de calidad y competitividad del rubro de restaurantes dedicados a la venta de comida, bebidas y otros en el Distrito de Corrales, promoviendo el fortalecimiento de los integrantes de la Mype. Desde los factores metodológicos de la investigación esta descriptiva; de nivel: cuantitativo; con diseño: no experimental y de corte transversal, dado que las características se recogen sin variación alguna, y se obtendrán en un solo momento; las variables de la investigación o palabras claves son: gestión de calidad y competitividad; con una población de 10 Mype y la muestra estuvo constituida por 68 encuestados; aplicando la encuesta como instrumento de recolección de datos; de otro lado la recolección de información se aplicara a través de encuesta por medio de instrumento del cuestionario.

Se concluye que el 60% (41) clientes manifestaron que el tiempo de espera para ser atendidos en los restaurantes es prudente y el 40% (27) manifestaron que el tiempo de espera para ser atendidos en los restaurantes no es prudente, el 57% (39) clientes manifiestan que los restaurantes utilizan precios similares a su competencia, mientras el 43% (26) manifiestan que los restaurantes no utilizan precios similares a su competencia; se concluyó que la atención ofrecida en los restaurantes es la adecuada ya que cuentan

con personal calificado que les brinda un trato amable informando todo respecto a los servicios y/o productos brindados, demostrando que se preocupan por la satisfacción de los clientes; además los precios de los servicios y/o productos brindados están acorde con el servicios brindados, donde los precios utilizados son similares a los de su competencia lo que les permite ofrecer constantes promociones que atraigan a los clientes.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes Internacionales:

(Farfan, 2018) En su investigación “Diseño de un manual para la gestión de calidad de atención al cliente en los hostales de Leónidas Plaza”, tuvo como objetivo de facilitar una herramienta de guía, situado a optimizar los métodos de servicio y atención al usuario en los hoteles; lo que permitirá descubrir las exigencias que se deben tener a través de la publicidad tradicional y publicidad digital para ofertar nuestros servicios; por su largo tiempo de funcionamiento se realizó un plan de gestión de calidad en servicio al cliente para mejorar y lograr fidelizar la mayoría de los mismos, para así lograr un empoderamiento. El análisis del proyecto permitió reconocer a los Hostales de Leónidas Plaza, como uno de los más reconocidos de la ciudad.

Collantes (2017) En su investigación “Mejoramiento de un modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente en una empresa de telefonía móvil en la Ciudad de Guayaquil”, nos manifiesta que la telefonía celular en Ecuador, como en el resto del mundo, ha pasado a ser una necesidad de comunicación de la cual hemos sido testigos de su evolución y del cambio que ha generado en el comportamiento de la sociedad. Al ser un servicio altamente demandado, está expuesto a constante revisión de sus estándares de calidad, especialmente en la atención al cliente al momento de realizar una consulta, adquirir servicios especializados y canalizar cualquier tipo de queja que se genere en el proceso. En ocasiones, no solo se trata del servicio en sí, sino de las personas que están encargadas de canalizar ese servicio. El objetivo general del estudio fue diseñar un modelo de gestión para la atención al cliente de servicio de telefonía móvil de una empresa de la ciudad de Guayaquil para que, desde la base de esta investigación, puedan diseñar estrategias para la atención al usuario. Se utilizó herramientas empíricas de

investigación como la observación directa, revisión de encuestas a clientes ya realizados por la empresa y entrevista a un gerente de local de atención al cliente. El resultado de la investigación evidencia la necesidad de una mejora de servicio al cliente especialmente en el trato y tiempo de atención a sus requerimientos para lo cual se propuso un diseño de mejora de atención al cliente lo que dinamizó el proceso del servicio logrando satisfacción en ellos.

Albuja & Quinto (2017) en su investigación “Estudio de factibilidad para la implementación de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 en el Departamento de Talento Humano de Delfor Security C. Ltda en la Ciudad de Guayaquil”, Se ha realizado un estudio de factibilidad para la implementación de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 en el departamento de talento humano de la compañía Delfor Security C. Ltda. Para lo cual se procedió hacer una evaluación actual de la compañía, para conocer en qué circunstancias se encontraba, en las cuales no existían manuales de procedimientos, manuales de funciones, no había un plan de capacitación, ni se evaluaba el desempeño de los empleados, igualmente había un alto índice de ausentismo, rotación del personal, y vacaciones acumuladas de 2, 3 y hasta 4 años pendientes por gozar También se realizó un análisis FODA, el cual permitió definir las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para de esta manera hacer los correctivos necesarios en las debilidades y amenazas y aprovechar las fortalezas y oportunidades. El estudio de factibilidad para la implementación de las normas ISO 9001:2008 en el departamento de talento humano, tiene como objetivo identificar, mantener y controlar todos los procedimientos documentados y registros creados, para que el personal trabaje con eficiencia y eficacia, XVIII buscando la mejora continua en todos sus procesos para satisfacer las necesidades de los clientes. Al implementarse este sistema de gestión de calidad (SGC) se obtendría una mayor eficiencia en la compañía, se optimizaría los

recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos se potencializaría el capital humano con que cuenta la compañía, habría mejor comunicación, se haría un seguimiento, control y registro de las actividades realizadas, teniendo como meta alcanzar la certificación ISO, en el departamento de talento humano, ya que siendo una empresa que brinda servicios, y este servicio es manejado por personas, se debe seguir cada uno de los puntos a que hace referencia la norma, como capacitación, evaluación de la eficacia de la capacitación, bajar el índice de ausentismo y rotación del personal, y trabajar con calidad obteniendo la fidelización de los clientes.

2.1.2 Antecedentes Nacionales:

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

Enriquez (2017) En su investigación “Gestión de Calidad con el uso del Marketing en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, zona centro, Ciudad De Chimbote, 2017”, tuvo por objetivo general determinar las principales características de gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, zona centro, ciudad de Chimbote, 2017. La investigación fue de diseño no experimental – transversal descriptivo, se escogió una muestra dirigida de 15 Mype de una población de 26, de 22 preguntas estructuradas a representantes de la Mype, obteniendo los siguientes resultados: el 60,0% de representantes encuestados tienen 51 a más años, 66,7% son mujeres, 80,0% administran los dueños. El 73,4% de Mype tienen de 7 a más años, 80,0% tiene de 1 a 5 trabajadores. Respecto a gestión de calidad con uso de marketing: el 93,3% conoce termino gestión de calidad, 86,7% de benchmarking, el 53,3% no se adaptan a los cambios, el 86,7% conoce la observación para medir el rendimiento del personal, el 100% afirma que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio, el 66,7% conoce termino de marketing, el 100% no utiliza base de datos de sus clientes, su producto satisface a los clientes, el 40% disminuyó sus ventas, el 53,3% no publicita su negocio y no utiliza técnicas de marketing, el 46,7% si utiliza herramientas de marketing y el 93,3% establecen que el marketing mejora la rentabilidad de la empresa. Finalmente concluyo que, la mayoría de Mype conocen empíricamente el benchmarking, no se adaptan a los cambios, no tienen base de datos de clientes, no utilizan herramientas de marketing mencionados.

Siesquen (2017) En su investigación “Características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro restaurantes de comida oriental, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2017”, El presente estudio de investigación tuvo como objetivo general determinar las principales

características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro restaurantes de comida oriental, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2017. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de la información se utilizó una población de 14 micro y pequeñas empresas, a quienes se le aplicó un cuestionario de 19 preguntas cerradas, a través de la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 64.29% de los representantes tienen una edad promedio de 31 a 50 años. El 85.71% son de género masculino. El 71.43% son los dueños. El 85.71% tiene de 1 a 5 trabajadores en sus negocios. El 100.00% fueron creadas para generar ganancias. El 71.43% tiene poco conocimiento con respecto al término de gestión de calidad. El 71.43% no emplea ninguna técnica moderna. El 71.43% de su personal tiene poca iniciativa. El 57.14% emplea la observación. El 71.43% no contribuye a la mejora de su empresa. El 71.43% el producto que entrega. El 100.00% brinda un buen servicio al cliente. El 100.00% tiene un personal calificado. El 57.14% incremento sus ventas. Finalmente se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños, quienes dirigen sus negocios, y no aplican la gestión de calidad porque tienen poco conocimiento del tema.

2.1.3 Antecedentes Locales:

Cuenca (2018) En su investigación “Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la Mype, sector servicio rubro restaurantes en el mercado de Tumbes, 2018” En donde se pretende investigar ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la Mype, sector servicio rubro restaurantes en el mercado de Tumbes, 2018? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación Determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la Mype, sector servicio rubro restaurantes en el mercado de Tumbes, 2018.

Utilizando una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental; aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos y técnicas de recolección de datos; con una población de 68 clientes de las 18 Mype dedicadas al rubro de restaurantes; se concluyó que tanto el dueño como el personal no está comprometida con ofrecer productos de calidad y que la empresa no evalúa sus indicadores de compra.

Ortiz (2017) En su investigación “Características de la gestión de calidad y la competitividad de la Mype del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Tumbes, año 2017”, La demanda de la gran diversidad de productos que se expenden en la Región de Tumbes entre los que podemos mencionar de manera específica al rubro de servicios gastronómicos como los que ofrecen la gran diversidad de restaurantes que operan en esta pequeña pero acogedora urbe especialmente aquellos que se encuentran operando en la parte céntrica de la ciudad. Despertó la curiosidad de realizar la investigación orientada a conocer las características de la gestión de calidad y la competitividad de la Mype del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Tumbes, año 2017. Metodológicamente la investigación se enmarca dentro del tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal por cuanto se realizó el estudio en un momento determinado del tiempo como es el periodo 2017. Para la obtención de la muestra representativa se ha tomado un criterio no probabilístico, considerándose para tal caso el total de la población que vienen a ser 15 Mype que funcionan en el centro de la ciudad. A dicha muestra se le aplicó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento el cuestionario el cual está compuesto de 20 ítems, para la variable Gestión de Calidad; y 20 ítems para la variable Competitividad.

Ojeda (2017) En el presente informe de investigación denominado “Caracterización en la Gestión de Calidad Y Competitividad en la Mype sector servicio rubro restaurantes en la Urbanización José Lishner Tudela, Tumbes 2017”, ya que mi

primer variable es la gestión calidad y la segunda variable es la competitividad, para ello como objetivo de investigación tenemos, Determinar la caracterización de la gestión de calidad y Competitividad en la Mype sector servicio rubro restaurant en la Urbanización José Lishner Tudela, Tumbes 2017; como problema tenemos Cómo se caracteriza la Gestión de Calidad y competitividad en la Mype sector servicio rubro restaurant en la Urbanización José Lishner Tudela, Tumbes 2017?; Se utiliza como metodología de investigación un tipo descriptivo, nivel de investigación cuantitativo y un diseño de investigación no experimental con una población constituida 68 clientes, en donde se aplicara la encuesta, observación, observación directa, datos bibliográficos, cuestionarios, cronograma de actividades y la escala de medición como instrumentos y técnicas de recolección de datos y para su análisis se utilizara en redacción Microsoft Office Word, para las tabulaciones Microsoft Office Excel, para la elaboración de la ponencia Microsoft Power Point y el turnitin como aplicativo anti plagio; he considerado utilizar respeto, responsabilidad, confidencialidad, igualdad y autonomía como principios éticos y concluyo que las ofertas que hacen para sus clientes son buenas y mejores que las de la competencia por que 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

Es el proceso de gestión oportuna para el diseño de los productos o servicios brindados, para obtener y mantener los estándares de calidad requeridos por los clientes. (Rios, 2009)

Es la forma de trabajar, mediante la cual una empresa busca cubrir las necesidades de los consumidores, donde deben planificar, mantener y mejorar los

procesos para la elaboración de los productos o servicios, bajo criterios de eficacia y eficiencia que permitirá a la empresa ser competitivas. (Yáñez, 2008)

Es una táctica que utilizan las organizaciones y a la vez un procedimiento que hace partícipe a todos los trabajadores donde se pretende mejorar la eficiencia dentro de las organizaciones que permita satisfacer las necesidades de los consumidores. (Vargas, 2003)

2.2.1.1 Características

Ayuda a disminuir los precios, permite asociar las técnicas para la elaboración de los productos; permite renovar la imagen de la empresa, mejorar el posicionamiento en los mercados; y cumplir con las necesidades de los consumidores. (Muñoz, 2016)

Mejorar los errores detectados, ser resistentes al cambio; reparar los ejes que inducen al error; determinar las posibles soluciones que nos permitan seguir en el mercado. Cubrir las expectativas de los clientes. (Uriarte, 2019)

Permite que todos los trabajadores se involucren en buscar el posicionamiento de la organización a un largo plazo ofreciendo productos de calidad; también las compañías deben tener una filosofía y cultura adecuada que les permita tener éxito, además la gestión de calidad interviene en el desarrollo de las actividades de las compañías. (Saavedra, 2016)

2.2.1.2 Tipos

Calidad implícita (son los productos que se espera que cumplan con ciertas especificaciones); calidad explícita (se refiere a las especificaciones de cada producto además de confirmar y demuestra la calidad implícita); calidad sorpréndete (son los productos que cumplen con las especificaciones solicitadas por los consumidores). (Aguirre, 2013)

Calidad necesaria (son las especificaciones solicitadas por los consumidores); calidad proyectada (son los niveles de calidad que desean alcanzar los trabajadores en los productos o servicios); calidad realizada (es la calidad obtenida mediante la utilización de herramientas y técnicas aplicadas). (Chacon, 2014)

Calidad que se espera (son las características que tiene el servicio o producto que se adquiere, pero si el producto no cumple con los estándares requeridos por el consumidor este quedara insatisfecho); calidad que satisface (son las especificaciones que tiene el servicio o producto solicitado por los clientes, si estos cumplen los clientes quedan satisfechos); calidad que deleita (se trata que los clientes soliciten productos o servicios sin especificaciones, es aquí donde las empresas superan las expectativas. Y sorprender a los clientes). (Cortés, 2017)

2.2.2 Competitividad

Es capacidad de demostrar de cada organización que puede ser competitiva y mantenerse en los mercados Internacionales, ofreciendo productos y servicios de calidad. (Vizcaino, 2016)

Es la habilidad y destreza que tiene cada empresa para exportar sus productos y de esa manera hacer el uso eficaz de los elementos de fabricación permitiendo elevar los niveles de vida de esa comunidad. (González, 2010)

Es la iniciación que tiene cada empresa para establecer ventajas competitivas que les permita conseguir, mantener y optimizar una determinada perspectiva en el medio socioeconómico. (Arce, 2010)

2.2.2.1 Características

Eficacia en la producción y control de gastos; calidad, confianza, estabilidad y estética del producto; invención, diferencia, rapidez y resistencia. (Antequera y Garcia, 2010)

Permite a las empresas innovar y estar a la vanguardia de los avances tecnológicos; aumentando la producción y por ende ser competitivas; los consumidores anticipan sus necesidades, permite la formación de nuevas compañías. (Suñol, 2006)

Permite a las organizaciones direccionar estrategias; brindar información adecuada, realizar innovaciones constantes; mejora continua en la selección de personal; introducción de las organizaciones en los mercados competitivos, fabricación limpia. (H. Gonzales, 2015)

2.2.2.2 Tipos

Competitividad interna (son las estrategias que emplean las organizaciones para obtener una mayor eficiencia e incrementar su producción, así mismo se trata de que las organizaciones mejoren en sí misma); competitividad externa (las compañías extienden su capacidad de obtener un posicionamiento en el mercado, es aquí donde interfieren los factores de la innovación, la persistencia mercantil. Las compañías intentan obtener un posicionamiento en el mercado). (Roldán, 2010)

Competitividad interna (es capacidad que obtiene cada organización para a para explotar los recursos con los que cuenta); competitividad externa (se basa al modelo de mercado en que la empresa desea incursionar para que así se vuelva competitiva, además de los logros obtenidos para que la organización pueda sobrevivir al paso del tiempo en el mundo competitivo). (Raffino, 2019)

Competitividad nacional (las empresas que deseen conseguir competitividad deben hacer el uso de componentes que les permita estar a las vanguardia de los avances

tecnológicos y realizar la dotación de factores que les permita obtener ventajas competitivas); competitividad sistémica (se determina por el progreso de la industria que debe estar determinada por el desarrollo de elementos a nivel macro y micro económica); competitividad estructural (nos referimos que a través de la economía las organizaciones buscan incrementar su desarrollo y a su vez conseguir el desarrollo de un pueblo generando trabajo). (Perea, 2011)

2.2.3 Mype

Ley N° 30056

La presente Ley posee como objetivo el impulso de la competencia, legalización y el progreso del micro y pequeñas asociaciones para desarrollar del trabajo sostenible, producción y su renta, el incremento del mercado interno, exportaciones, y la retribución al recaudo tributario. (Congreso De La República, 2013)

2.2.4 Grupo de estudio

2.2.4.1 Restaurantes

Es un establecimiento comercial público donde se cancela por el consumo de bebidas y alimentos, que pueden ser deleitadas en el mismo establecimiento o para llevar. (Vélez y Romero, 2016)

Se trata de la comercialización de diferentes bebidas y alimentos para ser consumidas en el mismo restaurante, donde el consumo debe ser cancelado por los clientes. (Pérez y Merino, 2014)

Es el comercio donde se ofertan a los consumidores bebidas y alimentos de diferentes tipos para su consumo en el mismo lugar o para ser llevadas. (Bembibre, 2009)

2.2.4.2 Clientes

Es el individuo más significativo en cualquier establecimiento, donde nosotros dependemos de él; nos sentimos dichos de atender todas sus necesidades. (Mazon, 2017)

Es la persona que adquiere bienes o servicio, donde los dueños de las compañías se deben esmerar en ofrecer una buena atención y poder concretar una venta. (Martinez, 2017)

Es el individuo que adquiere un bien o servicio a raíz de una cancelación previa. (Pérez y Gardey, 2009)

2.2.5 Dimensiones

2.2.5.1 Calidad

Este término es muy conocido, se refiere a la calidad de un servicio o producto mediante percepción que tiene el consumidor del mismo. Además de ser un conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. (Sancho, S/F)

2.2.5.2 Atención al cliente

Referente a la atención al cliente son todas las operaciones efectuadas para atender a los consumidores antes, durante y después de una compra. También distinguido como un servicio que se realiza para cumplir con la satisfacción de un servicio o producto. En este transcurso se implica diferentes factores y etapas. (Porporatto, S/F)

2.2.5.3 Servicio

El servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de sus consumidores, ya que de eso dependerá a que se mantengan en un punto determinado del tiempo y puede ser la clave del éxito. (Ramírez, 2010)

2.2.5.4 Precio

El precio es la cantidad necesaria que se necesita para adquirir un producto o servicio lo que se conoce como compra-venta. (Sevilla S/F)

III. HIPÓTESIS

Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis.

(Hernández, 2017)

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de investigación

El estudio fue de diseño descriptivo transversal, centrada en la determinación de las características de los contenidos de las dimensiones de gestión de calidad y competitividad. (Hernández, 2017)

4.2 Población Y Muestra

4.2.1 Población

La población estuvo constituida por clientes de 10 Mype del sector servicio en el rubro de restaurantes del Distrito de Corrales.

Tabla 1. *Población de investigación*

N°	RAZON SOCIAL	GERENTES	TOTAL
1	Restaurant – Picantería “El recreo Familiar”	1	1
2	Restaurant “Todos Vuelven”	1	1
3	Restaurant – Pollería “JJ Chicken”	1	1
4	Restaurant – Pollería “Master Chicken”	1	1
5	Restaurant – Fuente De Soda “La Casita De La Miel”	1	1
6	Restaurant – Pollería “Rudy Burger King”	1	1
7	Restaurant “Mi Rosalee”	1	1
8	Restaurant – Pollería “El Tacneño”	1	1
9	Restaurant – Pollería “Mi Jassumi”	1	1
10	Restaurant “El Balconcito”	1	1
TOTAL		10	10

4.2.2 Muestra:

Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de variables son infinitas, entonces no se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de las variables Gestión de Calidad y competitividad se aplicó la siguiente fórmula estadística infinita:

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

Dónde:

n = a ser estudiada

Z = considerado (para 90% de confianza Z= 1.645)

p = Probabilidad 0.5%

q = No probabilidad (donde Q= 1-P)

q = 0.5%

e = Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.645)^2(0.50)(0.50)}{(0.01)^2}$$

$$n = \frac{(2.706025)(0.25)}{(0.01)}$$

$$n = 0.67650625$$

$$0.01$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68 \text{ clientes.}$$

La muestra asciende a 68 clientes para la variable gestión de calidad y competitividad en la Mype.

4.3 Definición y operacionalización de variables

Tabla 2. Operacionalización de variables.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de calidad	Es el proceso de gestión oportuna para el diseño de los productos o servicios brindados, para obtener y mantener los estándares de calidad requeridos por los clientes. (Rios, 2009)	La gestión de calidad se maneja en la protección de la calidad y la inspección de los métodos que se utilizan para conseguir una calidad permanente en la fabricación de los productos.	Calidad	Calidad de los productos	Nominal
				Ambiente adecuado	
				Satisfacción del cliente	
				Servicios	
			Atención al cliente	Orientación	
				Personal calificado	
				Atención	
				Trato amable	
Competitividad	Es capacidad de demostrar de cada organización que puede ser competitiva y mantenerse en los mercados Internacionales, ofreciendo productos y servicios de calidad. (Vizcaino, 2016)	Es la capacidad que tiene una organización para mantener constantemente sus ventajas en relación a sus competidores y así le permitirá obtener un buen posicionamiento en el mercado	Servicios	Satisfacción del cliente	Nominal
				Afluencia	
				Infraestructura	
				Calidad de servicio	
			Precio	Competencia	
				Margen de ganancia	
				Precios competitivos	
				Promociones	

Nota: Operacionalización de la variable gestión de calidad y la de composición de sus dimensiones e indicadores.

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2021. Para ello, se solicitó la autorización de los propietarios de la Mype en el Distrito de Corrales, para la aplicación de las encuestas a los 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 cliente manifestó.

4.5 Plan de análisis

Se recolectaron las siguientes covariables de gestión de calidad, calidad de productos, ambientes adecuados, satisfacción del cliente, servicios, orientación, personal calificado, atención, trato amable; además competitividad satisfacción del cliente, afluencia, infraestructura, calidad de servicio, competencia, margen de ganancia, precios competitivos, promociones.

4.6 Matriz de consistencia

Tabla 3. Matriz de consistencia Fuente:

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	ESCALA DE MEDICIÓN
¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y competitividad de la Mype, Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021?	(Fidias, 2010) Para investigaciones descriptivas no necesariamente se formula hipótesis.	<p>Objetivo General: Determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de la Mype, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.</p> <hr/> <p>Objetivos Específicos: Describir la atención al cliente en relación a la Mype. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.</p> <p>Identificar los precios de la Mype. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.</p>	<p>V1: Gestión de calidad</p> <p>V2: Competitividad</p>	<p>Tipo: Descriptivo. Nivel: Cuantitativo. Diseño: No Experimental.</p>	Nominal

Nota: Operacionalización de la variable gestión de calidad y la de composición de sus dimensiones e indicadores.

4.7 Principios éticos

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en este punto se mencionan los principios éticos que rigen a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote son:

Principio a la Confidencialidad: se trata de respetar la intimidad y cumplir con el secreto y incógnita de la investigación admitida, salvo que el autor autorice.

Principio de respeto a la dignidad humana: Toda persona se gana el respeto, puesto que sea digno de ello, Comienza por reconocer su existencia, su autonomía y su individualidad.

Principio del Consentimiento informado: Se trata de informa al participante u organización involucrada en la investigación, entre otros aspectos, de sus derechos, duración de la investigación.

En cumplimiento de las expectativas que presenta el artículo científico; y además de los principios éticos del código de Ética como: Protección de la persona, Libre participación y derecho a estar informado, Beneficencia y no-maleficencia, Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad, Justicia, Integridad científica. (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019)

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 4. *Características sociodemográficas*

Características	n (%)
Edad	32.16 ± 10.73
Sexo	
Femenino	33 (48.5)
Masculino	35 (51.5)
Estado civil	
Soltero	32(47.1)
Casado	18(26.5)
Viudo	8 (11.7)
Divorciado	10(14.7)
Grado de instrucción	
Educación básica	15(22.1)
Técnico	23(33.8)
Superior	18(26.5)
Posgrado	12(17.6)

* Media ± desviación estándar

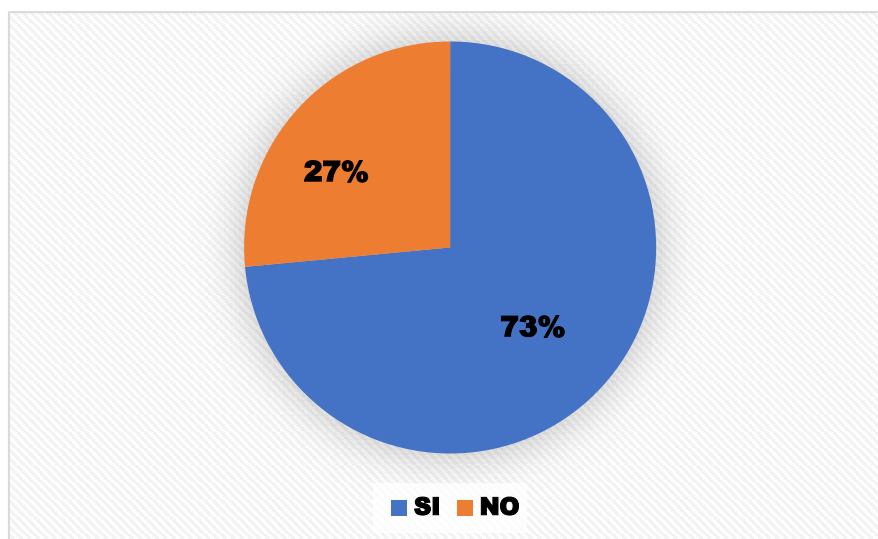
Tabla 5. *Características de la Mype*

Características	n (%)
Régimen	
Nuevo Régimen Único Simplificado	0 (0.0)
Régimen Especial	0 (0.0)
Régimen Mype	10 (100.0)
Régimen General	0 (0.0)
Años constituido	5 ± 1.63
Modalidad	
Pollerías	1 (10)
Restaurant – Pollería	7 (70)
Restaurantes	2 (20)
Restobar	0 (0.0)

* Media ± desviación estándar

Tabla 6. *En este restaurant ofrecen productos de calidad.*

	Fi	Hi (%)
Si	50	73.5
No	18	26.5
Total	68	100%

**Figura 1.**

Nota: En la tabla 6 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable gestión de calidad y su dimensión calidad de los productos en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 7. *Considera que el personal le brindó un trato amable.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	38	55.9
No	30	44.1
Total	68	100%

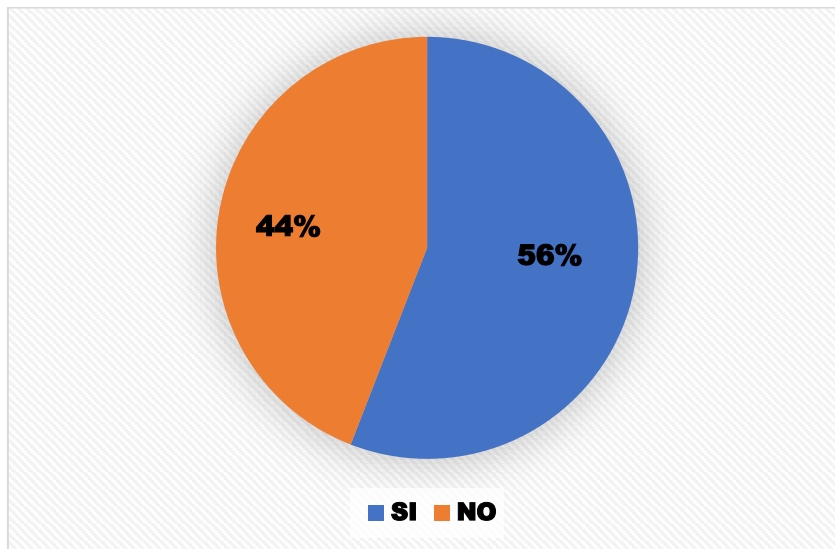


Figura 2.

Nota: En la tabla 7 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable gestión de calidad y su dimensión ambiente adecuado en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 8. *En este restaurant se preocupan por la satisfacción de los clientes.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	32	52.9
No	36	47.1
Total	68	100%

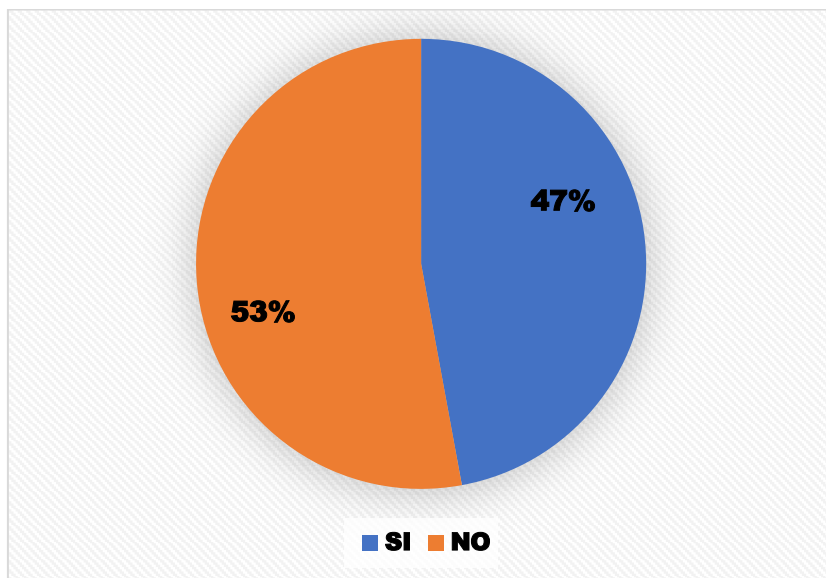
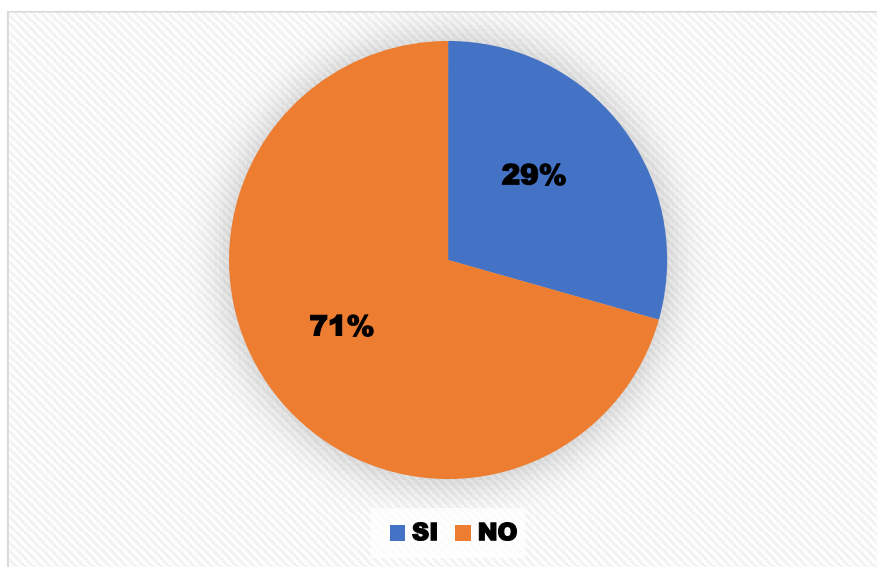


Figura 3.

Nota: En la tabla 8 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable gestión de calidad y su dimensión satisfacción del cliente en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 9. *Conoce otro restaurante que ofrezca los mismos beneficios al mismo precio.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	20	29.4
No	48	70.6
Total	68	100%

**Figura 4.**

Nota: En la tabla 9 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable gestión de calidad y su dimensión servicios en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 10. *Considera que este restaurant ofrece mejores ambientes que su competencia.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	37	54.4
No	31	45.6
Total	68	100%

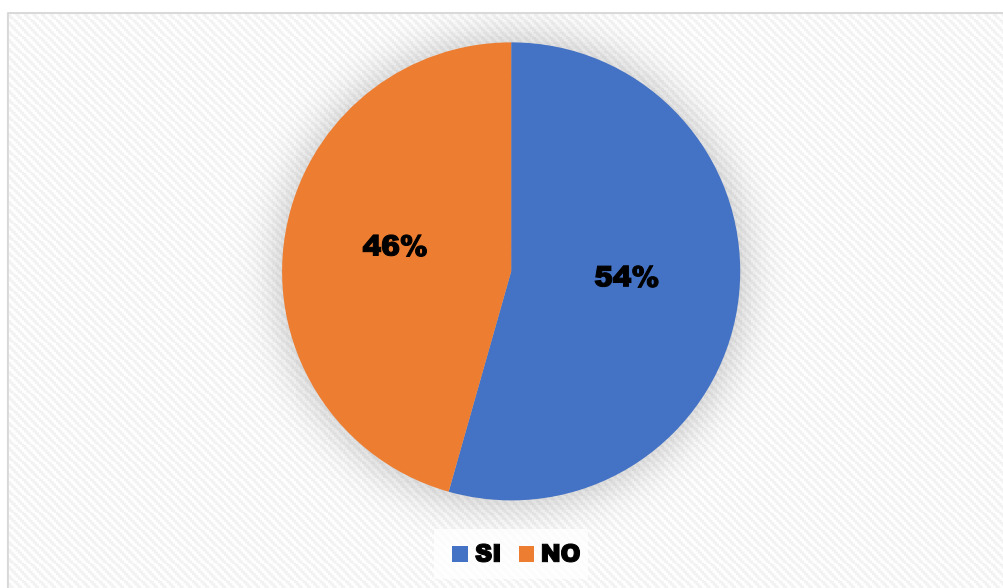


Figura 5.

Nota: En la tabla 10 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable gestión de calidad y su dimensión orientación en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 11. *En este restaurant cuentan con personal calificado para ofrecer sus servicios.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	39	57.4
No	29	42.6
Total	68	100%

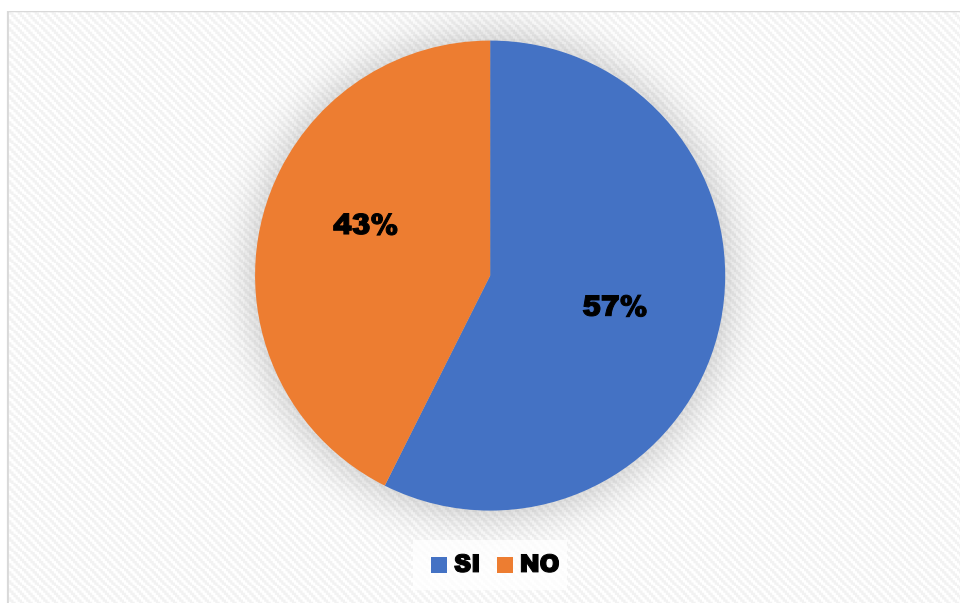


Figura 6.

Nota: En la tabla 11 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable gestión de calidad y su dimensión personal calificado en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 12. *El tiempo de espera para ser atendido fue prudente.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	41	60.3
No	27	39.7
Total	68	100%

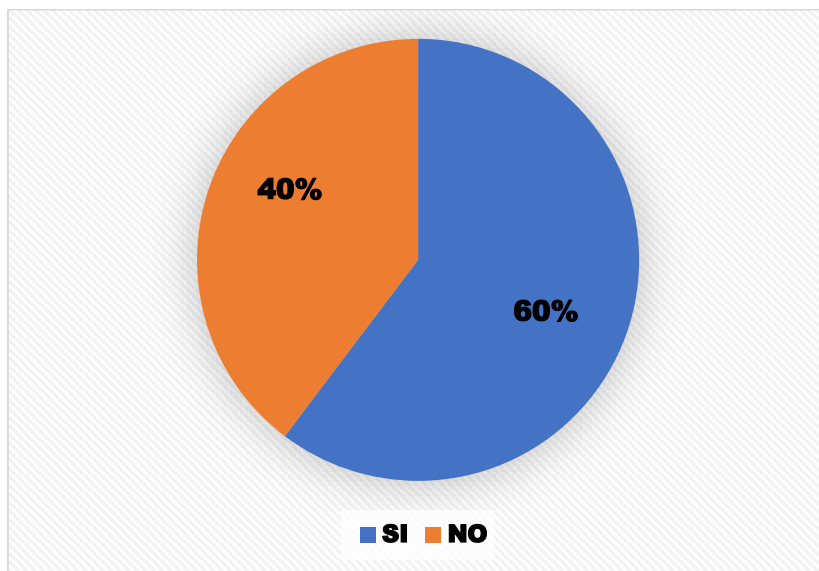


Figura 7.

Nota: En la tabla 12 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable gestión de calidad y su dimensión atención en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 13. *Considera que este restaurant cumple con un estándar apropiado de higiene.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	38	55.9
No	30	44.1
Total	68	100%

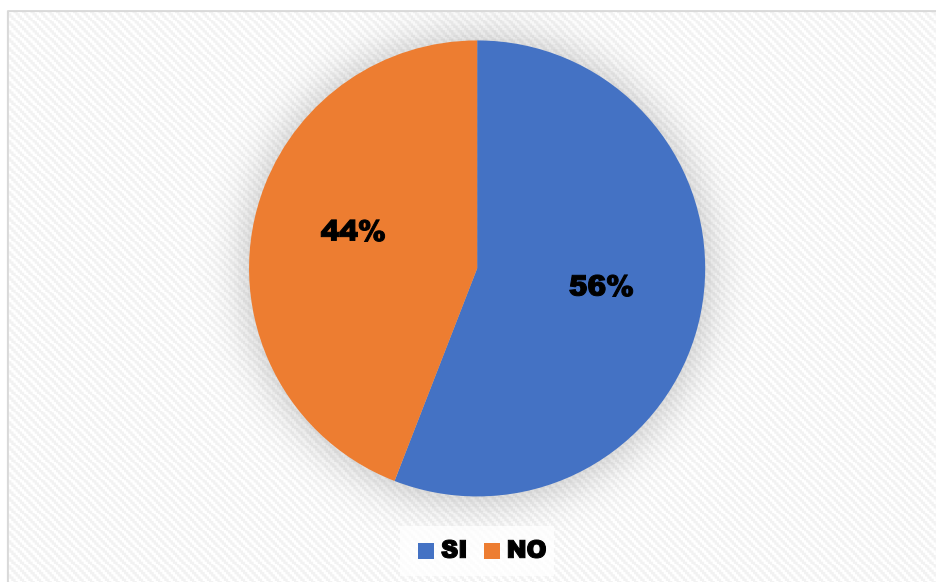


Figura 8.

Nota: En la tabla 13 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable gestión de calidad y su dimensión trato amable en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 14. *En este restaurante se preocupan por la satisfacción de sus clientes.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	38	55.9
No	30	44.1
Total	68	100%

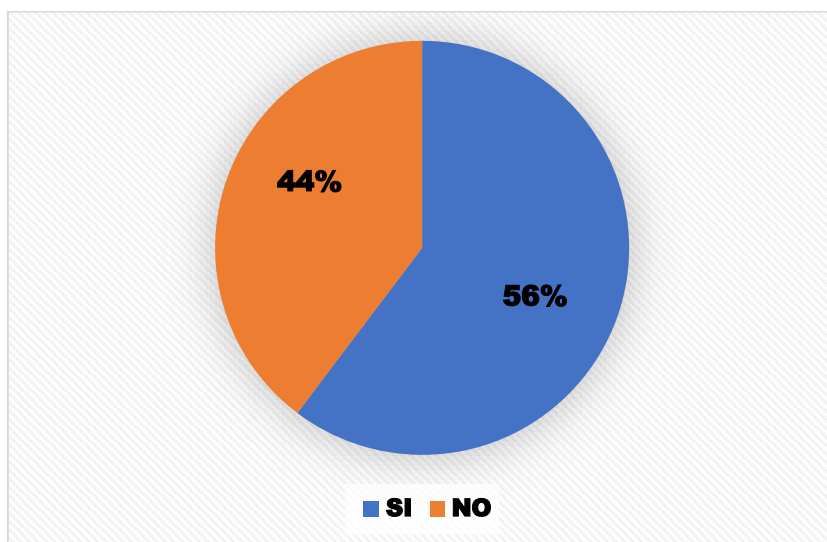


Figura 9.

Nota: En la tabla 14 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable competitividad y su dimensión satisfacción del cliente en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 15. Cree usted que los restaurantes tienen suficiente demanda en el mercado.

Opción	Fi	Hi (%)
Si	35	51.5
No	33	48.5
Total	68	100%

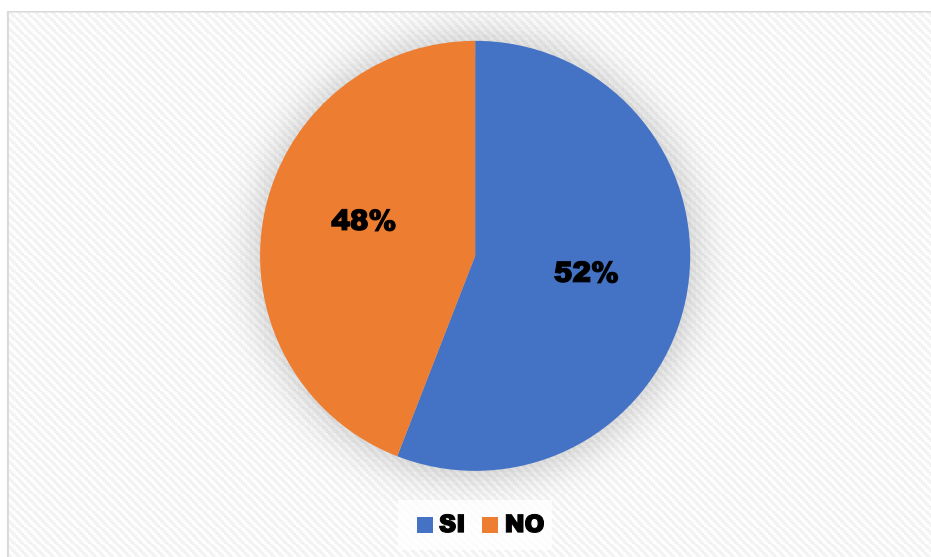


Figura 10.

Nota: En la tabla 15 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable competitividad y su dimensión estrategias en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 16. *Los restaurantes que usted suele visitar, cuentan con instalaciones modernas o elementos visualmente atractivos.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	41	60.3
No	27	39.7
Total	68	100%

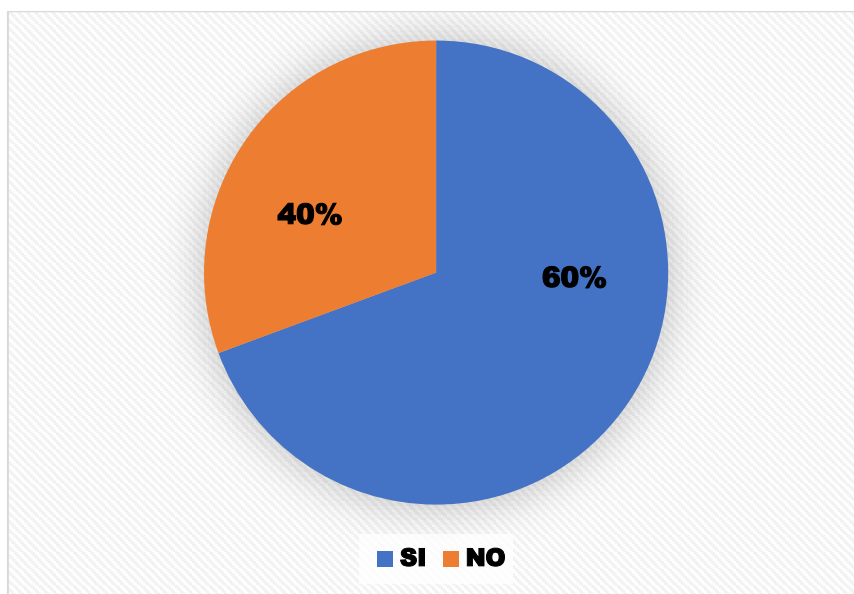


Figura 11.

Nota: En la tabla 16 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable competitividad y su dimensión productos en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 17. *La calidad de los servicios que brindan en este restaurante es la adecuada.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	50	73.5
No	18	26.5
Total	68	100%

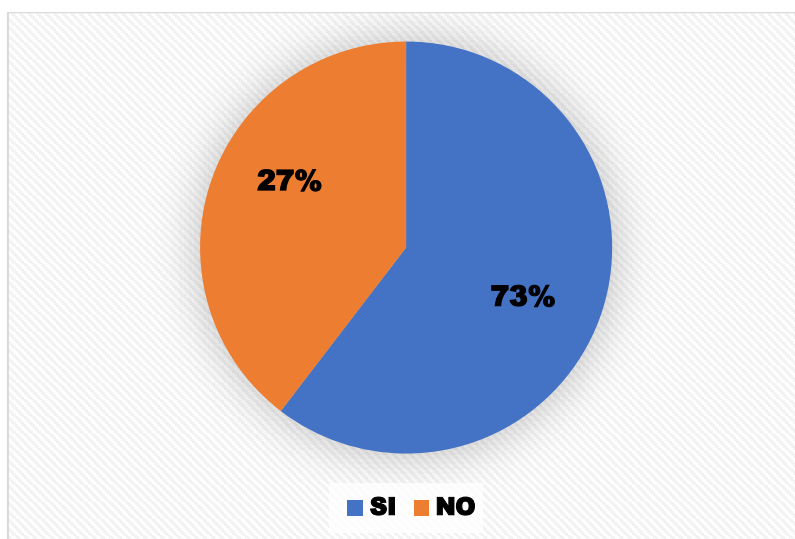


Figura 12.

Nota: En la tabla 17 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable competitividad y su dimensión calidad en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 18. *Los precios de los servicios están acorde con el servicio brindado.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	36	52.9
No	32	47.1
Total	68	100%

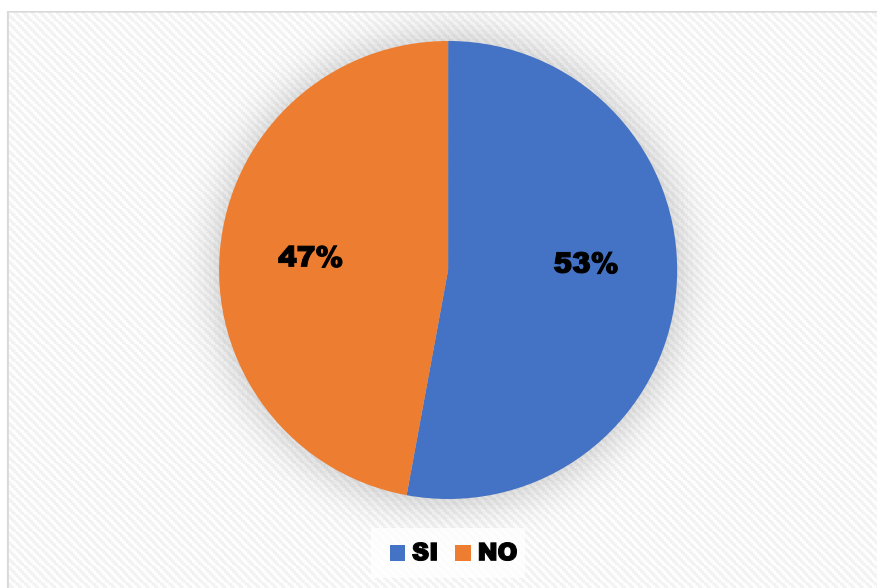


Figura 13.

Nota: En la tabla 18 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable competitividad y su dimensión competencia en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 19. *La descripción de los productos en las cartas es la adecuada.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	38	55.9
No	30	44.1
Total	68	100%

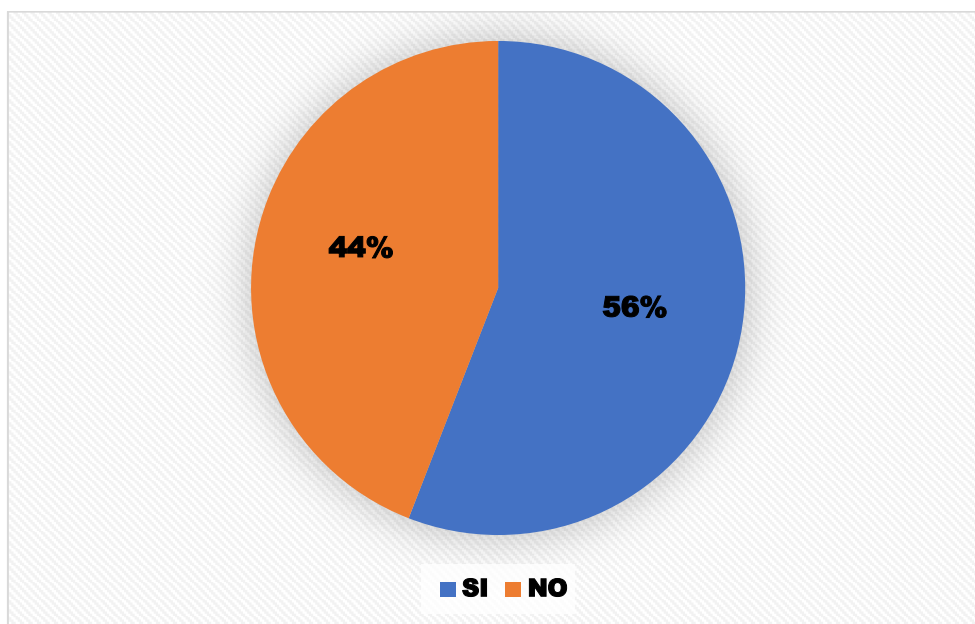
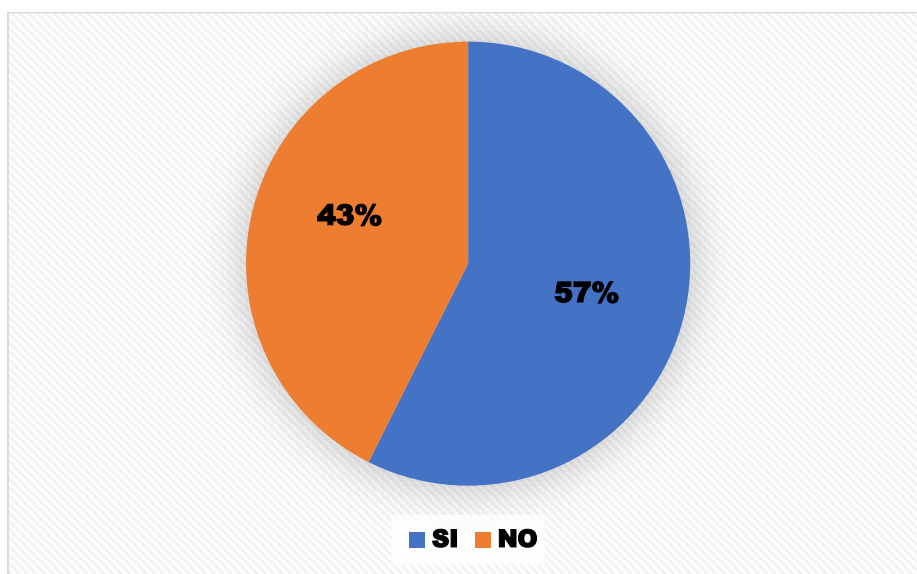


Figura 14.

Nota: En la tabla 19 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable competitividad y su dimensión margen de ganancia en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 20. *Considera que los restaurantes utilizan precios similares a su competencia.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	39	57.4
No	29	42.6
Total	68	100%

**Figura 15.**

Nota: En la tabla 20 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable competitividad y su dimensión precios competitivos en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

Tabla 21. *Los restaurantes ofrecen constantes promociones que atraigan a los clientes.*

Opción	Fi	Hi (%)
Si	37	54.4
No	31	45.6
Total	68	100%

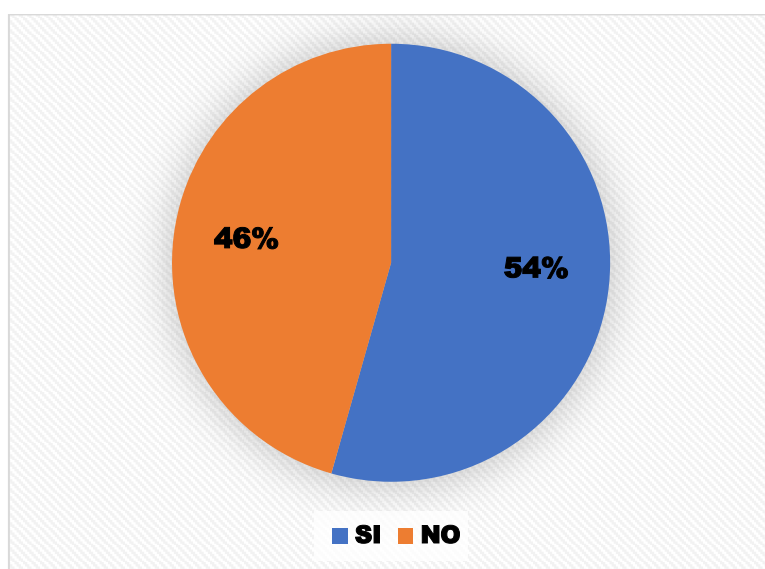


Figura 16.

Nota: En la tabla 21 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la variable competitividad y su dimensión promociones en la Mype, sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Corrales, Año 2021.

5.2 Análisis de resultados

5.2.1 Respetto a las características sociodemográficas de los propietarios:

Se aplicaron incógnitas concernientes a la indagación sociodemográficas en donde se obtuvo que la edad promedio de los clientes oscila entre 32 años de edad; de sexo masculino con un 51.5%, en su mayoría solteros con un 47.1% y grado de instrucción superior técnicos con un 33.8%.

5.2.2 Respetto a las características la Mype:

Se determinó que en su totalidad los propietarios de los restaurantes se encuentran inscritas en el régimen Mype, con un período promedio de 5 años y con razón social en su mayoría 70% Restaurant - Pollería.

5.2.3 Respetto a las características de gestión de calidad:

Al analizar el recojo de información relacionado a la variable gestión de calidad, los clientes nos manifestaron que en los restaurantes se ofrecen productos de calidad con un 73.5%; donde la satisfacción es 52.9% y los beneficios están en 70.6% que se otorgan al contar con personal calificado con 57.4% que les brinda un trato amable informando todo respecto a los servicios y/o productos; donde el tiempo de espera para ser atendidos es prudente con 60.3% demostrando que se preocupan por la satisfacción de los clientes, (Ramirez, 2019) quien concluye que se deben respetar las normas establecidas por las organizaciones donde dispones que se implementen medidas de higiene dentro de los establecimientos, instando así un mayor control en los productos, además se debe estar a la vanguardia de los avances tecnológicos.

5.2.4 Respetto a las características de competitividad:

Al analizar el recojo de información relacionado a la variable competitividad, se determinó que en los restaurantes si tienen una demanda en el mercado con un 51.5%, contando con instalaciones modernas o elementos visualmente atractivos con 60.3%,

brindando una calidad de servicio con un 73.5% ; donde los precios están acorde con 52.9%, además las constantes promociones de los servicios y/o productos es de 55.9% que atraen a los clientes; además se debe implementar un programa de fidelización y así poder brindar promociones que está en 54.4% a los consumidores fieles, (Avalos, 2018) quien concluye que se deben determinar especificaciones de los servicios y/o productos que se brindan; además de brindar costos relativos a los de la competencia, se debe hacer uso de los avance de la tecnología esto no les permite que se eleve el nivel de satisfacción del consumidor.

VI. CONCLUSIONES

- Respecto al objetivo general, los clientes manifestaron que la gestión de calidad y la competitividad que se da en los restaurantes en el Distrito de Corrales, si es la adecuada, ofreciendo productos y/o servicios de calidad, que el personal que los atiende si, les informa sobre los servicios y/o productos que brindan, contando con precios competitivos en sus platos, eso hace que el crecimiento de la imagen de los restaurantes se fortalezca más y que los clientes sean más fieles.
- Respecto al objetivo específico 01, la atención ofrecida en los restaurantes es la adecuada ya que cuentan con personal calificado que les brinda un trato amable informando todo respecto a los servicios y/o productos brindados, demostrando que se preocupan por la satisfacción de los clientes.
- Respecto al objetivo específico 02, los precios de los servicios y/o productos brindados en los restaurantes están a acorde con el servicio brindado, donde los precios utilizados son similares a los de su competencia lo que les permite ofrecer constantes promociones que atraigan a los clientes

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

- Los propietarios de la Mype deben utilizar una gestión de calidad bajo la norma ISO 9001, para que puedan obtener técnicas para la mejora continua y así puedan desarrollar los objetivos trazados por la organización.
- Se recomienda tener como aliado los avances de la tecnología, ya que esto permite que se eleve el nivel de satisfacción del consumidor.
- Mantener una buena imagen del restaurante mediante los trabajadores que se encuentren correctamente uniformados, el ambiente de trabajo sea apropiado, además de capacitarlos y así poder brindar un buen trato al cliente.
- Se deben utilizar programas de fidelización y promociones, para incentivar el consumo, como por ejemplo bonos de descuento para una próxima compra.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, G. (2013). *Calidad al servicio*. SlideShare. <https://es.slideshare.net/GuadalupeIsabelAguir/modulo-1-tema-1-calidad-total-y-evolucion>
- Albuja, L., & Quinto, M. (2015). *Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Sistema De Gestión De Calidad ISO 9001:2008 en el Departamento de Talento Humano de Delfor Security C.Ltda en la Ciudad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil.
- Antequera, Y., & Garcia, M. (2010). *Competitividad*. Slideshare. <https://es.slideshare.net/Krdo/competitividad-4464506>
- Arce, B., Sanchez, R., & Ramirez, J. (2010). *Estrategias competitivas organizacionales con responsabilidad social* (10th ed.).
- Arraut, L. (2010). La Gestión de Calidad como Innovación Organizacional para la Productividad en la Empresa. *Revista Escuela de Administracion de Negocios*, 69, 20–41.
- Avalos, E. (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPES, sector comercio rubro ferreterías en el centro de Tumbes, 2018*. Universidad Catolica Los Angeles De Chimbote.
- Bembibre, C. (2009). *Definición de Restaurante*. Definición ABC. <https://www.definicionabc.com/social/restaurante.php>
- Chacon, M. (2014). *Calidad*. SlidePlayer. <https://slideplayer.es/slide/148653/>
- Collantes, Y. (2016). *Mejoramiento de un Modelo de Gestión de la Calidad en el Servicio al Cliente en una Empresa de Telefonía Móvil en la Ciudad de Guayaquil*. Universidad De Guayaquil.
- Congreso De La República. (2013). *LEY N° 30056*.
- Cortés, G. (2017). Tipos de calidad que debe ofrecer un producto. In *InformaBTL*. <https://www.informabtl.com/tipos-calidad-producto/>
- Cuenca, P. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES, sector servicio rubro restaurantes en el cercado de Tumbes, 2018*. Universidad Catolica Los Angeles De Chimbote.
- Enriquez, B. (2017). *Gestión de Calidad con el uso del Marketing en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, zona centro, Ciudad*

- De Chimbote, 2017. Universidad Catolica Los Angeles De Chimbote.*
- Farfan, C. (2018). *DISEÑO DE UN MANUAL PARA LA GESTION DE CALIDDA DE ATENCION AL CLIENTE EN LOS HOSTALES DE LEONIDAS PLAZA.*
- Garcia, T., & Sotomayor, D. (2013). Modelo de mejora de la competitividad basada en indicadores críticos de gestión en las pequeñas empresas de servicios de mantenimiento de equipos pesados. *Industrial Data*, 16(1), 37–49.
- Gonzales, C., Espilco, L., & Aragón, E. (2003). Análisis de estrategias competitivas en sectores industriales del Perú. *Industrial Data*, 6(2), 88–93.
- Gonzales, H. (2015). *Características de las empresas competitivas.* Prizi. <https://prezi.com/ru4majxsgrej/caracteristicas-de-las-empresas-competitivas/>
- González, M., Mendoza, F., Jimenez, M., & Villegas, E. (2010). *Problema De Competitividad: La Capacitación.*
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación* (Sexta). Mc Graw Hill.
- Inche, J., Chung, A., & Salas, J. (2010). Diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad académico administrativa en la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM. *Industrial Data*, 13(2), 9–14.
- Lingan, J. (2018). *Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las Mypes en el sector Comercio rubro Tiendas de Abarrotes en el Distrito de Tumbes, 2018.* Universidad Catolica Los Angeles De Chimbote.
- Martinez, D. (2017). *Clases Servicio Al Cliente I.* SlideShare. <https://www.slideshare.net/DaniellMartinez1/clases-servicio-al-cliente-i>
- Mazon, L. (2017). *Tipos de Clientes.* SlideShare. <https://www.slideshare.net/reubke/276429408-tiposdeclientes>
- Medina, K. (2018). *Caracterización de Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, año 2018.* Universidad Catolica Los Angeles De Chimbote.
- Michelena, E., & Cabrera, N. (2011). Una Experiencia en la Implementacion del Sistema de Gestion de la Calidad de una Empresa de Servicio. *Ingeneria Industrial*, 32(1), 60–68.
- Molina, O. (2003). Nuevas Técnicas de Control y Gestión de Costos en Búsqueda de la Competitividad. *Actualidad Contable Faces*, 6(6), 25–32.
- Muñoz, K. (2016). *Características del control de calidad y la gestión de la calidad.* Prizi. <https://prezi.com/murausa9cehv/caracteristicas-del-control-de-calidad-y-la-gestion->

de-la-ca/

- Ojeda, J. (2017). *Caracterización en la Gestión de Calidad Y Competitividad en las MyPes sector servicio rubro restaurantes en la Urbanización José 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*. UNESCO.
- Ortiz, C. (2017). *Características de la Gestión de Calidad y la Competitividad de las MYPES del sector servicios, rubro Restaurantes del Centro de la Ciudad de Tumbes, año 2017*. Universidad Católica Los Angeles De Chimbote.
- Perea, J. (2011). *Tipos de competitividad para el desarrollo*. GestioPolis. <https://www.gestiopolis.com/tipos-de-competitividad-para-el-desarrollo/>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2009). *Definición de cliente*. Definicion.De. <https://definicion.de/cliente/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2014). *Definición de restaurante*. Definición.De. <https://definicion.de/restaurante/>
- Porporatto, M. (S/F). *Definición de atención al cliente*. <https://quesignificado.com/atencion-al-cliente/>
- Raffino, M. (2019). *Competitividad*. Concepto.De. <https://concepto.de/competitividad/>
- Ramirez, J. (2019). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Marketing Mix en las Mypes del sector comercio, rubro Tienda de Panadería y Pastelería en el Distrito de Tumbes año -2019*. Universidad Católica Los Angeles De Chimbote.
- Ramirez, R. (2010) Método de diseño para variedad de productos basado en el análisis de su modularidad, http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-77432010000100007
- Restrepo, J., & Vanegas, J. (2010). Competitividad y comercio exterior de las Pymes del sector textil-confecciones del Valle de Aburrá: incidencia del tipo de cambio. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, 30, 1–21.
- Rios, A. (2009). Gestión de Calidad y mejora continua en la Administración Pública. *Actualidad Gubernamental*, 1–6.
- Roldán, P. (2010). *Competitividad*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Saavedra, J. (2016). *Calidad y Competitividad*. SlidePlayer. <https://slideplayer.es/slide/1732820/>

- Sancho, J. (S/F). Calidad, https://www.bdv.cat/perfil/esbarbera/recursos/recursos/confer_ncia_qualitat_2011.pdf#:~:text=La%20calidad%20de%20un%20producto,punto%20de%20necesitar%20nuevas%20especificaciones.
- Sevilla, A. (S/F). Precio, <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- Siesquen, L. (2017). *Características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio rubro Restaurantes de Comida Oriental, casco Urbano del Distrito de Chimbote, 2017*. Universidad Católica Los Angeles De Chimbote.
- Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Gestión de Calidad Orientada a Los Procesos*, 31, 179–198.
- Tandazo, W. (2019). *Caracterización de la Gestión de Calidad y el Marketing de las Mypes sector servicio rubro Restaurantes del Distrito de Tumbes, año 2019*. Universidad Católica Los Angeles De Chimbote.
- Ugarte, J. (2015). Nueva estrategia para la gestión de calidad: implementación de cartas de servicios en una entidad pública peruana. *Ingeniería Industrial*, 33, 51–68.
- Uriarte, J. (2019). *Calidad Total*. Caracteristicas.Com. <https://www.caracteristicas.co/calidad-total/>
- Vargas, F. (2003). *La Gestión de la Calidad en la formación profesional*. www.ilo.org/publns
- Vélez, N., & Romero, L. (2016). *Restaurante*. Slideshare. <https://www.slideshare.net/jennycol/restaurante-clasificacion>
- Vizcaino, M., Robles, F., & Jiménez, A. (2016). Competitividad Empresarial de las MIPYMES del Sector Alimentario Business Competitiveness of Small and Medium Enterprises of the Food Sector Autores. *Revista Educateconciencia*, 11(12), 23–49.
- Yáñez, C. (2008). ARTÍCULO-AREA DE GESTIÓN. *AREA DE GESTIÓN*, 1–9.

ANEXOS

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 “**Gestión de calidad y competitividad de las Mypes sector servicio, rubro Restaurantes en el distrito de Corrales, 2021**”, 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 los propietarios:

Edad : _____

Sexo : _____

Estado civil :

- a. Soltero
- b. Casado
- c. Viudo
- d. Divorciado

Grado de instrucción :

- a. Educación básica
- b. Técnico
- c. Superior
- d. Posgrado

Características de la Mype:

¿La empresa tiene RUC?

- a. Si
- b. No

¿En qué régimen tributario se encuentra ubicada su empresa?

- a. Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)
- b. Régimen Especial
- c. Régimen MYPE
- d. Régimen General

¿Cuántos años de constituida tiene su negocio?

- a. 1 a 3 años
- b. 4 a 6 años
- c. 7 a 10 años
- d. 11 a 15 años

¿Modalidad de la empresa?

- a. Pollerías
- b. Restaurant – Pollería
- c. Restaurantes
- d. Restobar

GESTION DE CALIDAD:

Las siguientes preguntas responde a las características de la gestión de calidad.

Los criterios son los siguientes.

1= SI 2= NO

N°	VARIABLE: GESTION DE CALIDAD	1	2
DIMENSIÓN: CALIDAD			
1	En este restaurant ofrecen productos de calidad.		
2	Considera que el personal le brindó un trato amable.		
3	En este restaurant se preocupan por la satisfacción de los clientes.		
4	Conoce otro restaurante que ofrezca los mismos beneficios al mismo precio.		
DIMENSIÓN: ATENCION AL CLIENTE			
5	Considera que este restaurant ofrece mejores ambientes que su competencia		
6	En este restaurant cuentan con personal calificado para ofrecer sus servicios		
7	El tiempo de espera para ser atendido fue prudente		
8	Considera que este restaurant cumple con un estándar apropiado de higiene		

COMPETITIVIDAD:

Las siguientes preguntas responde a las características competitividad. Los criterios son los siguientes.

1= SI 2= NO

N°	VARIABLE: COMPETITIVIDAD	1	2
DIMENSIÓN: SERVICIOS			
1	En este restaurante se preocupan por la satisfacción de sus clientes		
2	Cree usted que los restaurantes tienen suficiente demanda en el mercado		
3	Los restaurantes que usted suele visitar, cuentan con instalaciones modernas o elementos visualmente atractivos.		
4	La calidad de los servicios que brindan en este restaurante es la adecuada.		
DIMENSIÓN: PRECIO			
5	Los precios de los servicios están acorde con el servicio brindado		
6	La descripción de los productos en las cartas es la adecuada		
7	Considera que los restaurantes utilizan precios similares a su competencia		
8	Los restaurantes ofrecen constantes promociones que atraigan a los clientes		

Anexo 02: Validación de Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Yo... SARA ORELLANA, CRISTHIAN.....;

Identificado (a) con DNI N° 00373944 y Carnet de Colegiatura N° 007335.....;

Con el grado de: Maestro en Finanzas.....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el estudiante **Mayra Alejandra Dios Avila**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Mypes. Sector Servicio Rubro Restaurantes En El Distrito De Corrales 2021**; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Octubre del 2021



Mtr. Lic. Adm. CRISTHIAN ROSA ORELLANA
NUMERO DE COLEGIATURA 007335
MAGISTER EN FINANZAS

Sello y Firma

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Mypes. Sector Servicio Rubro Restaurantes En El Distrito De Corrales 2021									
AUTORA: Mayra Alejandra Dios Avila									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
GESTION DE CALIDAD									
10E	Conocer la calidad de las MyPes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.								
1	¿En este restaurant ofrecen productos de calidad?	✓		✓		✓		✓	
2	¿ Considera que el personal le brindó un trato amable?	✓		✓		✓		✓	
3	¿ En este restaurant se preocupan por la satisfacción de los clientes?	✓		✓		✓		✓	
4	¿ Conoce otro restaurante que ofrezca los mismos beneficios al mismo precio?	✓		✓		✓		✓	
20E	Determinar la atención al cliente en relación a las MyPes sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.								
5	¿ Considera que este restaurant ofrece mejores ambientes que su competencia?	✓		✓		✓		✓	
6	¿ En este restaurant cuentan con personal calificado para ofrecer sus servicios?	✓		✓		✓		✓	
7	¿ El tiempo de espera para ser atendido fue prudente?	✓		✓		✓		✓	


 Mag. Adm. CRISTHIAN SOSA ORELLANA
 NUMERO DE COLEGIATURA 007335
 MAGISTER EN FINANZAS

8	¿Considera que este restaurant cumple con un estándar apropiado de higiene?	✓		✓		✓		✓
COMPETITIVIDAD								
Describir los servicios de las MyPes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.								
9	¿En este restaurante se preocupan por la satisfacción de sus clientes?	✓		✓		✓		✓
10	¿Cree usted que los restaurantes tienen suficiente demanda en el mercado?	✓		✓		✓		✓
11	¿Los restaurantes que usted suele visitar, cuentan con instalaciones modernas o elementos visualmente atractivos?	✓		✓		✓		✓
12	¿La calidad de los servicios que brindan en este restaurante es la adecuada?	✓		✓		✓		✓
Identificar los precios de las MyPes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.								
13	¿Los precios de los servicios están acorde con el servicio brindado?	✓		✓		✓		✓
14	¿La descripción de los productos en las cartas es la adecuada?	✓		✓		✓		✓
15	¿Considera que los restaurantes utilizan precios similares a su competencia?	✓		✓		✓		✓
16	¿Los restaurantes ofrecen constantes promociones que atraigan a los clientes?	✓		✓		✓		✓


 Mg. Lic. Adm. CRISTIAN SOSA ORELLANA
 NUMERO DE COLEGIATURA 907331
 MAGISTER EN FINANZAS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Yo... Carebel Smith Dios Yacila

Identificado (a) con DNI N° ...71252071... y Carnet de Colegiatura N°...24250...

Con el grado de: ...licenciada en Administración

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el estudiante **Mayra Alejandra Dios Avila**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Mypes. Sector Servicio Rubro Restaurantes En El Distrito De Corrales 2021**; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Octubre del 2021


Carebel Smith Dios Yacila
 LIC. ADMINISTRACIÓN
 C.I.A.D. 24250

Sello y Firma

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Mypes. Sector Servicio Rubro Restaurantes En El Distrito De Corrales 2021									
AUTORA: Mayra Alejandra Dios Avila									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
GESTION DE CALIDAD									
10E	Conocer la calidad de las MYPES. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.								
1	¿En este restaurant ofrecen productos de calidad?	✓			✓		✓		✓
2	¿ Considera que el personal le brindó un trato amable?	✓			✓		✓		✓
3	¿ En este restaurant se preocupan por la satisfacción de los clientes?	✓			✓		✓		✓
4	¿ Conoce otro restaurante que ofrezca los mismos beneficios al mismo precio?	✓			✓		✓		✓
20E	Determinar la atención al cliente en relación a las MYPES sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.								
5	¿ Considera que este restaurant ofrece mejores ambientes que su competencia?	✓			✓		✓		✓
6	¿ En este restaurant cuentan con personal calificado para ofrecer sus servicios?	✓			✓		✓		✓
7	¿ El tiempo de espera para ser atendido fue prudente?	✓			✓		✓		✓


Carebell Smith Dios Yacilla
 LIC. ADMINISTRACIÓN
 CLAD. 24250

8	¿Considera que este restaurant cumple con un estándar apropiado de higiene?	✓		✓		✓		✓
COMPETITIVIDAD								
Describir los servicios de las MyPes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.								
9	¿En este restaurante se preocupan por la satisfacción de sus clientes?	✓		✓		✓		✓
10	¿Cree usted que los restaurantes tienen suficiente demanda en el mercado?	✓		✓		✓		✓
11	¿Los restaurantes que usted suele visitar, cuentan con instalaciones modernas o elementos visualmente atractivos?	✓		✓		✓		✓
12	¿La calidad de los servicios que brindan en este restaurante es la adecuada?	✓		✓		✓		✓
Identificar los precios de las MyPes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.								
13	¿Los precios de los servicios están acorde con el servicio brindado?	✓		✓		✓		✓
14	¿La descripción de los productos en las cartas es la adecuada?	✓		✓		✓		✓
15	¿Considera que los restaurantes utilizan precios similares a su competencia?	✓		✓		✓		✓
16	¿Los restaurantes ofrecen constantes promociones que atraigan a los clientes?	✓		✓		✓		✓


Corbell Smith Dios Yacila
 LIC. ADMINISTRACIÓN
 CLAD. 24250



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Yo... Deysi Johana Dios Anticona.....;

Identificado (a) con DNI N° 47841444 y Carnet de Colegiatura N° 27786....;

Con el grado de: Licenciada en Administración.....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el estudiante **Mayra Alejandra Dios Avila**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Mypes. Sector Servicio Rubro Restaurantes En El Distrito De Corrales 2021**; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Octubre del 2021



Deysi Johana Dios Anticona
LIC. ADMINISTRACIÓN
CLAD. 27786

Sello y Firma

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Mypes. Sector Servicio Rubro Restaurantes En El Distrito De Corrales 2021									
AUTORA: Mayra Alejandra Dios Avila									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
GESTION DE CALIDAD									
10E	Conocer la calidad de las MyPes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.								
1	¿En este restaurant ofrecen productos de calidad?	✓		✓		✓		✓	
2	¿ Considera que el personal le brindó un trato amable?	✓		✓		✓		✓	
3	¿ En este restaurant se preocupan por la satisfacción de los clientes?	✓		✓		✓		✓	
4	¿ Conoce otro restaurante que ofrezca los mismos beneficios al mismo precio?	✓		✓		✓		✓	
20E	Determinar la atención al cliente en relación a las MyPes sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.								
5	¿ Considera que este restaurant ofrece mejores ambientes que su competencia?	✓		✓		✓		✓	
6	¿ En este restaurant cuentan con personal calificado para ofrecer sus servicios?	✓		✓		✓		✓	
7	¿ El tiempo de espera para ser atendido fue prudente?	✓		✓		✓		✓	


Deyal Johana Dios Ambrós
 LIC. ADMINISTRACIÓN

8	¿Considera que este restaurant cumple con un estándar apropiado de higiene?	✓		✓		✓		✓
COMPETITIVIDAD								
Describir los servicios de las MyPes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.								
9	¿En este restaurante se preocupan por la satisfacción de sus clientes?	✓		✓		✓		✓
10	¿Cree usted que los restaurantes tienen suficiente demanda en el mercado?	✓		✓		✓		✓
11	¿Los restaurantes que usted suele visitar, cuentan con instalaciones modernas o elementos visualmente atractivos?	✓		✓		✓		✓
12	¿La calidad de los servicios que brindan en este restaurante es la adecuada?	✓		✓		✓		✓
Identificar los precios de las MyPes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales, 2021.								
13	¿Los precios de los servicios están acorde con el servicio brindado?	✓		✓		✓		✓
14	¿La descripción de los productos en las cartas es la adecuada?	✓		✓		✓		✓
15	¿Considera que los restaurantes utilizan precios similares a su competencia?	✓		✓		✓		✓
16	¿Los restaurantes ofrecen constantes promociones que atraigan a los clientes?	✓		✓		✓		✓


Deydi Johana Dios Arrión
 L.P. ADMINISTRACIÓN
 CLAD. 27

Anexo 03: Turnitin

DIOSAMA_Turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1**repositorio.uladech.edu.pe**

Fuente de Internet

8%

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 4%