



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN  
LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL CENTRO  
DE AYABACA - PIURA-AÑO 2020**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO  
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**AUTORA**

YUVIXSA RIVERA ARROYO

ORCID: 0000-0002-4663-3650

**ASESOR**

PELÁEZ CAMACHO, HÉCTOR YVÁN

ORCID ID: 0000-0002-5394-1037

PIURA– PERÚ

2021

**EQUIPO DE TRABAJO:**

**AUTORA**

YUVIXSA RIVERA ARROYO

ORCID: 0000-0002-4663-3650

**ASESOR**

PELÁEZ CAMACHO, HÉCTOR YVÁN

ORCID ID: 0000-0002-5394-1037

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

**JURADO**

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Vilela Vargas, Víctor Hugo  
ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo  
ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth  
ORCID: 0000-0001-7372-741X

## **AGRADECIMIENTO**

**A Dios:** por darme la fortaleza y el entendimiento para desarrollar este trabajo, me prometiste sonreír ante mis logros que son resultado de ayuda y cuando me caigo y me pones a prueba, aprendo de mis errores y me doy cuenta que los pones en frente mío para que mejore como ser humano.

**A mis formadores:** personas de gran sabiduría quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro.

## **DEDICATORIA**

**A mis padres:** por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes entre el que se incluye este. Me formaron reglas y con algunas libertades, pero al final de cuentas me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

## **RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo conocer las características de la gestión calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020 la investigación fue de diseño no experimental, corte transversal para el acopio de investigación se trabajó con una muestra de 10 propietarios de las MYPE, a quienes se le empleo un interrogatorio con 20 preguntas a través de una indagación online, obteniendo los siguientes resultados 90% cree que la empresa cuenta con un buen liderazgo sobre su manejo, 90% cree que su empresa ejerce una buena calidad de trabajo, 90% dijo que sus productos son de buena calidad, 90% tiene buenas expectativas con respecto a las habilidades de su trabajo la investigación concluye que la mayoría de los representantes cuenta con un buen liderazgo en su empresa, también ejerce una buena calidad de trabajo y sus productos son de buena calidad.

**Palabras claves:** Gestión de Calidad, Competitividad, Micro y Pequeñas Empresas

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to know the characteristics of the quality management and competitiveness of the MSE category restaurants in the center of Ayabaca - Piura in 2020 the research was of non-experimental design, cross-sectional for the research collection, a sample of 10 owners of the MSEs, who were questioned with 20 questions through an online inquiry, obtaining the following results 90% believe that the company has good leadership on its management, 90% believe that their company exercises good quality of work, 90% said that their products are of good quality, 90% have good expectations regarding the skills of their work, the investigation concludes that the majority of the representatives have good leadership in their company, they also exercise good quality of work and their products are of good quality.

Keywords: Quality Management, Competitiveness, Micro and Small Companies

|   |     |
|---|-----|
| Contenido                                   |     |
| EQUIPO DE TRABAJO:.....                     | ii  |
| JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....              | iii |
| AGRADECIMIENTO .....                        | iv  |
| DEDICATORIA .....                           | v   |
| RESUMEN.....                                | vi  |
| ABSTRACT.....                               | vii |
| I. INTRODUCCIÓN .....                       | 1   |
| II. REVISION DE LITERATURA.....             | 6   |
| ANTECEDENTES .....                          | 6   |
| 2.2 Bases teóricas de la investigación..... | 20  |
| 2.3. Hipótesis .....                        | 29  |
| 2.4 variables .....                         | 29  |
| III. Metodología de la investigación .....  | 30  |
| 3.1 Tipo y nivel de investigación.....      | 30  |
| 3.2 Diseño de investigación .....           | 30  |
| 3.3 Población y muestra .....               | 31  |
| 3.4 Matriz de operacionalización.....       | 32  |
| 3.5 Técnicas e instrumentos .....           | 34  |
| 3.7 Matriz de consistencia.....             | 36  |
| 3.8 Principios éticos .....                 | 37  |
| IV Resultados.....                          | 40  |
| 4.1 Resultados .....                        | 40  |
| 4.2Análisis de Resultados .....             | 45  |
| V. Conclusiones y Recomendaciones .....     | 47  |
| 5.1 conclusiones.....                       | 47  |
| 5.2 Recomendaciones .....                   | 48  |
| VI. Referencias bibliográficas.....         | 49  |
| VII. Anexos.....                            | 52  |



## **INDICE DE CUADROS**

|  |    |
|--|----|
| cuadro 1 : Relación de la MYPE.....    | 31 |
| cuadro 2: matriz de consistencia ..... | 36 |

## INDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1: Conocer los principios de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020 .....  | 40 |
| Tabla 2: conocer los desempeños de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubros restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020 ..... | 41 |
| Tabla 3: Identificar las estrategias de la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020 .....                  | 42 |
| Tabla 4 Conocer los niveles de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020 .....                           | 43 |

## INDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 el personal es consciente de la importancia de su trabajo.....                         | 58 |
| Figura 2 el personal acepta las responsabilidades ante posibles problemas.....                  | 58 |
| Figura 3. La empresa cuenta con un liderazgo sobre su manejo .....                              | 59 |
| Figura 4. Ejerce un liderazgo democrático en su empresa .....                                   | 59 |
| Figura 5. Las decisiones que toman en su empresa las ejercen todos .....                        | 60 |
| Figura 6. Toman una buena decisión antes de invertir en algo .....                              | 60 |
| Figura 7. Cree que su empresa ejerce una buena calidad de trabajo .....                         | 61 |
| Figura 8. Los trabajadores ejercen una buena calidad de trabajo .....                           | 61 |
| Figura 9. Buena eficiencia dentro de la empresa.....  | 62 |
| Figura 10. Los productos de su empresa son de buena calidad.....                                | 62 |
| Figura 11. Utiliza el liderazgo en costes para reducir los precios ante su competencia<br>..... | 63 |
| Figura 12. Diferenciación entre las empresas del mismo rubro .....                              | 63 |
| Figura 13. Cantidad de consumidores con los que cuenta su empresa.....                          | 64 |
| Figura 14. Su empresa satisface las necesidades de los consumidores .....                       | 64 |
| Figura 15. La empresa cuenta con buena infraestructura.....                                     | 65 |
| Figura 16. En algún momento desearía cambiara la infraestructura .....                          | 65 |
| Figura 17. Busca innovar cada vez para que de esta manera su empresa vaya creciendo<br>.....    | 66 |
| Figura 18. Cuenta con un personal innovador.....  | 66 |
| Figura 19. Buenas expectativas con respecto a las habilidades de sus trabajadores ...           | 67 |
| Figura 20. cree que deberían tener más habilidades.....   | 67 |

## I. INTRODUCCIÓN

La importancia de la MYPE se evidencia desde distintos ángulos. En primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo; es interesante pues como herramientas de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos. En segundo lugar, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción. Con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo, y así mismo contribuyan con la producción de la gran empresa **(Cabello, 2016)**

La gestión de la calidad es una serie de planes y acciones sistemáticos necesarios para proporcionar la seguridad suficiente para garantizar que los productos o servicios cumplan con los requisitos de calidad de los datos. Como todos sabemos, la competencia en diferentes industrias es muy feroz. En este caso, la restauración es fundamental. Por lo tanto, debemos comprender las diferencias en los servicios que brindamos, pero solo es posible comprender las necesidades de los clientes. Es por ello que se llevara esta investigación titulada: “GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL CENTRO DE AYABACA – PIURA AÑO 2020”.

Para que las MYPE funcionen de forma óptima es necesario que se analicen con la técnica del PEST y las 5 “m” y así determinar si la empresa cuenta con lo necesario para poder brindar dicho servicio.

En lo político se describen el grado de mediación por parte del gobierno en la economía tales como legislación tributaria, laboral, presupuestaria y, incluso, la propia estabilidad política, por no hablar de la tendencia liberadora o intervencionista y su influencia en políticas sociales como salud o educación.

El presidente de la república de Perú Martín Vizcarra (2020) declaró al país en estado de emergencia nacional y dispuso el aislamiento social obligatorio por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19.

Según el artículo 3 de la ley 28976, una licencia comercial es una autorización emitida por el gobierno municipal para el desarrollo de actividades económicas en una organización específica, y su titular es el beneficiario. Se podrán otorgar licencias que incluyan más de una línea de negocio siempre que estén relacionadas o se complementen entre sí. Dependiendo de la extensión de sus distritos electorales, el municipio deberá definir límites relativos o complementarios entre ellos de acuerdo con los lineamientos que al efecto establezca el Ministerio de la Producción. **Peruano (2017)**

En el campo económico, incluyen el crecimiento económico, los tipos de servicios públicos, las tasas de entusiasmo, los déficits públicos o las tasas de desempleo. Estas magnitudes macroeconómicas informan a los directivos financieros de las empresas del devenir inmediato y les permiten anticipar decisiones empresariales de tipo estratégico. **Moreno (2015)**

Debido a lo que hemos vivido en esta pandemia, este factor actualmente en los restaurantes se ha visto afectado porque ambos restaurantes no pueden brindar servicios y los clientes no cuentan con los recursos económicos suficientes para ir al restaurante.

El Congreso aprobó el dictamen que permite retirar el 25% de las AFPS, para no poner en riesgo las acciones que el Ejecutivo viene desarrollando para que a un futuro

cercano se pueda superar la crisis, también aprobó un bono de 380 soles para las personas vulnerables.

En el factor social Incluyen los aspectos culturales, el conocimiento de la salud, tasa de incremento de la población, nivel de aprendizaje, tasa de envejecimiento, etc.

Este factor influye en los restaurantes ya que si trabajamos en ello y no se cuenta con todos los productos que tu clientela necesita adquirir podrás perderla y también como la tasa de crecimiento de la población vaya aumentando o disminuyendo se verá el crecimiento o la baja del restaurante para esto debes de contar con las medidas necesarias de acuerdo a como vaya pasando el tiempo y vayan cambiando los gustos la economía de los clientes.

Dentro del factor tecnológico influyen los cambios tecnológicos que pueden afectar los costes, la calidad y dar lugar a la innovación. se tienen avances que permite la aproximación de la información con los consumidores y proveedores, favoreciendo el desarrollo de la variedad de servicios, formando en el mercado la ventaja competitiva.

### **Villarán (2015)**

Este factor en un restaurante se enfoca en la innovación ya que los clientes siempre buscan algo nuevo pero que este a la altura de su economía y si no se cuenta con esta innovación se puede perder la clientela y con el tiempo el restaurante.

Con respecto al ambiente interno donde se analizan las 5M

En ocasiones, examinar los artefactos no es fácil. Muchas de ellas son complicadas, no se conocen en profundidad sus elementos de trabajo o no se puede acceder sencillamente a sus “tripas”. No obstante, existen ciertas reservas que pueden tomarse en todo caso. Para que un restaurante funcione de la mejor manera es necesario que

cuenta con las mejores maquinas (cocina, horno, etc.) pero que sean de fácil acceso y tenga una gran importancia en el restaurante para que se le dé un buen uso y no se le haga difícil trabajar con ello.

El método radica fundamentalmente en examinar cómo hacer las cosas y establecer las situaciones o condicionantes del asunto que pueden variar en el lapso (tecnología, materiales, etc.). Aquí, la obsolescencia juega un papel fundamental, ya que un sistema que antes funcionaba, puede que ahora no sirva.

El restaurante debe tener una metodología para hacer las cosas bien y tener una solución a las variaciones que se presenten en el transcurso del tiempo teniendo en cuenta la tecnología y los materiales que se utiliza. En la mano de obra Como es natural, el ser humano asimismo es apto de realizar fallos. Sin embargo, es necesario dar parte de cualquier episodio de inmediato.

Un restaurante debe contar con un horario específico donde todos sus colaboradores no tengan problemas en su trabajo como por ejemplo en el cambio de horario en la hora de salida y en la hora de entrada para que puedan trabajar concentradamente y tengan los mejores resultados.

Respecto al medio ambiente, las condiciones ambientales también pueden causar interferencias. En este punto, se deben evaluar las condiciones bajo las cuales ocurrió la falla

El medio ambiente tiene un gran impacto en el restaurante, porque hay que considerar el impacto del cambio climático, hay que adaptarse al cambio climático y sus productos son los mejores en esta etapa. Cuando se trata de materias primas, debemos implementar un buen sistema de trazabilidad en toda la cadena de suministro.

Necesitamos pensar en cómo trataremos las mejores materias primas en buen estado y comestibles sin perjudicar la salud de nuestros clientes.

Para identificar el problema nos hemos realizado la siguiente pregunta ¿Qué características tiene la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020? para ello nuestro objetivo principal es conocer las características de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020 y nuestros objetivos específicos son: Comprender los principios de la gestión de calidad y competitividad, Conocer los desempeños de la gestión de calidad, Identificar las estrategias de la competitividad, Conocer los niveles de competitividad de las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca- Piura año 2020.

La indagación se justifica teóricamente, ya que brindará a las personas una mejor comprensión de factores como la gestión de la calidad, la competitividad y las microempresas, lo que conducirá a nuevos resultados de crecimiento y desarrollo.

De otro modo se argumenta metodológicamente porque admite el uso de métodos estadísticos, matemáticos, que aportaran datos y que se realizaran con las técnicas e instrumentos que se utilizaran para la recaudación de datos. Así como también servirá como guías metodológicas para otros trabajos como un tema de interés a nivel internacional, nacional, regional o local. En cuanto a la metodología utilizada, será un análisis cuantitativo descriptivo y no experimental, utilizando técnicas de encuesta y herramientas de cuestionario.



## **II. REVISION DE LITERATURA**

### **ANTECEDENTES**

#### **Variable Gestión de Calidad**

##### **Internacionales**

**Avilés y Cedeño (2018)** en su tesis denominada “Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante La Finquita”, presentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. La metodología empleada es de tipo descriptiva y correlacional, con un enfoque mixto. Los instrumentos que se utilizaron fueron cuestionarios, encuestas y entrevistas Su objetivo general: Diseñar un modelo de Gestión de calidad de servicio al cliente mediante estrategias que permitan incrementar las ventas del restaurante “La Finquita”, en la Ciudad de Guayaquil. En los resultados se determinó mediante encuestas que se conoce la calidad percibida por el cliente y se analizan las mejoras a tratar mediante los resultados obtenidos, además se determinan y calculan los datos de las ventas y el número de clientes que asisten al local para realizar una regresión múltiple y poder cumplir con los objetivos planteados. Se describe que la preferencia de los consumidores con respecto a la presentación del menú o platos a la carta, un 50.8% prefiere que sea voceado por el mesero ya que muchos afirmaron que es más rápido tomar una decisión si lo escucha; se determinó que el 94.3% de los consumidores indicaron que el servicio es rápido, inmediato y que la mayor parte del tiempo los meseros se toman inclusive menos de cinco minutos en servir el plato. Finalmente, mediante el análisis de los resultados y conociendo que las ventas dependen muy estrechamente con la calidad del servicio al cliente, se determina que el modelo de gestión de calidad aplicado al restaurante será una contribución significativa para la mejora continua y el crecimiento de las ventas a futuro en este establecimiento.

**García (2015)** realizó una investigación “Sistema de calidad para el restaurante tridente del hotel Neptuno en Valencia, España, como requisito para optar el título de licenciatura en gestión de la hospitalidad, de la universidad “Simón Bolívar” de la ciudad de Sartenejas; el principal objetivo de la investigación fue el diseño de un sistema integral para el restaurante “Tridente” del hotel en base a un modelo de servicio llamado “SERVQUAL”. En esta clase de modelo se toman en cuenta temas como los de la importancia de una adecuada calidad de servicio, la satisfacción del cliente, el origen de las deficiencias en la calidad del servicio, las dimensiones de los servicios, entre otros. El proyecto se caracteriza como descriptivo explicativo-proyectivo, de campo no experimental y documental. Concluyendo, con el diseño de su sistema se logró identificar las ventajas y desventajas que este sistema implicaría, así como el impacto que podría tener en la calidad del servicio, enfocándose en la mejora continua del mencionado sistema, se implementó adicionalmente un plan, que incluye capacitaciones al personal tanto administrativo como operativo, así como el monitoreo del mismo plan.

**Sánchez. (2017)** en su tesis acerca de la “Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa.” La evaluación de la calidad del servicio se realizó mediante el método ServQual, con el que se identificó el índice de calidad del servicio y las brechas de insatisfacción de los clientes según las diferencias entre las expectativas y percepciones. Además, se realizó una evaluación 360 grados para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante. Las variables de respuesta utilizadas fueron la calidad del servicio al cliente y las brechas de insatisfacción. Los indicadores propuestos fueron a) elementos tangibles, b) empatía, c) confiabilidad, d) capacidad de respuesta y e) fiabilidad. Los indicadores utilizados corresponden a las cinco dimensiones utilizadas en el método

ServQual. La evaluación se realizó en una muestra de 70 clientes, 14 colaboradores y 4 directivos, calculado con la fórmula para tamaño de muestra de poblaciones conocidas. En total, el tamaño de la muestra utilizada fue de 88 personas. El instrumento diseñado constó de 22 preguntas para medir percepciones y otro de 22 preguntas para medir expectativas. Entre los principales resultados obtenidos a través de la investigación se encuentra una caracterización de los clientes, con la que se determinó la frecuencia de los clientes, la procedencia y los medios publicitarios que mejores resultados han dado. Se determinó un índice de calidad del servicio de -0.18, lo cual indica que las expectativas de los clientes no superan las percepciones por lo que según el método ServQual no existe calidad en el servicio. Se determinó que las brechas de insatisfacción 21 son negativas. Con la evaluación 360 grados se determinó que existen discrepancias entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no conocen lo que sus clientes necesitan. Por último, se plantea una propuesta de acciones que tienen como propósito reducir las brechas de insatisfacción encontradas para cada variable.

## **Nacionales**

**Aranda (2018)** El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016. La investigación se ha desarrollado utilizando la investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, luego de una investigación se encontró una población de 149 unidades económicas a la cual luego de aplicarle la fórmula para determinar el tamaño de muestra, se encontró una muestra de 27 microempresas, a las cuales se les aplico un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los

siguientes resultados: Respecto a los microempresarios: El 40.74% de los encuestados tiene el cargo de administrador de la empresa y el 48.15% de los encuestados tiene de 6 a más años en el cargo Respecto a las micro y pequeñas empresas: El 59.26% de los restaurantes tiene de 1 a 5 trabajadores en el negocio y el 59.26% de los restaurantes fueron creados con la finalidad de crear ganancias Respecto a gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total: En el 88.89% de los restaurantes se establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar y en el 63% de los restaurantes se proporciona a sus clientes información acerca del proceso de preparación de alimentos. Y llegando a la conclusión: La mayoría de los representantes legales tienen de 6 a más años en el cargo (48.15%), en la mayoría de los restaurantes los trabajadores no son ni familiares ni amigos del propietario (44.45%) y se establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar, se realiza un seguimiento detallado de los problemas que se podrían darse en el proceso de preparación de alimentos (92.59%).

**Goicochea (2017)** “En su trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio –rubro restaurantes del boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015”. Quien obtuvo los siguientes resultados: respecto a los actores legales de las MYPE: el 100% son de ciudadanía peruana, el 80% tiene entre 31 y 50 años de edad, y el 70% son del género masculino. Respecto a las micro y pequeñas empresas: el 60% tiene de 7 a más años de actividad en el mercado, y el 60% tienen de 1 a 4 de personales. Respecto a la gestión de calidad: 80,0 % de la cantidad encuestada, aseguran que, tienen conocimiento sobre lo que significa gestión de calidad mientras,

que el 10,0 % no tienen conocimiento de gestión de calidad, también se obtuvo que el 30 % de la población, desarrolla políticas de calidad en el restaurante; mientras que el 70% no desarrolla políticas de calidad.

**Parihuamán (2019)** En su investigación que tiene como título “Gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector servicios-rubro restaurantes del distrito Huacho, 2018; siendo el objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector servicios-rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018. La investigación fue de diseño No experimental transversal. Para el recojo de la información se utilizó una población maestra de 117 representantes de la MYPES restaurantes. A través de la técnica de la encuesta se obtuvo los siguientes resultados: 60% de los representantes son masculinos, el 40% afirmaron que siempre vigilan el proceso de servicio de restaurantes opere con efectividad, el 60% afirmaron que siempre desarrollan estrategias para que prevengan la amenaza de los nuevos competidores, el 80% indicaron que casi siempre tiene conocimiento de posibles servicios que pueden ser sustituidos por el servicio que ofrece. Finalmente se concluyó que, la gestión de calidad y competitividad son elementos importantes en el estudio para el buen direccionamiento de las empresas sin embargo los restaurantes no están ejerciendo correctamente la aplicación de estos términos ya que se busca cero errores en el proceso de servicio que se ofrece”.

## **Regionales**

**Campos (2019)** La presente investigación ha tenido como objetivo general:

“Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de Sullana año

2018”; el cual responde a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de Sullana año 2018?; Esta investigación tiene los siguientes resultados: el 73% de los clientes encuestados indica que la compañía no tiene compromiso y objetivos establecidos a favor de los clientes; mientras que el 89% de los clientes encuestados indica que el personal que le brinda el servicio es eficiente y está motivado al momento de atenderlo. Se concluye que los principios de Gestión de Calidad al cual recurren los propietarios de las empresas de servicio rubro restaurantes es enfoque al cliente porque considera que sus clientes son el elemento importante para el crecimiento de su negocio, por eso satisface las necesidades y supera las expectativas de los mismos; y los beneficios de Gestión de Calidad que obtienen los restaurantes en el distrito de Sullana es incremento de la rentabilidad, mejoramiento de la organización con comunicación fluida por el personal, aumento de ventas, fidelidad de clientes.

**Montalban (2018)** En su investigación titulada “caracterización de gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del AA.HH. almirante miguel Grau Piura año 2018 tuvo como objetivo general, analizar las características de la Gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro Restaurantes AA.HH Almirante miguel Grau -Piura, año, se aplicó la metodología descriptiva y en la cual se diseñó un cuestionario de 29 preguntas, que se realizó a cuatro microempresas, obteniendo los siguientes resultados: Respecto a gestión de calidad: Los propietarios manifiestan que el 60% de su MYPE cuenta con una mejora de un grado de satisfacción con el servicio para los clientes y el 40. % creen que el restaurante aún no cuenta con mejora de grado de satisfacción con su servicio. Respecto a la competitividad: Los clientes manifiestan: el 50 % de los restaurantes aún le falta cumplir las necesidades

que tiene cada cliente y de realizar evaluaciones para su personal de trabajo en cuenta la atención. Asimismo, el 50% de los clientes encuestados afirman que con el tiempo los restaurantes Han ido mejorando en su atención, obteniendo mejores resultados”.

**Quevedo (2020)** En su investigación titulada “Gestión de Calidad y Competitividad en las MYPE, rubro restaurantes distrito Veintiséis de Octubre, año 2019”, estableció como objetivo identificar las características que tiene la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurante distrito Veintiséis de Octubre, se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, siendo agrupados los resultados según el objetivo de estudio. Dicha investigación ha empleado la técnica de la encuesta, empleando como instrumento el cuestionario. Se encontró que el 100% de las MYPE mantienen una organización e higiene adecuada, plantean metas y objetivos, consideran importante motivar al trabajador para así aumentar su productividad y buscan de la eficacia para superar a la competencia, el 83,33% de clientes consideran un precio justo de los productos y el 86,67% de clientes manifiestan que se sienten satisfechos por el servicio que les brindan, ya que les ofrecen una atención personalizada. Por lo que se concluye que la gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes en el distrito Veintiséis de Octubre, se caracteriza por tener una gran calidad de servicio, el cual se refleja gracias a los factores que hacen posible que estas MYPE sean competitivas y permiten su duración en el mercado. Así mismo realizan siempre las evaluaciones de los elementos de competitividad con la finalidad que les permita obtener mejores resultados dentro de sus negocios.

## **Variable Competitividad**

### **Internacionales**

**Mejía (2016)** realizó una investigación titulada: "Factores para la competitividad de la industria restaurantera en Tijuana B.C., México" (Universidad autónoma de baja california) tiene como objetivo principal Identificar los factores que inciden en la competitividad restaurantera de la ciudad del Tijuana B.C., México. La metodología de la investigación es mixta (Cuantitativa y cualitativa), el tipo es Descriptiva, pues se busca especificar las propiedades, características y perfiles del grupo de empresas, es una investigación no experimental ya que no se manipulan las variables, la dimensión del tiempo es transaccional debido a que se recolectaron los datos en un solo momento. Llego a la conclusión que los factores de la competitividad están relacionados en la tecnología exitosa en lo interno y en lo externo a las ofertas productivas.

**Meraz (2016)** presento una investigación denominada "Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe, en baja california, México" (Universidad autónoma de baja california), la metodología que sigue esta investigación es modelo mixto de tipo descriptiva – correlacional nivel cuantitativo diseño no experimental de corte transversal. Siendo los principales resultados que el 82.5%, de MYPE son de control familiar y el 17.5% constató que se conforman como empresas no familiares mostrando que la mayor parte de ellas han iniciado la actividad vitivinícola por un gusto familiar, el 72.2% de empresas dijo que son independientes, y el 22.8% que son parte de un grupo de socios, el 51.8% indicó que durante los últimos cinco años, si han realizado o establecido acuerdos de cooperación con otra u otras empresas vinícolas, y el 48.2% respondió que no han llevado a cabo este tipo de actividades, el 60% señaló que han sido a través de acuerdos informales, el 30% mediante ambos acuerdos, formales e informales, y solo



el 10% con acuerdos de índole formal. Concluyendo que los cambios originados a causa de la globalización están configurando un nuevo escenario en el que se destaca la aparición de nuevas tecnologías como instrumento de comercialización, ante estas tendencias, las MYPE, deben asumir un papel que les permita obtener una posición de liderazgo en el mercado, que a su vez, puedan adaptarse con flexibilidad y rapidez a estos cambios, lo que da lugar a que las organizaciones encuentren en el cooperativismo interempresarial, el uso de las tecnologías de la información, la comunicación, y la oferta de actividades de enoturismo su mejor aliado, en orden de alcanzar un mayor nivel de competitividad.

**Villegas (2016)** en su estudio “Incidencia de las estrategias competitivas implementadas en la demanda de servicio del hotel y restaurante Selva Negra, del Municipio de Matagalpa, en el año 2015”, presentada en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. El propósito del estudio es identificar las estrategias competitivas utilizadas por el Hotel y Restaurante Selva Negra, hacer una descripción general de la demanda del servicio y valorar la incidencia de las estrategias utilizadas en la demanda del servicio. La investigación presenta un tipo de paradigma positivista, de diseño transversal – no experimental, de enfoque cuantitativo. Se consideró una población de 31 clientes correspondientes a las brigadas que se encontraron los días de aplicación de instrumentos, dado que no existen clientes fijos, son transitorios y 9 trabajadores, haciendo un total de 40. Concluyó que las estrategias competitivas implementadas por el Hotel y Restaurante Selva Negra en el año 2015 incidieron directamente en la demanda del servicio. Con lo cual se logró una demanda satisfecha no saturada; debido a que los 21 clientes están atendidos adecuadamente, y el factor que la determina no es el precio, sino otros factores relacionados a las estrategias de marketing como la publicidad, promociones y ofertas; así mismo se puede considerar

que han tenido excelente efectividad y se han aplicado oportunamente, para el cumplimiento de los objetivos del Hotel y Restaurante Selva Negra.

### **Nacionales**

**Abanto (2019)** La presente investigación denominada “Caracterización de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018”. Es por ello que luego de investigar e identificar el problema ¿Cuáles son las características de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018? En la cual el objetivo general es determinar las características de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018. La presente investigación se ubica en el tipo Descriptiva, con un nivel de investigación Cuantitativo y un diseño No Experimental de corte transversal, la población es de 68 clientes y 10 propietarios de las diez (10) MyPes en el rubro restaurantes, en el sector servicio, se aplicó la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos. Por lo tanto se concluye que cada empresa del rubro de restaurantes en el distrito de Tumbes, se preocupa por sus clientes que se sientan satisfechos con el servicio brindado, además que sus trabajadores obtengan y reciban una buena formación en relación a su trabajo con capacitaciones, para que así se puedan adaptar a cualquier cambio que tenga la empresa. Además, los propietarios acuden a préstamos bancario, no bancario, familiares y/o amigos entre otros para poder invertir e innovar en la MyPe y así mismo tener provisiones para cubrir una posible pérdida a futuro.

**Quijano (2019)** El presente estudio de investigación, tuvo como objetivo determinar las principales características de la capacitación y la competitividad, en las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del casco urbano de Huacho, 2018; el cual pertenece a la metodología de investigación descriptivo, no experimental, transversal; se tomó

una muestra de 52 mypes, aplicándose el cuestionario de 29 preguntas en total, dirigidas a los representantes de las mypes, obteniendo el siguiente resultado: Respecto a las características de los representantes de las Mypes, el 69% de los representantes tienen una edad entre 51 a más años, y es de género masculino, el 50% tienen el grado de instrucción superior universitario, mientras que el 58% son dueños. En cuanto a las características de las Mypes, el 61% tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 7 a más años, mientras que el 54% cuenta con un número de 11 a más colaboradores, en cuanto al objetivo de la creación de la empresa el 77% manifiesta que fue creada para generar ganancias. En lo referente a la Capacitación el 65% siempre considera la capacitación como una inversión mientras que al 58% es un medio eficiente para hacer productivas a las personas, en cuanto al 44% siempre institucionalizado programas de capacitación para sus colaboradores, así es que el 59% siempre capacita a sus colaboradores que trabajan en su empresa, manifestando el 45% siempre brinda la capacitación trimestralmente, de otro lado el 64% manifiesta que la capacitación brindada beneficia en la rentabilidad de la empresa, influyendo con el 71% siempre interviene en el resultado de los objetivos de la empresa, para así lograr un mejor servicio al cliente con el 69%; de esta manera la capacitación permite a sus colaboradores ascender a puestos de mayor nivel con el 83%, y para finalizar los representantes de las mypes manifiestan que el 60% siempre la capacitación le admite desarrollar habilidades y destrezas. En lo referente a la Competitividad, el 50% manifiesta que siempre considera que cuando hay mejor productividad hay mejor competitividad, el 52% siempre metodologías de estrategias aplicadas en la empresa para competir en el competitividad, el 92% siempre se preocupa por brindar un servicio de calidad a sus cliente, mientras que 35% siempre acostumbran preguntar al clientes como se encuentran con el servicio que le ofrece la empresa; el 54% siempre es

importante posicionar las mentes de los clientes sobre la imagen de las mypes, del mismo modo estos manifiestan que siempre consideran que los clientes buscan la imagen comercial de la empresa; el 38% manifiesta que siempre considera sin competitividad la competencia no existiera para la empresa, el 77% siempre considera que la competencia de una empresa es un riesgo para que baje su rentabilidad, el 50% de las mypes del sector servicio rubro restaurantes del caso urbano de Huacho, manifiesta que siempre suele motivar a sus colaboradores de la empresa y el 81% manifiesta que siempre la motivación es fundamental para la competitividad. Por tanto, se concluye que las empresas encuestadas son empresas están dirigidas en su mayoría por personas de edad, esto hace que tengan un posicionamiento en el mercado por el tiempo, el objetivo de la creación es de generar ganancias; poseen conocimientos y ponen en práctica la capacitación en los diferentes procesos para alcanzar el desarrollo del mercado, del mismo modo están preparándose para ser competitivos dentro del rubro con la competencia, motivando e incentivando al servicio de atención al cliente sea excelente.

**Tangoa (2018)** La presente investigación constituyó como objetivo establecer las características de la competitividad y el kaizen en las MYPE rubro restaurante del distrito Tabalosos, provincia Lamas – San Martín, año 2017. La investigación fue de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental - transversal. La población estuvo conformada por 04 MYPE, basado en una muestra de 150 clientes para la variable competitividad y 13 trabajadores para la variable kaizen, a quienes se les aplicó el instrumento cuestionario. Dentro de las principales conclusiones en relación a las ventajas competitivas los clientes manifiestan que los trabajadores se encuentran capacitados; el desempeño de los empleados es bueno y regular; los trabajadores cuentan con recursos materiales para la realización de sus actividades; las

MYPE si cuentan con recursos tecnológicos. En relación a los determinantes de competitividad los clientes perciben que los trabajadores realizan procesos en el servicio de atención; las MYPE cuentan con estrategias publicitarias; las MYPE realizan una adecuada gestión interna; las MYPE se preocupan por innovar en tecnología y que los restaurantes cuentan con calidad en sus comidas. En relación al mejoramiento continuo, la mayoría de trabajadores señala que las MYPE cuentan con objetivos a corto plazo; los trabajadores hacen uso adecuado de los recursos proporcionados; la MYPE intenta enfocarse en la calidad total y las MYPE cuentan con un sistema de costos. las MYPE realizan funciones estandarizadas por políticas, normas o procedimientos; los trabajadores cumplen con las políticas de disciplina en su centro de trabajo.

### **Regionales**

**Mendoza (2018)** La presente investigación titulada “Competitividad y calidad del servicio en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018” estableció como objetivo identificar las características de la competitividad y calidad del servicio en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018, se empleó la metodología de tipo descriptiva de nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, siendo agrupados los resultados según el objetivo de estudio. Se encontró que el 90% afirman que los trabajadores del restaurante desempeñan sus funciones con éxito, el 87.5 % afirman que las actividades que se realizan en el restaurante reflejan orden y organización, el 91.54% de las MYPE manejan un adecuado tiempo para atender a sus clientes, el 81.20% de las MYPE muestran interés oportuno de ayudar a resolver las dudas de los clientes, 100% de los clientes manifiestan que en sus aperitivos se refleja la pulcritud, el 94% afirma perciben que el trato y la atención que les dieron lo harían regresar al restaurante. Lo que determina que las MYPE rubro

restaurantes de la ciudad de Paita están inmersas en el mundo competitivo del mercado en el que se han posicionado, contando con una buena calidad del servicio que deben seguir desarrollándose para brindar un mejor servicio a los clientes.

**Mendoza (2015)** La investigación denominada “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes en Máncora, año 2018”; presentó como objetivo general determinar las características de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes en Máncora, año 2018. Se empleó la metodología de tipo descriptiva y de nivel cuantitativo con diseño no experimental, de corte transversal. Las MYPE objeto de investigación fueron 09 restaurantes. La población fue infinita, para ambas variables estuvo conformado por los clientes de los restaurantes; determinándose una muestra de 121 clientes, se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario. Se concluye respecto a los aspectos determinantes de la competitividad; que la mayoría de clientes consideran que el éxito del restaurante depende del conocimiento y habilidades del administrador, no utilizan estrategias adecuadas para atraer más clientes, no evidencian innovación, no perciben valor agregado en el servicio. Respecto a las ventajas competitivas; la mayoría de clientes considera que los precios de la carta están acorde a los precios de mercado, las cartas de los restaurantes no se diferencian en cuanto a las comidas, la mayoría señala que los restaurantes se diferencian en el servicio. Respecto a las funciones necesarias para la gestión de calidad; la mayoría de clientes considera que las MYPE si tienen conocimiento de la competencia, no perciben eficacia en la atención, no perciben motivación, califican como inadecuado el desempeño, y no le han evaluado sobre su satisfacción. Respecto a los principios de la gestión de calidad; la mayoría de clientes sienten que los restaurantes no cumplen sus expectativas y necesidades, no observan un nivel de compromiso adecuado, evidencian la falta de habilidades y conocimientos,

no se muestran eficientes, no perciben mejora en el desempeño, no observan esfuerzos por fidelizarlos, y finalmente la mayoría si evidencia el cumplimiento de normativas del sector.

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

## **2.2 Bases teóricas de la investigación**

### **Gestión de calidad**

El método de gestión de calidad” de una ordenación está determinado por todos los compendios que la conforman a fin de avalar un trabajo constante y estable, y evitar cambios inesperados. El sistema también accede implantar mejoras al concentrar nuevos métodos de calidad según sea obligatorio. **(Roldán, 2017)**

La gestión de la calidad es el proceso de cambiar el concepto de calidad y su significado, es decir, pasar de la calidad a la calidad general. Por lo tanto, se entiende que incluye todos los aspectos de la organización, involucrando a todos sus miembros. (Bernabeu, 2018)

### **Importancia de la gestión de calidad**

**Geoinnova (2019)** “La gestión de la calidad” nos beneficia en oprimir la naturalidad, que este instrumento cede cargar una trazabilidad de todas las técnicas de una organización, de tal modo que logremos estar al tanto en todo instante cómo operar en contextos de ejercicios corrientes, extras o hostiles. “La gestión de la calidad” ofrece una conformidad combinación, no sólo para proyectar, sino asimismo para formar los componentes hacia el rastreo, observación y la mejora continua de cada causa.

### **Competencias de la gestión de calidad**

Si falta uno de estos compendios, el “Sistema de Gestión” no lograra su POTENCIAL, pero lo superior de todo es que cada mecanismo logra ocuparse personalmente; pero al ocuparse juntamente se logra que la mejora duradera y la eficacia sean un diferenciador significativo de la compañía.

## **PRINCIPIOS DE LA GESTION DE CALIDAD**

### **1. Participación del personal**

- a. El personal es consecuente de la calidad de su responsabilidad y ocupación en la compañía. Se asume la calidad como un objetivo común.
- b. Asemejar las capacidades y restricciones del original en el cometido de sus trabajos.
- c. Admitir los compromisos ante las potenciales dificultades que logren brotar y contribuir las tramitaciones pertinentes.



- d. Proteger una perspectiva proactiva para descubrir las insuficiencias de alineación y desarrollar las competitividades, instrucciones y prácticas.
- e. Poner en practica desenvueltamente, culturas y práctica. Es muy significativo que se tramite el conocimiento de la ordenación, esencialmente el de su personal ante la resolución de dificultades y enfrentando nuevos desafíos y planes.
- f. Consentir la disputa sin disimulos sobre las dificultades y argumentos de utilidad relacionados con la misión de la distribución.

## **2: liderazgo**

Para liderar es trascendente tener iluminación del camino que iniciamos y del término donde pretendemos ir. Ese PROPÓSITO, ese PARA QUÉ es TAN significativo que si se tiene despejado y especulamos en él durante el acoplamiento del “Sistema de Gestión de Calidad” solucionar los desafíos que se muestren será más natural, pues nos dará el carácter necesario para sobresalir en las dificultades.

El liderazgo no solo hace informe a los segmentos de la Alta Dirección, o a los individuos que tienen un compromiso con desiguales equipos de trabajo. Varias personas, adentro del método, toman perspectivas de liderazgo para plantear cambios, labores y consecuencias. Un Sistema de Gestión de la Calidad, fracasará si no velan para implicar a los individuos en el proyecto. (Sust, 2019)

## **3: Toma de decisiones**

Las decisiones deben basarse tanto como sea posible en el análisis de datos y la mejor información. Cualquier decisión que afecte la calidad del producto debe tomarse antes del evento anterior que garantice o reduzca la posibilidad de error. La ventaja de la organización es que tomar decisiones basadas en información real y obvia conducirá a un enfoque de calidad correcto. Además, muestra que las posibilidades y oportunidades existentes pueden explotarse eficazmente. (Bernabeu, 2018)

## **Beneficios de la gestión de calidad**

Según **Geoinnova (2019)**

- a) la organización se cerciora que marcha bien y de esta manera puede desempeñar los objetivos adecuados de la fundación. Para eso es obligatorio que los objetivos de eficacia del procedimiento, estén colocados con los objetivos del negocio. Si los objetivos de calidad son diferentes, o no están alineados, a lo mejor se cumplen, pero el sistema no coadyuvará para que la organización logre cumplir sus Metas y Objetivos.
- b) Se cuenta con un procedimiento que admite negociar, con calidad, el progreso de sus acciones. El Sistema accede examinar el desempeño de forma completa y, también, poder descubrir las oportunidades de mejora, las cuales, realizadas exitosamente, se manifestarán en un cambio fundamental de los indicadores de desempeño de la organización.
- c) La manera de coordinar para realizar el trabajo es mejor y más simple. La ordenación por métodos, manejados con componentes de trabajo universales es un instrumento que consiente producir resultados superiores debido a la asociación creada por la composición de las otras destrezas y usos de sus piezas.
- d) El Sistema y sus técnicas son la principal habilidad para rebasar la distribución departamental de la compañía creando una efectiva cadena de coste con los distribuidores y consumidores.

## **DESEMPEÑO DE LA GESTION DE CALIDAD**

### **Calidad de trabajo**

Puede definir la calidad del trabajo para satisfacer algunas necesidades básicas de los trabajadores. Se refiere a los recursos, actividades y resultados que produce la participación de las personas en el lugar de trabajo. Las necesidades definidas por el psicólogo Abraham Maslow se consideran muy relevantes para satisfacer las necesidades de las personas, especialmente en cuanto a salud y seguridad, economía y familia, sociedad, respeto, renovación, conocimiento y estética.

“En 2013, se utilizaron 9 componentes para medir la calidad del trabajo y la vida de los empleados de las escuelas técnicas privadas”

- Junta
  
- Clima cultural y organizacional.
  
- Relación y cooperación
  
- Formación y desarrollo
  
- Remuneración y recompensas
  
- Instalación
  
- Satisfacción y seguridad en el trabajo
  
- Autonomía laboral
  
- Suficientes recursos

### **Eficiencia**

Se concreta como la correspondencia existente entre los recursos que son practicantes para un propósito y los lucros que son derivados a través de éste. La eficiencia se logra

en aquellos asuntos en los que se necesita un mínimo dígito de recursos para lograr obtener un mismo objetivo. O también lo inverso, cuando se logra un mayor dígito de objetivos haciendo uso de los equivalentes recursos o –incluso- menos.

### **Competitividad**

“La competitividad” es la capacidad de un individuo u estructura para desenvolver mejorías profesionales con relación a sus contrincantes y alcanzar así, una visión sensible en su ambiente. La competitividad habitualmente se funda en una prerrogativa competidora, esto es, una cierta destreza, patrimonios, técnica o propiedades que forjan privilegiado al que la posee. Se conoce de un conocimiento referente en donde se confronta el beneficio de un individuo u sociedad con respecto a otras. (Roldán, 2017)

### **Estrategias de la competitividad**

#### **Calidad**

#### **Liderazgo en costes**

La habilidad competidora que se basa en precios es una de las habilidades primordiales que consigue transportar a cabo una compañía al tiempo de luchar y reside en que una sociedad consigue unos valores generales menores a los de la competitividad, sin que ello conmueva a la aptitud del beneficio o asistencia que brinda la compañía. Esta habilidad se reconciliará en superioridad competidora cuando a los luchadores les trascienda dificultoso reducir sus importes para equiparar a los de dicha compañía. Rodríguez (2015)

Elementos en el mercado que hacen posible que una empresa pueda desarrollar su estrategia competitiva en costes:

a) Las economías de escala: poseen lugar cuando coexiste una disminución de los precios caudales a extenso plazo de una compañía.

- b) Economías de aprendizaje: Es la primordial partida de disminución de precios y está fundada en el resultado práctica, tal que la regeneración domina valores al reducir el período disponible en la ejecución de una fija diligencia.
- c) El desarrollo de nuevas tecnologías: Una tecnología se cree técnicamente más eficientemente y superiormente a distinta cuando para provocar la misma cantidad de outputs se utilizan un nivel mínimo de inputs, lo cual reduce considerablemente los costes de producción.
- d) Acceso favorable a los factores de producción: El tener cerca el origen de recursos de la que se alimenta la compañía presume un ahorro de precios en envío, convenciones de servicios y sustento, etc.
- e) Localización de la empresa: Un considerado establecimiento de la sociedad presume una superioridad de coste significativo ya que facilita el trato con la clientela y vendedores.
- f) Relaciones con clientes y proveedores: Ciertas compañías deben poseer un gran dominio de un convenio con sus distribuidores para practicar mandatos sobre los importes y así atraer segmento del borde del provisor.
- g) Controles rígidos sobre las actividades que se desarrollan en la empresa: Las compañías que no desatienden ninguna de sus diligencias o no dejan de darle una importancia a dificultades que nazcan, por muy insignificantes que se consideren, van a tener más posibilidades de triunfo que las compañías que no lo hagan.

### **Diferenciación**

“Una empresa sigue una estrategia por diferenciación cuando ofrece productos o servicios distintos o innovadores que hace que los clientes los perciban como únicos. Aunque también puede consistir en otorgar valor añadido a productos o servicios ya existentes siempre y cuando los clientes aprecien el cambio”. (Rodríguez, 2015)

Una empresa se diferencia de sus compradores si puede ser única en algo que pueda ser valioso para los compradores. El grado en el que los competidores en un sector industrial puedan diferenciarse de los otros es un elemento importante en el sector industrial.

- **Diferenciación tangible:** hace narración a las peculiaridades visibles de los productos o servicios que son estimadas por los compradores. En bienes de gasto esta diferenciación es calificada en puesto del beneficio que las clientelas obtienen con el producto y en lo que se relata a bienes de equipo, se considerará en puesto del capital que gane la compañía cliente en su negocio.”

- **Diferenciación intangible:** Se describe a aspectos nacionales, emocionales o psíquicos que los clientes imputan a los efectos. tipos de habilidades por diferencia.

a) **Diferenciación basada en características del producto”:** Reside en crear a que las clientelas descubran ciertos efectos de dicha sociedad de manera desigual que el resto, con la finalidad de acrecentar la petición del propio.

b) **Diferenciación basada en características del mercado:** No reside en encantar a sus compradores hacia nuestros efectos y hacer que los adquieran como sucedía en el caso primero, sino que, es ahora la sociedad la que tiene que acomodarse a las insuficiencias de los consumidores y elaborar productos u ofrecer productos que las compensen de la mejor manera viable.

c) **Diferenciación basada en las características de la empresa:** Aquí la compañía va a concentrar la diferencia en su cabida para desplegar en los servicios, su correspondencia con los clientes, los canales de comercialización a través de los cuales oferta sus productos, su imagen de marca, etc.

## NIVELES DE LA COMPETITIVIDAD

### **Consumidores**

El consumidor es el último paso en el proceso de producción. De esta forma, se convierte en una pieza clave de la cadena de producción y es el cliente final. Por tanto, es un actor importante en el desarrollo económico. Proporciona recursos, generalmente dinero, a cambio de esos bienes o servicios. En otras palabras, los consumidores están tratando de obtener cierta satisfacción de las transacciones. Por lo tanto, sin la existencia de productores que brindan estos bienes o servicios, no se puede entender la existencia de consumidores. Por tanto, esta relación se puede desarrollar. (Galán, 2016)

### **Infraestructura**

La infraestructura es un conjunto de servicios, medios técnicos y estructuras que permiten realizar las actividades. Entre los usos más comunes, la infraestructura incluye una serie de proyectos públicos, estructuras, instituciones, sistemas y redes que apoyan el funcionamiento de ciudades, pueblos y otras formas de organizaciones sociales. **Raffino (2020)**

### **Innovación**

La innovación es un concepto muy vinculado al mundo empresarial. Innovar significa mejorar los productos existentes, ofrecer nuevas opciones para satisfacer las necesidades del consumidor e incluso crear nuevos productos para tener éxito en el mercado. Al comprender los productos, los mercados, la contribución de la empresa al valor y las necesidades del consumidor, se pueden establecer una serie de cambios y estándares para innovarlos y hacerlos útiles para el mercado. **(Peiró, 2019)**

### **2.3. Hipótesis**

No en todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio.

Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho. **Sampieri (2015)**

### **2.4 variables**

- Gestión de Calidad

La gestión de calidad es un conjunto de actividades que están relacionadas por hacer las cosas bien, ir mejorando continuamente hasta obtener la satisfacción del cliente.

- Competitividad

La competitividad es un concepto bien definido en relación con el mundo de las empresas, ya que puede entenderse como la capacidad por parte de estas de mantener o aumentar su rentabilidad en las condiciones que prevalecen en el mercado el hecho de que la ganancia de cuota de mercado, por parte de una empresa, deba ser necesariamente a costa de las demás empresas que operan en el mismo sector. (Mas, 2017)



### **III. Metodología de la investigación**

#### **3.1 Tipo y nivel de investigación**

La presente investigación es de tipo cuantitativo porque Cuando hablamos de una investigación cuantitativa damos por aludido al ámbito estadístico, es en esto en lo que se fundamenta dicho enfoque, en analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado. Este enfoque utiliza la recolección de datos para comprobar hipótesis también se emplean experimentaciones y análisis de causa-efecto, y se debe resaltar que este tipo de investigación conlleva a un proceso secuencial y deductivo. **(Sampieri, 2018)**

#### **Nivel de investigación**

El nivel de la investigación será descriptivo. También conocida como la investigación estadística, se describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. Este nivel de Investigación responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo. **(Roberto, 2017)**

#### **3.2 Diseño de investigación**

El diseño de la investigación es no experimental, corte transversal (los datos se recogen en un momento específico Este tipo de investigaciones no manipula deliberadamente las variables que busca interpretar, sino que se contenta con observar los fenómenos de su interés en su ambiente natural, para luego describirlos y analizarlos sin necesidad de emularlos en un entorno controlado. Quienes llevan a cabo investigaciones no experimentales cumplen más que nada un papel de observadores. **(Raffino, 2020)**

### 3.3 Población y muestra

“Población se refiere al universo, conjunto o totalidad de elementos sobre los que se investiga o hacen estudios”. (Lugo, 2018)

Las MYPE bajo estudio son: 4 rubro restaurantes ubicadas en la provincia de Ayabaca.

Por lo que la variable gestión de calidad y competitividad va dirigida para el propietario los cual es finita.es por ello, que no se aplicará formula.

según Sampieri (2015) argumenta que si la población que está investigando tiene un número de personas por debajo de los (50) se tiene que trabajar con la población igual a la muestra.

*cuadro 1 : Relación de la MYPE*

| Nº | Razón social                      | Dirección                                    |
|----|-----------------------------------|--|
| 1  | Restaurante “La Orquidea”         | Plaza de Armas Ayabaca - (20) Ayabaca, Piura |
| 2  | Restaurant y pollería “Don Lucho” | av. Grau 2008 51 Ayabaca, Piura              |
| 3  | Restauran Pollería “La Kishpina”  | Calle Cáceres 256 Ayabaca, Piura             |
| 4  | Restaurante “Santa Lucia”         | Jr. Chira N° 216 Ayabaca, Piura              |

### 3.4 Matriz de operacionalización

| Variable           | Definición  | Dimensiones | Definición operacional   | Indicadores   | Escala  | Fuente      |
|--------------------|---|-------------|--|---|---------|-------------|
| Gestión de calidad | La gestión de calidad es un conjunto de actividades que están relacionadas por hacer las cosas bien, ir mejorando continuamente hasta obtener la satisfacción del cliente | Principios  | La dimensión “Principios” se medirá con sus indicadores, participación del personal, liderazgo y toma de decisiones, con la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario.       | Participación del personal<br>Liderazgo<br>Toma de Decisiones | Nominal | Propietario |
|                    |   | Desempeño   | La dimensión “Desempeño” se medirá con los indicadores (Calidad del trabajo, Eficiencia), se hará uso del instrumento de cuestionario y las técnicas de encuestas, con una escala nominal. | Calidad de trabajo<br>Eficiencia                              | Nominal | Propietario |

| Variable       | Definición   | Dimensiones | Definición operacional   | Indicadores  | Escala  | Fuente      |
|----------------|--|-------------|--|--|---------|-------------|
| Competitividad | La competitividad es un concepto bien definido en relación con el mundo de las empresas, ya que puede entenderse como la capacidad por parte de estas de mantener o aumentar su rentabilidad en las condiciones que prevalecen en el mercado el hecho de que la ganancia de cuota de mercado, por parte de una empresa, deba ser necesariamente a costa de las demás empresas que operan en el mismo sector. (Mas, 2007) | Estrategias | La dimensión “Estrategias” se medirá con sus indicadores, Calidad, Liderazgo en costes Diferenciación, con la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario.       | Calidad<br>Liderazgo en costes<br>Diferenciación             | Nominal | Propietario |
|                |  | Niveles     | La dimensión “Niveles” se medirá con sus indicadores, Consumidores, Infraestructura, Innovación, Habilidades con la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario. | Consumidores<br>Infraestructura<br>Innovación<br>Habilidades | Nominal | Propietario |

### **3.5 Técnicas e instrumentos**

#### **técnica**

Para este tipo de investigación se utilizará la encuesta como técnica. Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

#### **Instrumento**

El instrumento a utilizarse será el cuestionario

Cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación. El cuestionario permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos. Un diseño mal construido e inadecuado conlleva a recoger información incompleta, datos no precisos de esta manera genera información nada confiable. Por esta razón el cuestionario es en definitiva un conjunto de preguntas respecto a una o más variables que se van a medir.

**(Amador, 2017)**

### **3.6 Plan de análisis**

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo de las variables en estudio, se aplicará técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario para analizar los resultados se utilizará programas estadísticos como el Excel 2016. Para la elaboración del trabajo también se hará uso de programas como WORD ya que aquí se podrá redactar toda la estructura del trabajo.

### 3.7 Matriz de consistencia

cuadro 2: matriz de consistencia

| Enunciado del problema   | Objetivos  | Variables  | Dimensiones | Indicadores  | Metodología   |
|--|--|--|-------------|--|---|
| ¿Qué características tiene la gestión de calidad y competitividad en las MYPE Rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020? | <p><b>General:</b></p> <p>Conocer las características de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020</p>  | Gestión de calidad   | Principios  | Participación del personal<br>Mejora continua<br>Liderazgo<br>Toma de Decisiones | <p><b>Tipo de investigación</b><br/>Cuantitativa</p> <p><b>Nivel de la Investigación:</b><br/>Descriptiva</p> <p><b>Diseño de la Investigación:</b> El diseño de la investigación es no experimental, corte transversal</p> |
|  | <p><b>Específicos:</b></p> <p>1.-Conocer la importancia de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020</p>  |  | Desempeño   | Calidad de trabajo<br>Eficiencia   |   |
|  | <p>2.-conocer las competencias de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020</p>   | C<br>O<br>M<br>P<br>E<br>T<br>I<br>T<br>I<br>V<br>I<br>D<br>A<br>D | Estrategias | Calidad<br>Diferenciación<br>Posesión<br>Enfoque                                 | <p><b>Población:</b></p> <p>La población estará compuesta por las 4 MYPES ubicadas en la provincia de Ayabaca</p>   |
|  | <p>3.-identificar las estrategias de la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020</p> <p>4.-conocer los niveles la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020</p> |  | Niveles     | consumidores<br>infraestructura<br>innovación<br>habilidades                     |   |

### 3.8 Principios éticos

En la presente investigación se tiene en cuenta los principios éticos que establece el Código de ética para la investigación Versión 003 de la ULADECH Católica:

***Principio de protección a las personas***, para esta investigación se está haciendo la visita a los administradores de restaurantes que forman parte de la muestra de la investigación, con la finalidad de hacer llegar la carta de autorización y el protocolo del Consentimiento informado, los mismos que vienen siendo recibidos y firmados. A los participantes que tienen dificultades para aceptar la firma de dichos documentos, se les explica las razones del estudio para lograr la aceptación y firma del consentimiento informado. A cada participante se comunica claramente el propósito de la investigación que consiste en Conocer Qué características tiene la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020, así mismo en cada visita se está solicitando número de teléfono y correo electrónico para remitirles el cuestionario de la de prueba piloto e identificar la incoherencia del instrumento, se informa a cada uno de los participantes que se pueden retirar en cualquier momento de la investigación sin perjuicio alguno, el instrumento a aplicar es el cuestionario, no teniendo más instrumentos. Así mismo se les hace mención que los datos recolectados quedarán disponibles para futuras investigaciones y productos derivados de la investigación. No se tiene participantes menores de edad en esta investigación; la autorización a los trabajadores que forman parte de la muestra está siendo solicitada con una carta, la misma que está siendo aceptada; el cuestionario está diseñado para los administradores de restaurantes, quienes dan su aceptación a través del consentimiento informado. Cabe señalar que esta investigación tiene como muestra a los propietarios de restaurantes de la provincia de Ayabaca.



***Principio de beneficencia y no maleficencia***, esta investigación por su naturaleza no representa riesgo alguno ni para los participantes de la investigación ni para el investigador, durante el recojo de información se les viene informando de ello a los integrantes de la muestra. En todo momento se está buscando maximizar los beneficios en favor de la investigación, sin ir en contra de los derechos de los participantes.

***Principio de justicia***, los resultados de la investigación estarán disponibles luego de finalizado el trabajo, si las personas que forman parte de nuestra muestra tienen interés por los resultados para aplicarlas a sus empresas o realizar nuevas investigaciones se les facilitará la información por el medio que lo requieran, estos pueden ser vía correo electrónico, WhatsApp o la participación en eventos donde se expongan los resultados de la investigación. Así mismo a todas las personas que participan de esta investigación se les brindará el mismo trato de respeto, consideración e información de aquello que requieran.

***Principio de integridad científica***, se tiene siempre presente que los datos de identidad de los participantes de esta investigación son confidenciales y anónimas, también se les está informando de ello a los administradores. No es necesaria en esta investigación el uso de equipos electrónicos, mecánicos, médicos entre otros, por ello no se ha establecido protocolos de seguridad para el uso de estos equipos; también se da a conocer a los administradores que la información recogida quedará en custodia del investigador por un lapso de cinco años, y solo se usarán exclusivamente para esta investigación. No se realiza técnicas de recolección de datos distintos al cuestionario, por ello los participantes no conocerán la información que brinde otro participante de la investigación. Cualquier aspecto que genere conflictos de interés se resolverán antes de iniciar el trabajo de campo, así se garantizará que no sucedan situaciones que puedan afectar al estudio o a la comunicación de resultados.

***Principio de libre participación y derecho a estar informado***, antes del recojo de información se viene solicitando expresamente el consentimiento informado a cada participante, así mismo se les dice que nos hagan llegar todas sus dudas o consultas que tienen de la investigación para ser resueltas oportunamente y evitar cualquier contratiempo durante o después de la investigación.

***Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad***, esta investigación no tiene como muestra animales, plantas ni realizarán aplicaciones en el medio ambiente, tampoco se afectará la biodiversidad como parte del estudio, por ello no se declaran los daños, riesgos o beneficios potenciales que se pueda tener sobre ellos. La muestra del estudio serán los propietarios de restaurantes de la provincia de Ayabaca

## IV Resultados

### 4.1 Resultados

*Tabla 1: Conocer los principios de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020*

| Principios de gestión de calidad  | N  | %      |
|---|----|--------|
| ¿cree usted que el personal en consiente de la importancia de su trabajo?   |    |        |
| SI  | 8  | 80.00  |
| NO  | 2  | 20.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |
| ¿cree usted que el personal acepta las responsabilidades ante posibles problemas que surjan y propone soluciones? |    |        |
| SI  | 6  | 60.00  |
| NO  | 4  | 40.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |
| ¿cree usted que la empresa cuenta con un buen liderazgo sobre su manejo?  |    |        |
| SI  | 9  | 90.00  |
| NO  | 1  | 10.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |
| ¿ejerce un liderazgo democrático en su empresa?   |    |        |
| SI  | 8  | 80.00  |
| NO  | 2  | 20.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |
| ¿las decisiones que toman en su empresa las ejercen todos   |    |        |
| SI  | 7  | 70.00  |
| NO  | 3  | 30.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |
| ¿toman una buena decisión antes de invertir en algo?  |    |        |
| SI  | 8  | 80.00  |
| NO  | 2  | 20.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |

**Fuente:** encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca Piura año- 2020

*Tabla 2: conocer los desempeños de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubros restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020*

| Desempeños de la gestión de calidad   | N  | %      |
|---|----|--------|
| <i>¿cree que su empresa ejerce una buena calidad de trabajo?</i>              |    |        |
| SI  | 9  | 90.00  |
| NO  | 1  | 10.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |
| <i>¿cree usted que sus trabajadores ejercen una buena calidad de trabajo?</i> |    |        |
| SI  | 7  | 70.00  |
| NO  | 3  | 30.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |
| <i>¿hay una buena eficiencia dentro de su empresa?</i>                        |    |        |
| SI  | 9  | 90.00  |
| NO  | 1  | 10.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE rubro restaurantes del

centro de Ayabaca Piura – 2020

*Tabla 3: Identificar las estrategias de la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020*

| Estrategias de la competitividad   | N  | %      |
|--|----|--------|
| <i>¿los productos de su empresa son de buena calidad?</i>                            |    |        |
| SI   | 9  | 90.00  |
| NO   | 1  | 10.00  |
| TOTAL  | 10 | 100.00 |
| <i>¿utiliza el liderazgo en costes para reducir los precios ante su competencia?</i> |    |        |
| SI   | 6  | 60.00  |
| NO   | 4  | 40.00  |
| TOTAL  | 10 | 100.00 |
| <i>¿existe diferenciación entre las empresas de su mismo rubro?</i>                  |    |        |
| SI   | 8  | 80.00  |
| NO   | 2  | 20.00  |
| TOTAL  | 10 | 100.00 |

Fuente: encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro restaurantes del centro

de Ayabaca Piura año- 2020

*Tabla 4 Conocer los niveles de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020*

| Niveles de la competitividad  | N  | %      |
|---|----|--------|
| <i>¿ha evaluado la cantidad de consumidores con los que cuenta su empresa?</i>    |    |        |
| SI  | 7  | 70.00  |
| NO  | 3  | 30.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |
| <i>¿su empresa satisface las necesidades de los consumidores?</i>                 |    |        |
| SI  | 9  | 90.00  |
| NO  | 1  | 10.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |
| <i>¿cree usted que la empresa cuenta con una buena infraestructura?</i>           |    |        |
| SI  | 8  | 80.00  |
| NO  | 2  | 20.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |
| <i>¿en algún momento desearía cambiar la infraestructura?</i>                     |    |        |
| SI  | 7  | 70.00  |
| NO  | 3  | 30.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |
| <i>¿busca innovar cada vez para que de esta manera su empresa vaya creciendo?</i> |    |        |
| SI  | 8  | 80.00  |
| NO  | 2  | 20.00  |
| TOTAL   | 10 | 100.00 |
| <i>¿cuenta con un personal innovador?</i>   |    |        |

|       |    |        |
|-------|----|--------|
| SI    | 8  | 80.00  |
| NO    | 2  | 20.00  |
| TOTAL | 10 | 100.00 |

¿tiene buenas expectativas con respecto a las habilidades de sus trabajadores?

|       |    |        |
|-------|----|--------|
| SI    | 9  | 90.00  |
| NO    | 1  | 10.00  |
| TOTAL | 10 | 100.00 |

¿cree que deberían tener más habilidades?

|       |    |        |
|-------|----|--------|
| SI    | 6  | 60.00  |
| NO    | 4  | 40.00  |
| TOTAL | 10 | 100.00 |

Fuente: cuestionario aplicado a los propietarios de las MYPE rubro restaurantes del

centro de Ayabaca Piura año- 2020

## **4.2 Análisis de Resultados**

El 80% de las personas encuestadas cree que su personal es consciente de la importancia de su trabajo según (Geoinnova, 2009) El personal es consecuente de la calidad de su responsabilidad y ocupación en la compañía. Se asume la calidad como un objetivo común.

El 60% de las personas encuestadas cree que el personal acepta las responsabilidades ante posibles problemas que surjan y propone soluciones (tabla 1) mientras que un 40% no cree que el personal acepta las responsabilidades ante posibles problemas que surjan y propone soluciones.

El 90% de las personas encuestadas cree que la empresa cuenta con un buen liderazgo sobre su manejo (tabla 1) según. Sust, (2019) El liderazgo no solo hace informe a los segmentos de la Alta Dirección, o a los individuos que tienen un compromiso con desiguales equipos de trabajo. Varias personas, adentro del método, toman perspectivas de liderazgo para plantear cambios, labores y consecuencias.

El 70% de las personas encuestadas las decisiones que toman en su empresa las ejercen todos (tabla 1) según (Rodríguez, 2015) “La toma de decisiones fundadas en certezas, debe ser una sabiduría en la distribución”

El 90% de las personas encuestadas cree hay una buena eficiencia dentro de su empresa (tabla 2) según (Rodríguez, 2015) La eficiencia se logra en aquellos asuntos en los que se necesita un mínimo dígito de recursos para lograr obtener un mismo objetivo.

El 60% de las personas encuestadas utiliza el liderazgo en costes para reducir los precios ante su competencia (tabla 3) según (Rodríguez, 2015) La habilidad competitiva que se basa en precios es una de las habilidades primordiales que consigue transportar a cabo una compañía al tiempo de luchar y reside en que una sociedad consigue unos valores generales



menores a los de la competitividad, sin que ello conmueva a la aptitud del beneficio o asistencia que brinda la compañía.

El 80% de las personas encuestadas cree existe diferenciación entre las empresas de su mismo rubro (tabla 3) según (Rodríguez, 2015) “Una empresa sigue una estrategia por diferenciación cuando ofrece productos o servicios distintos o innovadores que hace que los clientes los perciban como únicos. Aunque también puede consistir en otorgar valor añadido a productos o servicios ya existentes siempre y cuando los clientes aprecien el cambio”.

## **V. Conclusiones y Recomendaciones**

### **5.1 conclusiones**

Para el primer objetivo conocer los principios de la gestión de calidad dentro de la MYPE el personal que trabaja es consciente de la importancia de su trabajo cuenta con un liderazgo democrático siempre toman las mejores decisiones antes de invertir en nuevo material.

Con respecto al segundo objetivo conocer los desempeños de la gestión de calidad la MYPE cuenta con buena calidad de trabajo y buena eficiencia dentro de la organización.

Para el tercer objetivo identificar las estrategias de la competitividad los productos que ofrecen son de buena calidad, utiliza el liderazgo en costes para reducir precios ante su competencia, y también existe diferenciación entre las empresas.

Para el cuarto objetivo conocer los niveles de la competitividad satisfacen las necesidades de los consumidores, cuentan con una buena infraestructura busca siempre innovar para que su empresa vaya creciendo, cuenta con un personal innovador y tienen buenas expectativas con respecto a las habilidades de sus trabajadores.

## **5.2 Recomendaciones**

Motivar al personal para que asuma en su totalidad las responsabilidades que hay dentro de la empresa tener capacidad de proponer soluciones ante los posibles problemas que surjan, manejar en su totalidad un liderazgo democrático, tomar decisiones con todos los integrantes de la empresa de esta manera saber elegir qué es lo que más le conviene a la empresa.

Buscar personal que tenga la voluntad de ejercer una buena calidad de trabajo para de esta manera ofrecer al público una buena atención y obtener buenos resultados manteniendo siempre una buena eficiencia y también contando con productos de buena calidad.

Tener en cuenta la infraestructura, innovar es de mucha importancia para el crecimiento de la empresa, contar en su totalidad con un personal innovador y que tengas las mejores habilidades.

## VI. Referencias bibliográficas

- Abanto Perez, C. H. (2019). *Caracterización de la competitividad y financiamiento de las Mypes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.*
- Aranda Sernaque, J. E. (2018). *La gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.*
- Avilés, E. M., & Cedeño, A. S. (12 de Marzo de 2018). Diseño De Un Modelo De Gestión De Calidad De Servicio Al Cliente Para El Restaurante “La Finquita”. Recuperado el 05 de Diciembre de 2019, de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Ingenieras en Gestión Empresarial: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10360/1/T-UCSG-PRE-ECOGES-496.pdf>
- Bernabeu, E. P. (2018). *Principios de la gestion de calidad* . Obtenido de <https://avdiaz.files.wordpress.com/2012/06/principios-de-gestic3b3n-de-la-calidad.pdf>
- Bojórquez Aramburu, Y. R. (25 de julio de 2018). *repositorio uladech*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4577>
- Cabello, S. (2016). *dialnet*. Recuperado de file:///C:/Users/Downloads/Dialnet
- Campos Chavez, R. M. (16 de marzo de 2019). *repositorio uladech*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10566>  
  
dehipotesis
- Flores, M. G. (4 de diciembre de 2017). *repositorio uladech*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1083>

- García (2015) Sistema de calidad para el restaurante tridente hotel Neptuno en valencia. Universidad Simón de Bolívar. Recuperado el 09 de Diciembre de 2019, de [http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/7983/Franke%20Vega %20Catherine.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/7983/Franke%20Vega%20Catherine.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Galán, J. S. (2016). *Consumidor*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html#referencia>
- Goicochea Flores, K. R. (12 de 04 de 2017). *repositorio uladech*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1083>
- Lugo, Z. (2018). *diferenciador*. Obtenido de
- M.U.Duran. (2018). *books*. Obtenido de
- Medina Vargas, K. J. (20 de julio de 2018). *repositorio uladech* .
- Mendoza Avila, D. C. (2018). *Competitividad y calidad del servicio en las Mype rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018*.
- Mendoza Cruz, B. E. (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes en Mancora, año 2018*.
- Montalban Ramos, F. J. (12 de junio de 2018). *repositorio.uladech*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/7870>
- Parihuamán Quinde, G. R. (2019). *Gestión de calidad y competitividad de las mypes del sector servicios-rubro restaurantes del distrito de huacho, 2018*.
- Peiró, R. (2019). *economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>
- Quevedo Carrasco, L. J. (2020). *Gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro Restaurante, distrito Veintiséis de Octubre Piura, Año 2019*.
- Quijano Fabián, P. R. (2019). *Capacitación y competitividad en las mypes del sector servicio rubro restaurantes del casco urbano de Huacho. 2018*.

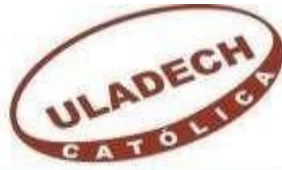
- Raffino, M. E. (2020). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/infraestructura/>
- Sánchez , A. (2017). Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa. Zacapa: Universidad Rafael Landivar. Recuperado el 11 de Abril de 2019, de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Sampieri, R. H. (2015). Metodología De La Investigación. México: Sexta Edición.
- Tangoa Villacorta, M. (2018). *Caracterización de la competitividad y el kaizen en las MYPE rubro restaurante del distrito Tabalosos, provincia Lamas – San Martín, año 2017.*
- Villegas, A. (2016). Incidencia de las estrategias competitivas implementadas en la demanda de servicio del hotel y restaurante Selva Negra, del Municipio de Matagalpa, en el año 2015. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/4691/1/5714.pdf>

## VII. Anexos

| grafica de gantt                         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|
| actividad                                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| planteamiento del problema               | x | x |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| enunciado del problema                   |   |   | x |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| objetivos del investigación              |   |   |   | x |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| justificación de la investigación        |   |   |   |   | x |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| antecedentes de la investigación         |   |   |   |   |   | x |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| revisión del literatura                  |   |   |   |   |   |   | x |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
| bases teóricas                           |   |   |   |   |   |   |   | x |   |    |    |    |    |    |    |    |
| bases conceptuales                       |   |   |   |   |   |   |   |   | x |    |    |    |    |    |    |    |
| hipótesis de investigación               |   |   |   |   |   |   |   |   |   | x  |    |    |    |    |    |    |
| tipo, nivel y diseño de la investigación |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    | x  |    |    |    |    |    |
| población y muestra                      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    | x  |    |    |    |    |
| referencias bibliográficas               |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    | x  |    |    |    |
| presupuesto                              |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    | x  |    |    |
| diagrama de gantt                        |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    | x  |    |
| presentación del proyecto                |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    | x  |

| <b>Presupuesto desembolsable<br/>(Estudiante)</b>                      |      |            |             |
|--|------|------------|-------------|
| categoria  | base | % o numero | total s/    |
| <b>Suministros (*)</b>   |      |            |             |
| Impresiones  | 0.30 | 600        | 180         |
| Fotocopias   | 0.10 | 240        | 24          |
| Empastado  | 30   | 1          | 30          |
| Papel bond A-4 (500 hojas)   | 13   | 4          | 52          |
| lapiceros  | 2.50 | 6          | 15          |
| <b>servicios</b>   |      |            |             |
| Uso de Turnitin  | 50   | 2          | 100         |
| <b>Sub total</b>   |      |            | 401         |
| <b>Gasto de viaje</b>  |      |            |             |
| Pasaje para recolectar información                                     |      |            |             |
| <b>Sub total</b>   |      |            |             |
| <b>total de presupuesto desembolsable</b>                              |      |            | 401         |
| <b>presupuesto no desembolsable<br/>(universidad)</b>                  |      |            |             |
| categoria  | Base | % o numero | total (s/.) |
| <b>servicios</b>   |      |            |             |
| Uso de internet (laboratorio de aprendizaje digital- LAD)              | 30   | 4          | 120         |
| Búsqueda de información en base de datos                               | 35   | 2          | 70          |
| Soporte informático (módulo de investigación del erp university- MOIC) | 40   | 4          | 160         |
| Publicación de artículo en repositorio institucional                   | 50   | 1          | 50          |
| <b>Sub total</b>   | 400  |            | 400         |
| <b>Recurso humano</b>  |      |            |             |
| Asesoría personalizada(5 horas por semana)                             | 63   | 4          | 252         |
| <b>Sub total</b>   |      |            | 252         |
| <b>Total, de presupuesto no desembolsable total(s/.)</b>               |      |            | 652<br>2105 |





UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## ENCUESTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DE LA MYPE

### **GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL CENTRO DE AYABACA PIURA AÑO- 2020**

Estimado (a) colaborador:

El presente cuestionario tiene como propósito la recopilación de información acerca de: **GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL CENTRO DE AYABACA PIURA AÑO- 2020** así mismo la información que se recabe de este cuestionario será presentada en un informe de investigación para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas.

Se le invita a leer cada una de las preguntas con mucha atención de manera que la respuesta que imita sea sincera y confiable no hace falta su identificación personal en el presente instrumento debido a que solo es de interés los datos que usted nos pueda brindar

#### GESTION DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD

1. ¿cree usted que el personal en consiente de la importancia de su trabajo?  
SI  
  
NO
2. ¿cree usted que el personal acepta las responsabilidades ante posibles problemas que surjan y propone soluciones?  
SI  
  
NO
3. ¿cree usted que la empresa cuenta con un buen liderazgo sobre su manejo?  
SI  
  
NO
4. ¿ejerce un liderazgo democrático en su empresa?  
SI  
NO

5. ¿las decisiones que toman en su empresa las ejercen todos?  
SI  
NO
6. ¿toman una buena decisión antes de invertir en algo?  
SI  
NO
7. ¿su empresa ejerce una buena calidad de trabajo?  
SI  
NO
8. ¿considera usted que sus trabajadores ejercen una buena calidad de trabajo?  
SI  
NO
9. ¿hay una buena eficiencia dentro de su empresa?  
SI  
NO
10. ¿los productos de su empresa son de buena calidad?  
SI  
NO
11. ¿utiliza el liderazgo en costes para reducir los precios ante su competencia?  
SI  
NO
12. ¿existe diferenciación entre las empresas de su mismo rubro?  
SI  
NO
13. ¿ha evaluado la cantidad de consumidores con los que cuenta su empresa?  
SI  
NO
14. ¿su empresa satisface las necesidades de los consumidores?  
SI  
NO
15. ¿cree usted que la empresa cuenta con una buena infraestructura?  
SI  
NO

16.¿en algún momento desearía cambiar la infraestructura?

SI

NO

17.¿busca innovar cada vez para que de esta manera su empresa vaya creciendo?

SI

NO

18.¿cuenta con un personal innovador?

SI

NO

19.¿tiene buenas expectativas con respecto a las habilidades de sus trabajadores?

SI

NO

20.¿cree que deberían tener más habilidades?

SI

NO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**Señor(a):**

Propietario a representante de la MYPE:

Yo, **Rivera Arroyo Yuvixsa**, identificada con **DNI N° 71205189** estudiante del séptimo ciclo de la carrera profesional de Administración de la asignatura **Taller de Investigación II** en la Universidad Católica de Chimbote(ULADECH) filial Piura con código N° **0811171052**, me dirijo ante Ud. Con el debido respeto, me presento y expongo lo siguiente:

Que, recorro a su persona con la finalidad de solicitarle el permiso para realizar las encuestas para mi taller de investigación titulado “**Gestión de calidad y Competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca Piura año- 2020**”. Para de esa manera obtener mi grado de bachiller en administración.

Sin otro particular, agradezco la atención brindada al presente, no sin antes expresarle mi consideración y estima personal, recordándole que la información solicitada será totalmente anónima y será utilizada exclusivamente para fines académicos

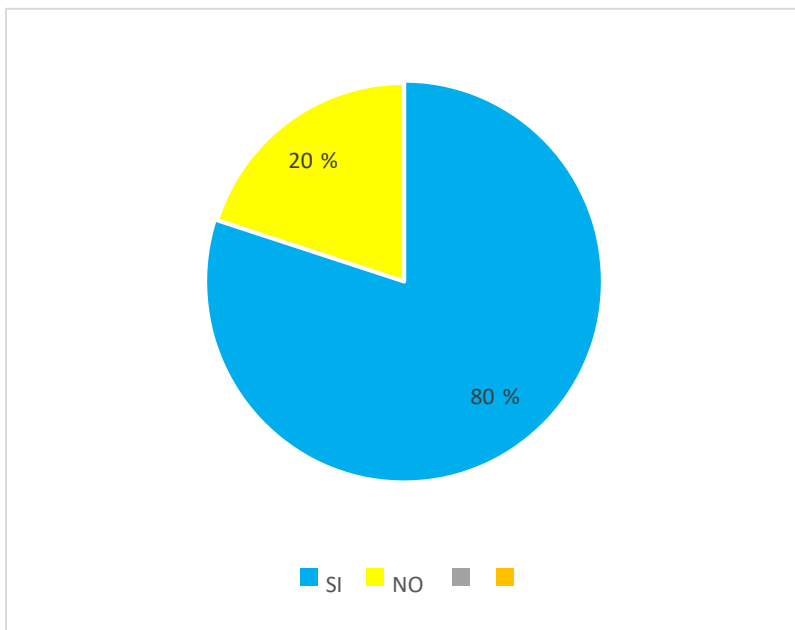
---

RIVERA ARROYO YUVIXSA

DNI N° 71205189

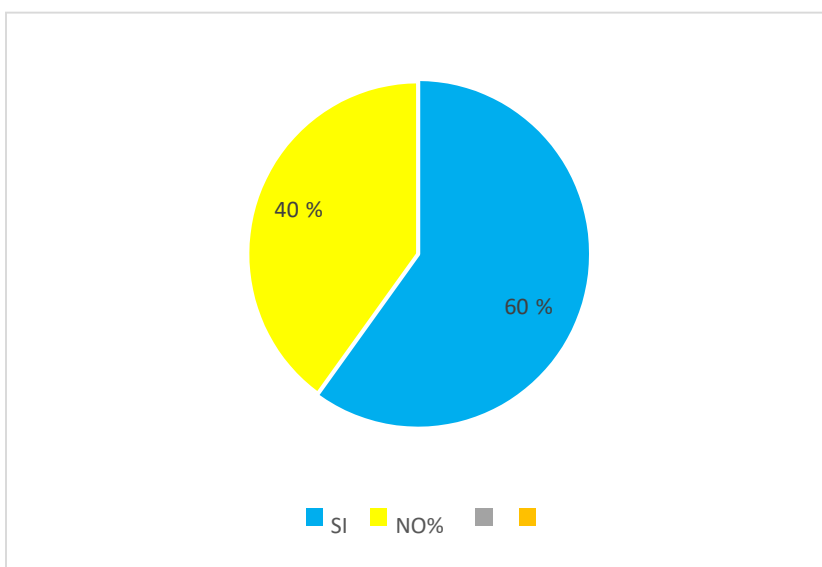
Figuras

**Tabla 1 Conocer los principios de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020**



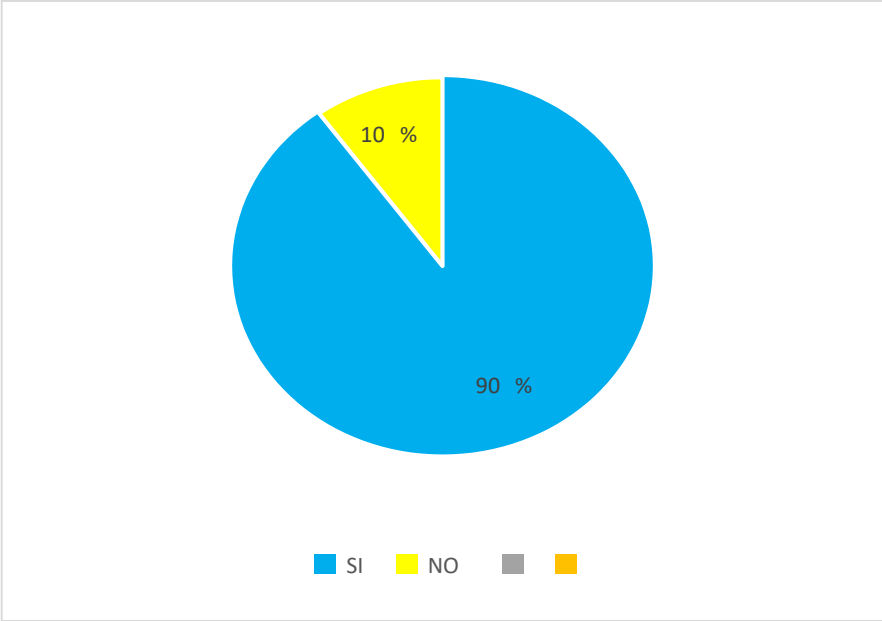
*Figura 1 el personal es consciente de la importancia de su trabajo*

**Fuente** Tabla 1



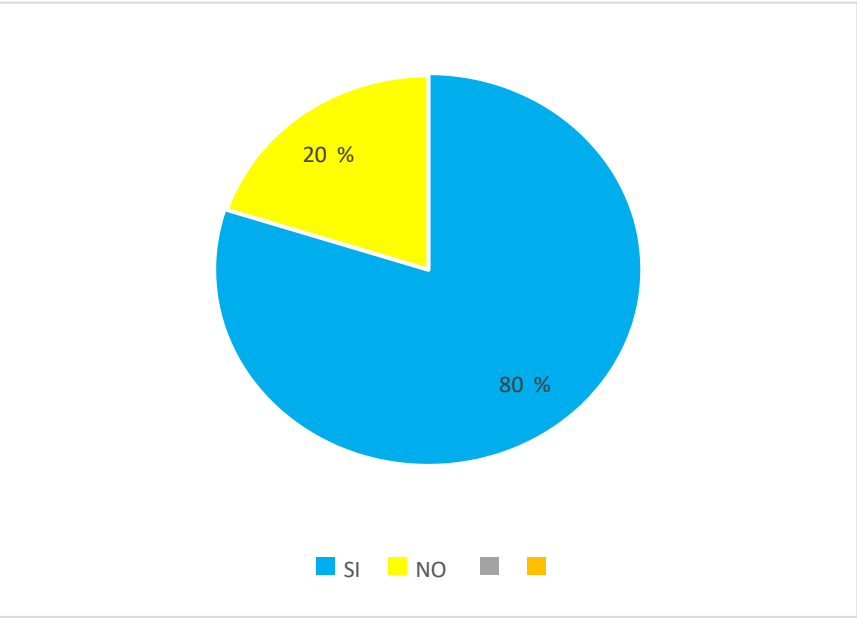
*Figura 2 el personal acepta las responsabilidades ante posibles problemas*

**Fuente** tabla 1



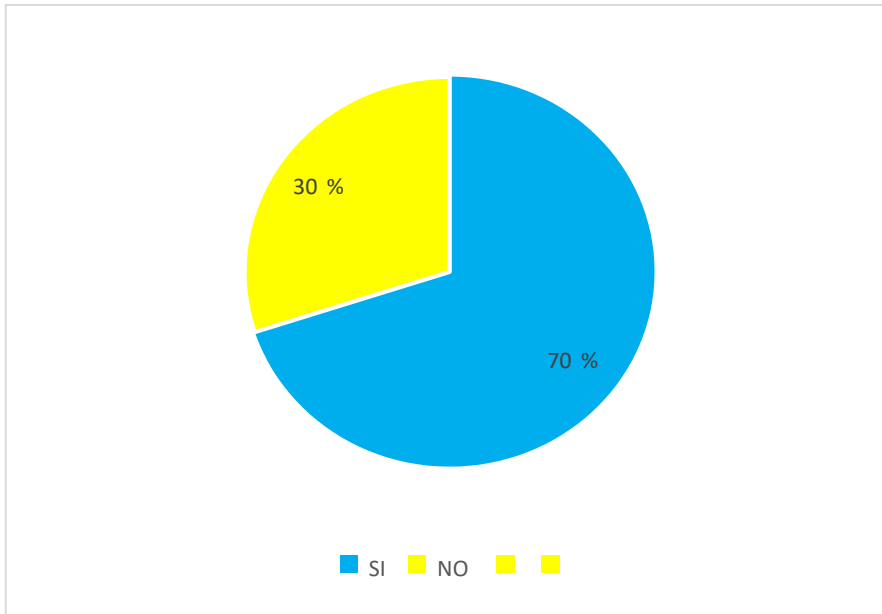
*Figura 3. La empresa cuenta con un liderazgo sobre su manejo*

**Fuente.** tabla 1



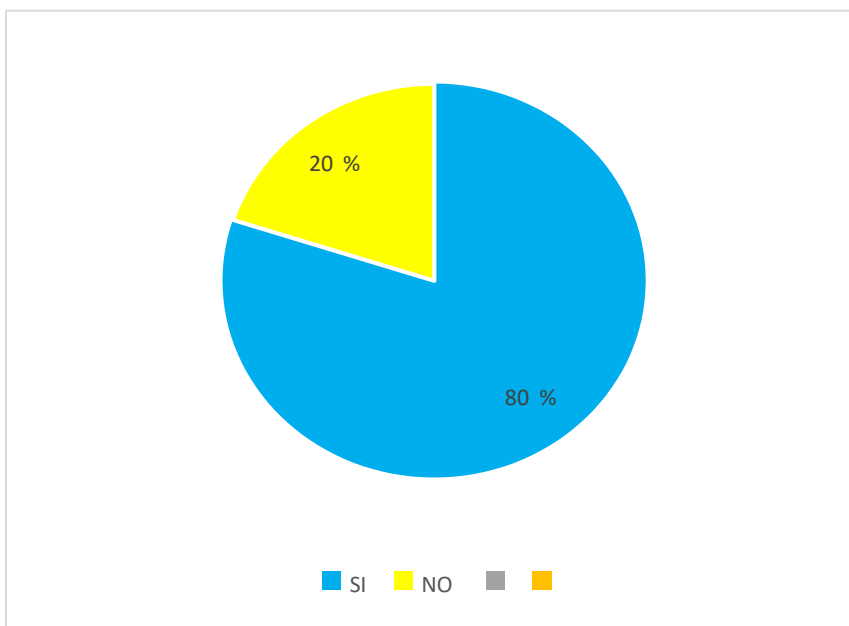
*Figura 4. Ejerce un liderazgo democrático en su empresa*

**Fuente.** Tabla 1



*Figura 5. Las decisiones que toman en su empresa las ejercen todos*

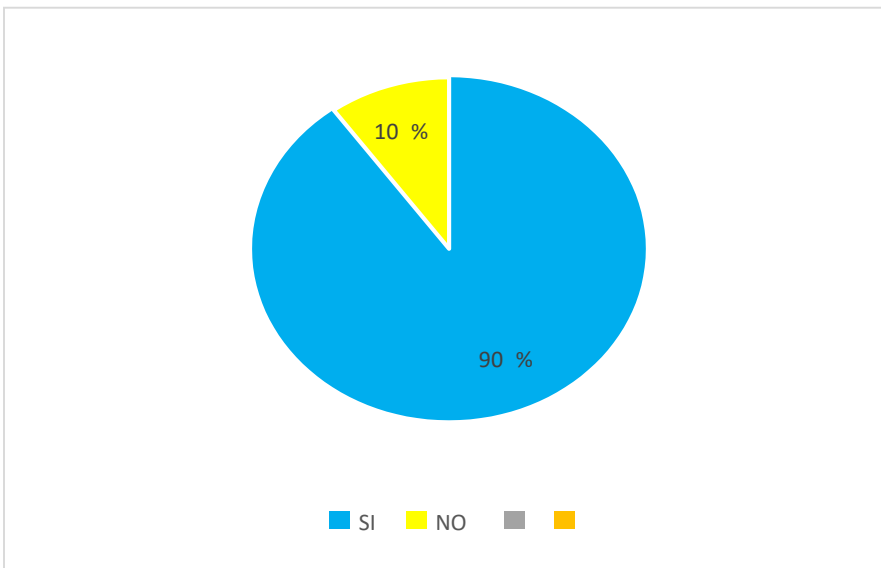
**Fuente.** Tabla



*Figura 6. Toman una buena decisión antes de invertir en algo*

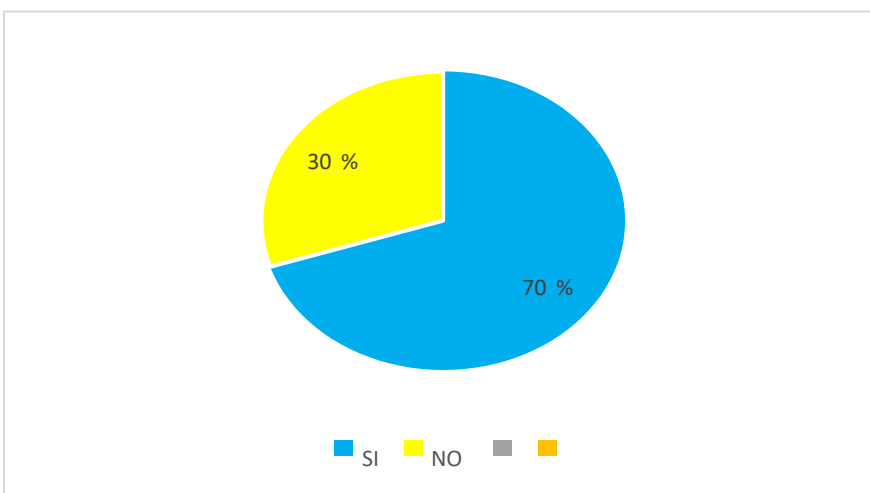
**Fuente.** Tabla 1

**Tabla 2 Conocer los desempeños de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020.**



*Figura 7. Cree que su empresa ejerce una buena calidad de trabajo*

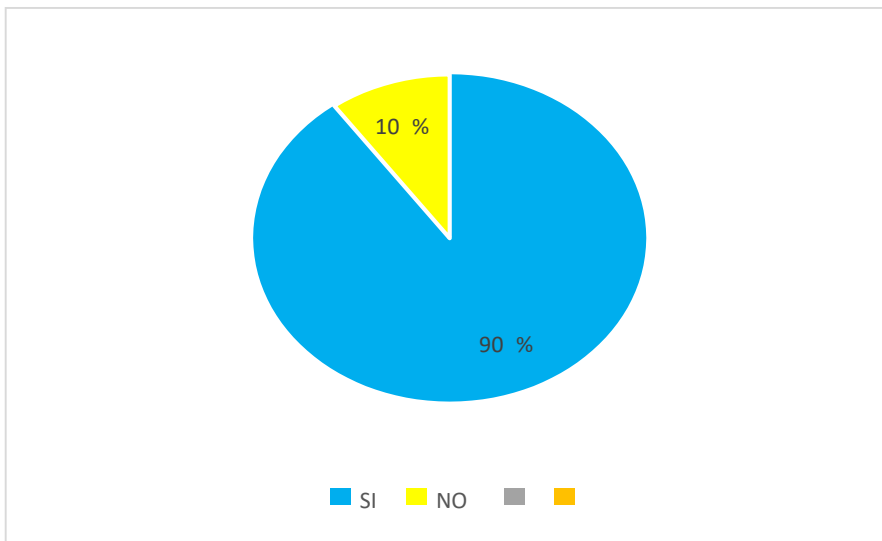
**Fuente.** Tabla 2



*Figura 8. Los trabajadores ejercen una buena calidad de trabajo*

**Fuente.** Tabla 2

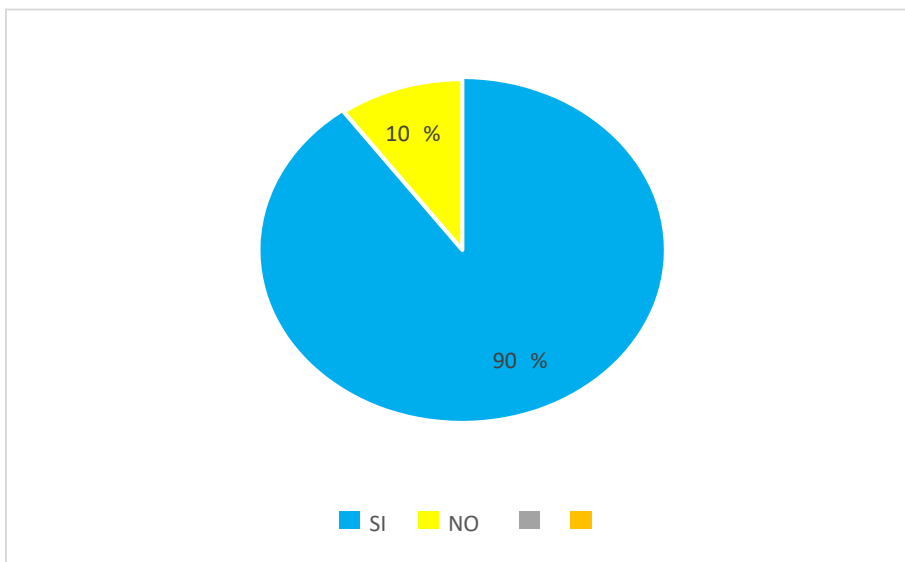




*Figura 9. Buena eficiencia dentro de la empresa*

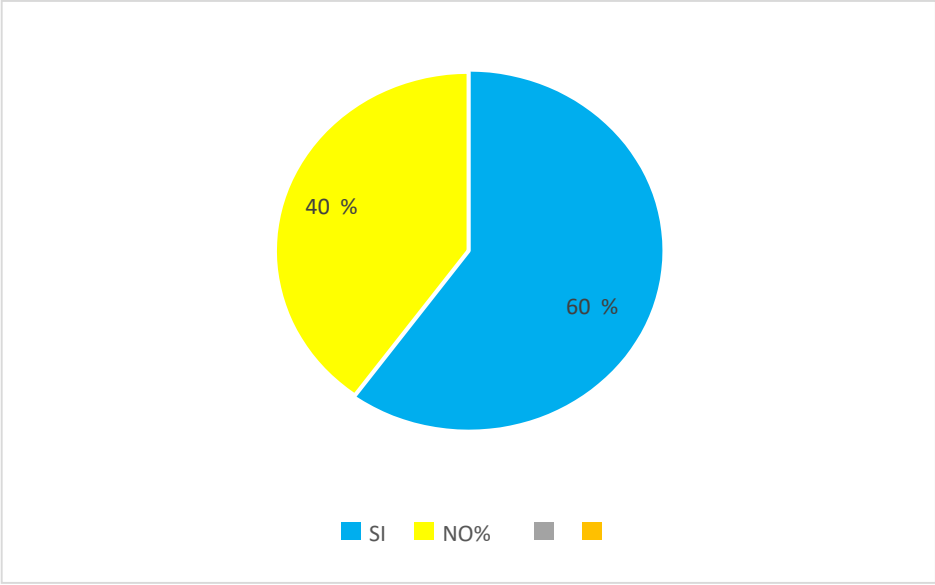
**Fuente.** Tabla 2

**Tabla 3 Identificar las estrategias de la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020**



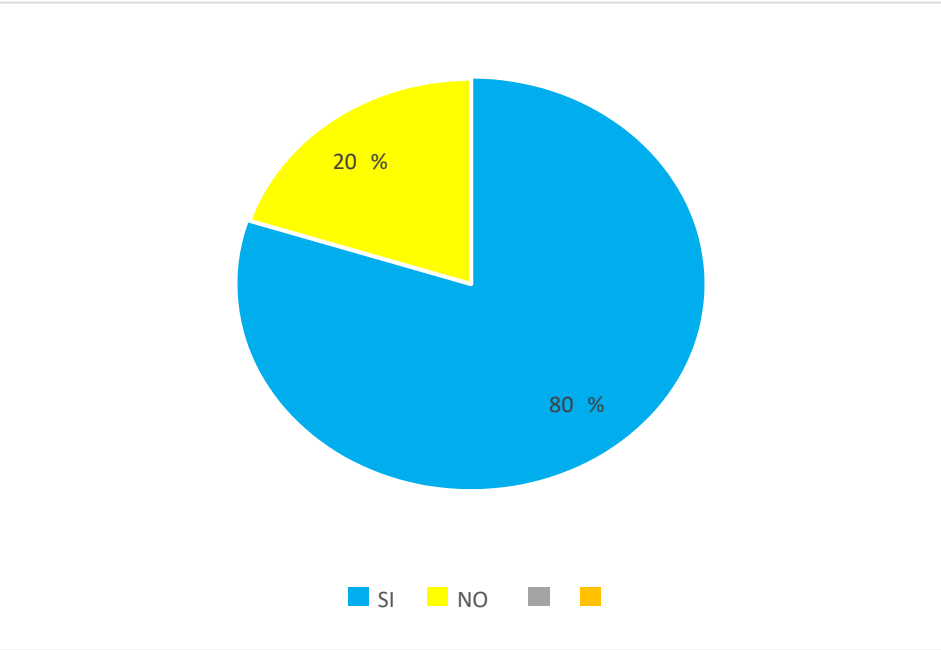
*Figura 10. Los productos de su empresa son de buena calidad*

**Fuente.** Tabla 3



*Figura 11. Utiliza el liderazgo en costes para reducir los precios ante su competencia*

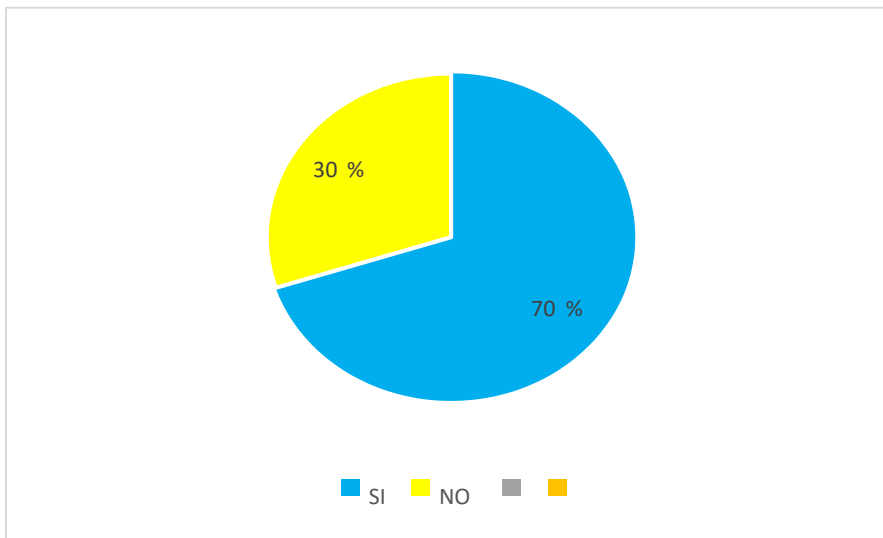
**Fuente.** Tabla 3



*Figura 12. Diferenciación entre las empresas del mismo rubro*

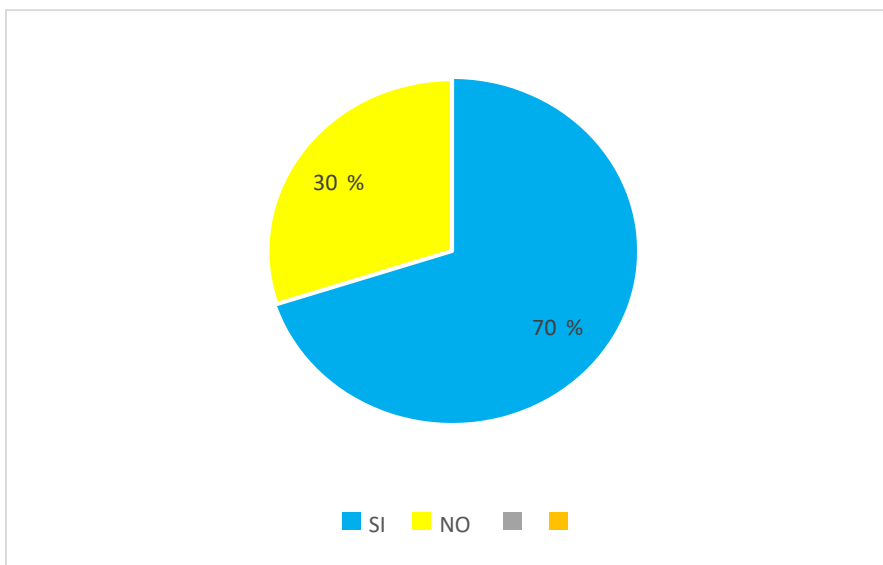
**Fuente.** Tabla 3

**Tabla 4 Conocer los niveles de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes del centro de Ayabaca – Piura año 2020.**



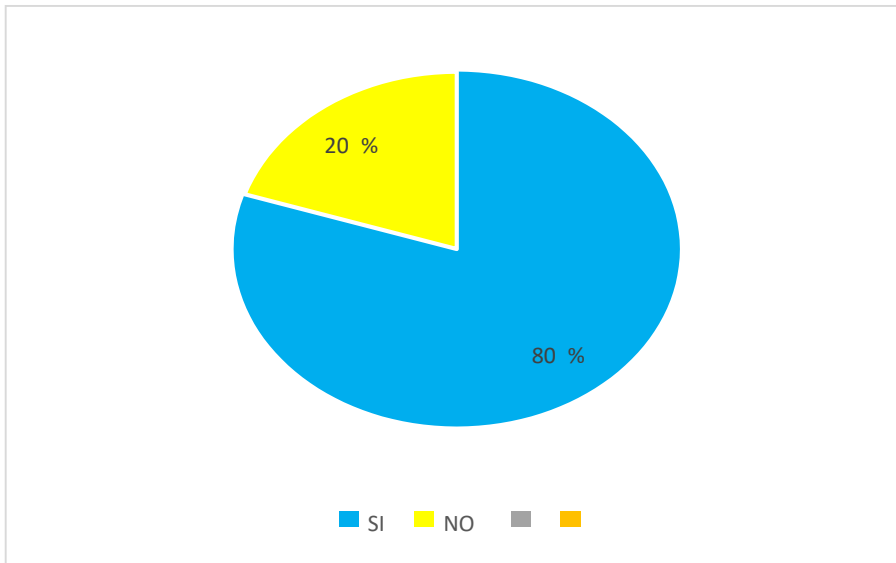
*Figura 13. Cantidad de consumidores con los que cuenta su empresa*

**Fuente.** Tabla 4



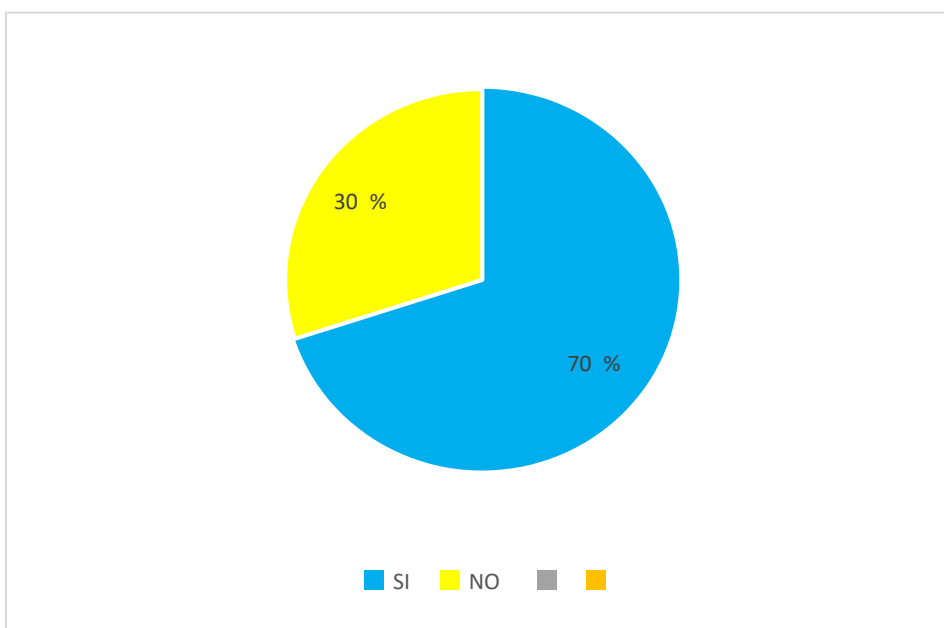
*Figura 14. Su empresa satisface las necesidades de los consumidores*

**Fuente.** Tabla



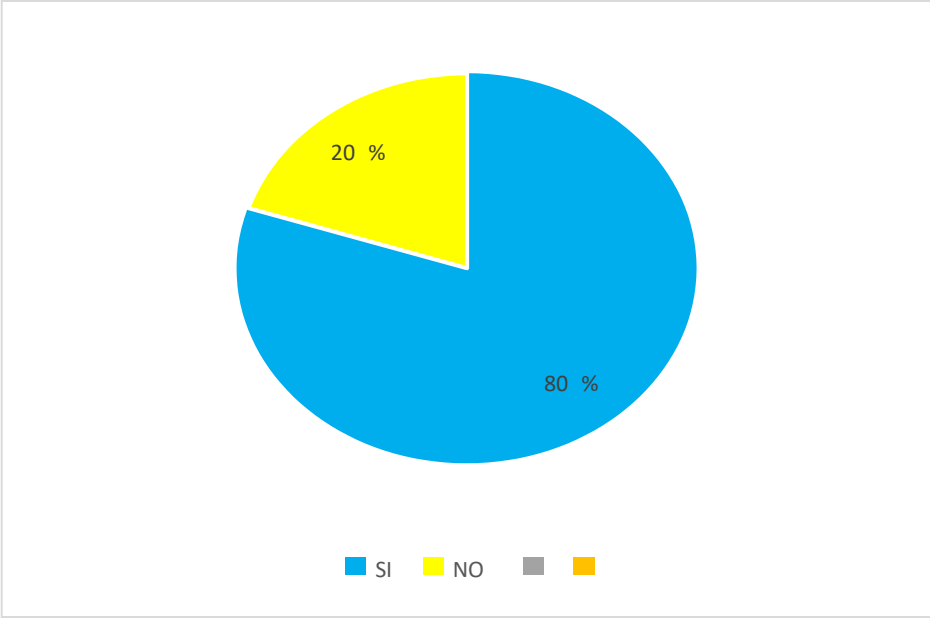
*Figura 15. La empresa cuenta con buena infraestructura*

**Fuente.** Tabla 4



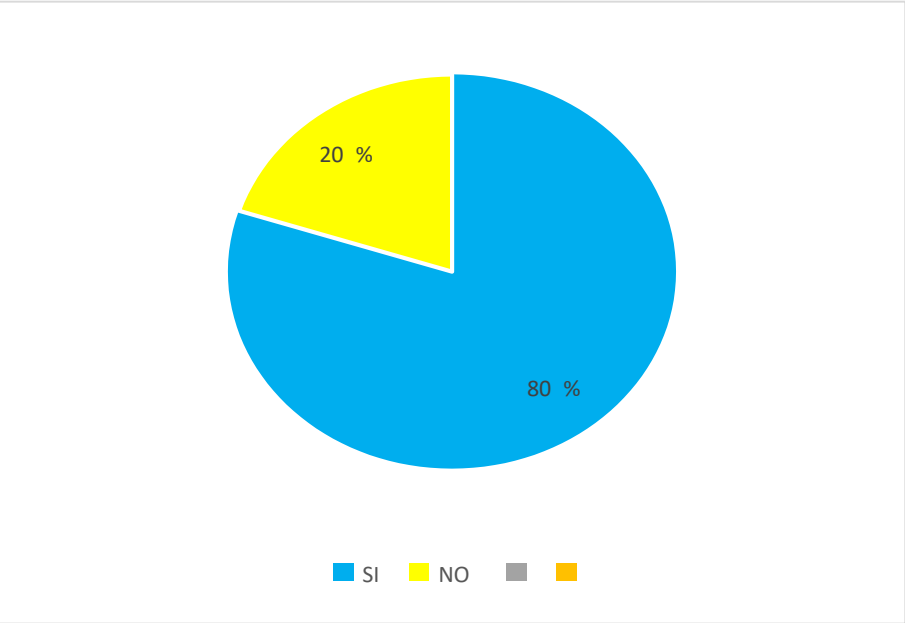
*Figura 16. En algún momento desearía cambiara la infraestructura*

**Fuente.** Tabla 4



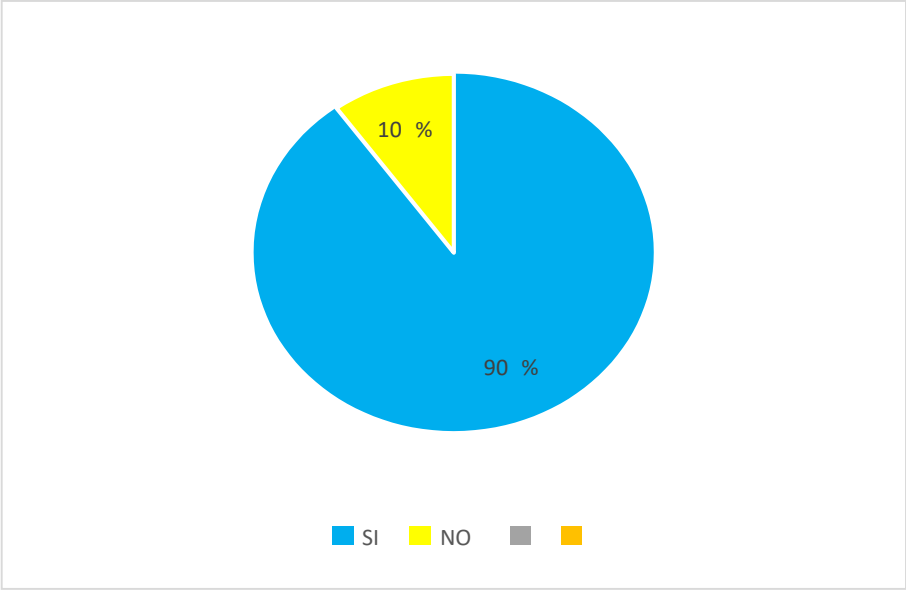
*Figura 17. Busca innovar cada vez para que de esta manera su empresa vaya creciendo*

**Fuente.** Tabla 4



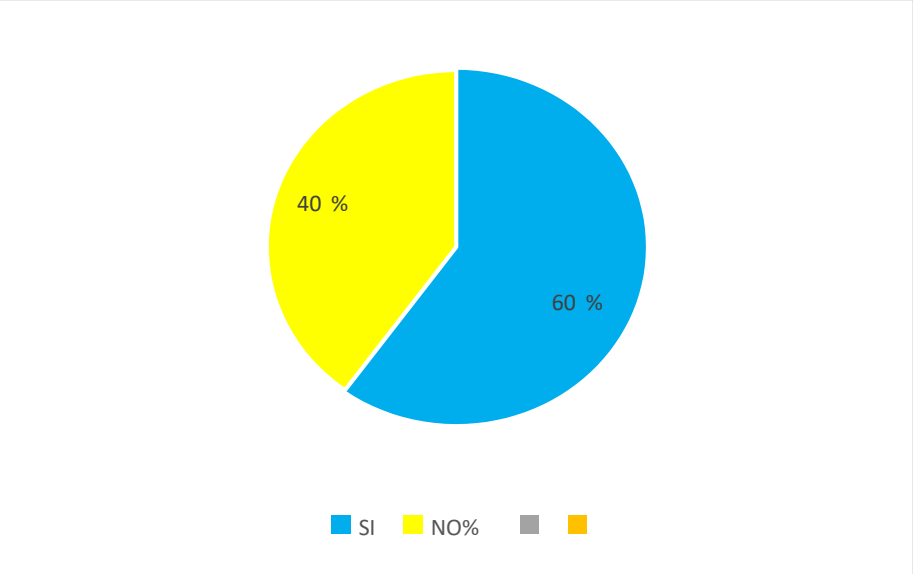
*Figura 18. Cuenta con un personal innovador*

**Fuente.** Tabla 4



*Figura 19. Buenas expectativas con respecto a las habilidades de sus trabajadores*

**Fuente.** Tabla 4



*Figura 20. cree que deberían tener más habilidades*

**Fuente.** Tabla 4

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

6%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

---

30%

★ [repositorio.uladech.edu.pe](http://repositorio.uladech.edu.pe)

Fuente de Internet

---

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo