



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE LA CALIDAD BASADA EN LA
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES, RUBRO
POLLERÍAS DEL SECTOR DE CAMPO POLO,
CASTILLA, PIURA, 2022**

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

AUTOR

ALZAMORA ESCOBAR, ALBERT JAHIR

ORCID: 0000-0002-3113-4787

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

**PIURA – PERÚ
2022**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Alzamora Escobar, Albert Jahir

ORCID: 0000-0002-3113-4787

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

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e
ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Piura, Perú

JURADO

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID 0000 0003 2177 5676

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

María del Carmen Rosillo de Purizaca

ORCID: 0000 0003 2177 5676

Presidente

José Germán, Salinas Gamboa

ORCID 0000-0002-8491-0751

Miembro

María Isabel Mino Asencio

ORCID 0000-0003-1132-2243

Miembro

Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

DEDICATORIA

A Dios, por darme la fuerza para obtener una de mis metas más anheladas.

A mis padres, por el constante apoyo y sacrificio en toda trayectoria universitaria para ayudarme a cumplir este objetivo.

A mis asesores que son personas que con sus experiencias y conocimientos me han brindado su apoyo para que este trabajo se realice con eficiencia y eficacia.

AGRADECIMIENTO

A la universidad Católica Los Ángeles de
Chimbote, por permitir ser parte de su proyecto
institucional.

A los docentes, que a lo largo de mi carrera
profesional ayudaron a que sea una mejor
persona y un mejor profesional con cada uno de
sus consejos impartidos a lo largo de la carrera.

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo en definir las características de la gestión de calidad basada en la competitividad de las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022. Esta investigación fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, corte transversal. Se utilizó como instrumento el cuestionario de escala nominal dirigido a los clientes. Se empleó el muestreo no probabilístico intencional. La muestra estuvo constituida por 60 clientes. El instrumento estuvo dividido en 9 ítems de la variable gestión de calidad y 8 ítems de la competitividad. Los resultados más importantes de la variable gestión de calidad están dados por la dimensión fiabilidad, donde el 83.33% de los clientes consideran que existe excelencia en el servicio; en la dimensión capacidad de respuesta el 83.33% indican que existe rapidez en la atención; en la variable competitividad, dimensión mejora continua, el 68.34% indican que se adaptan a las necesidades y existe creación de nuevos platillos; en la dimensión innovación, indicador nuevas estrategias, el 70% señalan que si lo hacen. Entre las principales conclusiones se tiene que en la variable gestión de calidad, existe fiabilidad y capacidad de respuesta pues casi la totalidad de los clientes afirman que existe excelencia en el servicio y mejora constante; en la variable competitividad, la mayoría de clientes indican que existe mejora continua e innovación.

Palabras clave: gestión de calidad, competitividad, innovación.

ABSTRACT

The objective of this research was to define the characteristics of quality management based on the competitiveness of the MYPE in the poultry sector of Campo Polo Castilla, Piura, 2022. This research was quantitative, descriptive level, non-experimental design, cross-sectional. The nominal scale questionnaire addressed to clients was used as an instrument. Intentional non-probabilistic sampling was used. The sample consisted of 60 clients. The instrument was divided into 9 items of the quality management variable and 8 items of competitiveness. The most important results of the quality management variable are given by the reliability dimension, where 83.33% of the clients consider that there is excellence in the service; in the response capacity dimension, 83.33% indicate that there is speed in the attention; in the competitiveness variable, continuous improvement dimension, 68.34% indicate that they adapt to the needs and there is creation of new dishes; in the innovation dimension, new strategies indicator, 70% indicate that they do. Among the main conclusions is that in the quality management variable, there is reliability and responsiveness, since almost all customers affirm that there is excellence in service and constant improvement; in the competitiveness variable, most clients indicate that there is continuous improvement and innovation.

Keywords: quality management, competitiveness, innovation.

CONTENIDO

Equipo de trabajo	ii
Hoja de firma del jurado y asesor	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
CONTENIDO	viii
INDICES DE TABLAS	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	8
2.1. Antecedentes.....	8
2.1.1. Variable competitividad	8
2.1.2 Variable Calidad de servicio	11
2.2 Bases teóricas	15
2.2.1. Gestión de Calidad	15
2.2.2 Competitividad	16
III. HIPOTESIS	19
IV. Metodología	20
4.1. Diseño de la investigación	20

4.2.	Población y muestra	21
4.3.	Definición y operacionalización de variables e indicadores	23
4.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
4.5.	Plan de análisis	25
4.6.	Matriz de consistencia.....	26
4.7.	Principios éticos	27
V.	RESULTADOS	28
5.1.	Resultados	28
5.1.1.	Variable gestión de calidad	28
5.1.2.	Variable competitividad	30
5.2.	Análisis de resultados.....	32
5.2.1.	Variable: gestión de calidad.	32
5.2.2.	Variable: competitividad.	34
	Aspectos complementarios: Recomendaciones	37
	Referencias bibliográficas.....	38
	Anexos	46

INDICES DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de operacionalizació.....	32
Tabla 2: Matriz de consistencia.....	36
Tabla 3: Fiabilidad.....	37
Tabla 4: Capacidad de respuesta.....	39
Tabla 5: Mejora continua	41
Tabla 6: Innovación	42

INDICES DE FIGURAS

Figura 1: Fiabilidad.....	37
Figura 2: Capacidad de respuesta.....	40
Figura 3: Mejora continua	41
Figura 4: Innovación	42

I. Introducción

Esta investigación, cuyo título es gestión de la calidad basada en la competitividad de las Mypes, rubro pollerías del sector de Campo Polo, Castilla, Piura, 2022, pertenece al campo disciplinar de las promoción de las Mypes y a la línea de investigación: gestión de la calidad en los procesos administrativos de las micro y pequeñas empresas (Mypes). El Distrito de Castilla posee potencial turístico y gastronómico debido a los variados recursos lo que influye en su demografía, contando además con 123 692 habitantes, lo que lo hace un distrito con mucho potencial económico, generando oportunidades laborales. (Municipalidad Provincial de Piura, 2017)

La Región Piura es la segunda región más poblada del país, ocupa un lugar importante en la economía nacional gracias a la gran diversidad de sus recursos, ubicando a esta región como un lugar atractivo para emprender negocios, generando ingresos, los cuales fortalecen a economía del país. Según el sistema de Thorntwaite, la Región Piura posee 10 clases de clima: muy seco y semi-cálido, muy seco y cálido, seco y cálido, seco y semi-cálido, moderadamente húmedo, templado cálido, ligeramente húmedo y templado frío, húmedo y semi-frío, muy húmedo y frío moderado y finalmente muy húmedo y frío acentuado, debido a esto es que la población posee una variedad de platos que se adecuan a los cambios climáticos (IPE Instituto peruano de economía, 2019)

A través de los últimos tiempos, cuando la naturaleza abrió camino a través de las lluvias e inundaciones que azotaron la región, abrió brechas que se deben cerrar

con respecto a mejorar la infraestructura, no solo del mejoramiento de las riberas del río, sino de carreteras, puentes, construcción de vías adecuadas con su respectivo sistema de evacuación que es el problema que aqueja a la región, por ello se debe invertir en mejorar las cuencas ciegas de la ciudad, porque si esto no ocurre, la proliferación de enfermedades puede afectar a la población, con enfermedades como el dengue, que en época de verano puede crecer exponencialmente los casos en la ciudad. Por otro lado, al mejorar las carreteras, puentes, y trochas carrozables, considerando que la región es una fuente de productos agro exportadores, genera que estos cultivos puedan orientar a la inversión sustentable que requiere el desarrollo y compromiso de las autoridades pertinentes. No olvidar que Piura es una región con hectáreas de mango, uva, banano, pimiento, paprika, café, cacao, entre otros productos como la caña de azúcar que genera etanol, se debe trabajar en ese apoyo a estas microempresas u asociaciones que buscar relanzar o mostrar a Piura como una zona de desarrollo agrario permanente. Entre sus atractivos turísticos, la naturaleza de Piura ofrece siete de los once pisos ecológicos, desde el exuberante trópico hasta los Andes, las playas turísticas, el coto de caza. Todo esto conlleva a que los inversionistas tengan a disposición varios recursos para esta empresa, como son las más resaltantes, las pollerías (MPP, 2017)

La región Piura aporta el 4.2% del valor agregado bruto nacional, aunque su aporte a algunos sectores económicos es mayor en términos proporcionales: 43.7% de la pesca, 5.5% de la agricultura y 6.8% de la manufactura. También, Piura destaca en al ser la segunda región con mayor número de habitantes (1.7 millones), al albergar el 6.1% de la población total del país. (IPE Instituto peruano de economía, 2019)

Según Vizcarra (2018), en el caso de América Latina, a pesar de que existen programas de capacitación para las empresas y acceso al financiamiento, se puede observar de acuerdo a datos estadísticos, que las empresas pequeñas aun enfrentan una "escasez crónica de financiamiento flexible" y una insuficiente capacidad administrativa.

Según el Banco Central de Reserva del Perú (2021), en el departamento de Piura se desarrollan varias actividades económicas, pero la que más genera empleo es la manufactura, representando más del 20% de la actividad económica que se desarrolla en la región, esto se debe a la cantidad de empleo que ofrece las empresas agroexportadoras, o las procesadoras de fruta; de igual forma el desarrollo del biocombustible ha hecho que algunas empresas asuman el liderazgo en esta parte para ser fuente de trabajo de la población piurana. Otras actividades económicas importantes dentro de la región se encuentra el comercio que alcanza más del 17%, los servicios que se han desarrollado gracias al aporte turístico de las playas generando un 16% de actividad económica, y otros menos importantes como la agricultura, la silvicultura y la caza con 10%. (Banco Central de Reserva del Perú, 2021)

Piura contribuye con el 5% al Producto Bruto Interno (PBI). En el último año las exportaciones han superado los 2 mil millones de dólares, sobre todo en productos como uva, mango y langostinos. El crecimiento económico que ha tenido el país en los últimos años, sobre todo de la multi región norte que representa el 21% del (PBI) nacional. Además, indica que según los últimos estudios de la Universidad de Piura, al primer semestre del año 2021, Perú cuenta con más de dos millones de empresas,

de las cuales más del 90% son Mypes, demostrándose su importancia en la actividad económica del país. (El peruano, 2016)

Las microempresas son organizaciones que se enfrentan a una serie de problemas, lo que limita en parte el desarrollo exponencial, y no solo desde la parte tributaria en la SUNAT, sino también por los problemas sociales que enfrenta el país en su totalidad, donde existe inseguridad ciudadana, sicariato y robo a los locales, lo que se ha vuelto en algo cotidiano. Esto implica que los empresarios deben buscar estrategias que ayuden a perdurar en el tiempo, sin disminuir la calidad de los productos que ofrecen o el servicio que brindan.

Al 2010, según la BCR (2021) existen 45 458 MYPE formales, donde la Región de Piura ocupa el puesto número cuatro, en cuanto a la participación empresarial a nivel nacional; y, respecto a la participación de las MYPE formales, ésta es del 3,8%. En la región Piura, según el tamaño de empresa, las MYPE absorbieron el 31.9% de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada, esto es 283 mil 701 trabajadores independientes o propietarios de empresas. De acuerdo al OSEL (Observatorio Socio Económico Laboral), en mayor proporción los trabajadores se encuentran en las actividades de extracción, con un porcentaje aproximado del 35%, seguido por servicios con un porcentaje de 25%. De igual manera, se puede visualizar que la mayor concentración de trabajadores se da en el sexo masculino con un 75% con edades comprendidas entre 14 a 29 años; seguido por un 38% en la edad de 30 a 59 años de edad. Para este año el PBI, se estima un crecimiento económico promedio de 2% a nivel nacional, cabe recalcar que este porcentaje puede variar de acuerdo a la coyuntura nacional que vive el país y el conflicto bélico que enfrenta una potencia mundial como Rusia.

Ahora, observando las dificultades que afectan a Perú, país donde para desarrollarse no solo se debe tener capacidad de respuesta económica, sino política y de educación, es posible que de acuerdo a los últimos acontecimientos políticos que llevaron el alza del dólar y la entrega de bonos hicieron que en Perú se sufra los efectos de estas decisiones.

Hablar de la gastronomía peruana, es replicar de los encantos y la diversidad de regiones que se concentran en Perú como un país megadiverso, donde los platos típicos regionales reúnen la mayor cantidad de conocimientos no solo actuales, sino ancestros, como incaicos, y españoles, considerando a nuestro a Perú como el poseedor de la mayor cantidad de platos típicos del continente, haciendo que la gastronomía sea la mayor variada. Su gastronomía es una fiesta de colores y sabores; se trata del país con mayor diversidad de patatas a nivel mundial -cuenta con ocho especies nativas y más de 2.000 de las más de 4.000 presentes en Latinoamérica- y las preparaciones con este elemento, resultan exquisitas (Univeria España 2019).

A nivel del ámbito de estudio se desconocen las principales características de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE de estudio. Por ello es que se formula el enunciado del problema general como: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad basada en la competitividad de las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022?

Además, se enuncia el objetivo general como: x°. Y como objetivos específicos: (a) identificar como es la fiabilidad en las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022; (b) definir la capacidad de respuesta de las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022: (c) conocer la mejora continua en

las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022; (d) detallar el grado de innovación en las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022

La presente investigación se justifica desde la perspectiva teórica, pues se sustenta en las teorías de la gestión de calidad y la competitividad, por lo que se ha aportado a otros investigadores, estudiantes o empresario respecto a los conceptos teóricos los que son útiles para resolver problemas similares.

Además, esta investigación se justifica en forma práctica, porque se realizó con la finalidad de conocer las características de las Mypes rubro Pollerías con respecto a la gestión de calidad y competitividad y por lo tanto se está en la capacidad de diseñar las estrategias pertinentes, pues ya contando con un diagnóstico preciso que sirve como input para futuras investigaciones además de tener y mantener un adecuado conocimiento de la gestión de calidad, haciendo énfasis en la limpieza y calidad del producto para conseguir la confianza de los clientes y su satisfacción, como punto clave para aplicar cualquier mejora en el enfoque y en los procesos con respecto a los clientes. (Alvarez, 2020)

La metodología empleada en la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal.

Con respecto a los resultados más importantes de la variable gestión de calidad están dados por la dimensión fiabilidad, donde el 83.33% de los clientes consideran que existe excelencia en el servicio y capacidad de respuesta; en la variable competitividad, dimensión mejora continua, el 68.34% indican que se adaptan a las necesidades y existe creación de nuevos platillos; en la dimensión innovación, indicador nuevas estrategias, el 70% señalan que si lo hacen.

Entre las principales conclusiones se tiene que en la variable gestión de calidad, existe fiabilidad y capacidad de respuesta pues casi la totalidad de los clientes afirman que existe excelencia en el servicio y mejora constante; en la variable competitividad, la mayoría de clientes indican que existe mejora continua e innovación.

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable competitividad:

Maccarone (2017): desarrolló la investigación cuyo título es *Método de ponderación de la competitividad de Pymes del sector industrial metalmecánico*, siendo el objetivo general de dicha investigación realizar el desarrollo de un método de ponderación de la competitividad de la Mypes del sector metalmecánico, esta investigación fue desarrollada en la universidad de la Plata, Argentina; para este estudio se analizó a tres grupos empresariales de las provincias de Buenos Aires y Santa Fe, el análisis se desarrolló para la variable de competitividad en los factores económico y social. Las conclusiones más resaltantes se tienen que se deben estudiar todos los campos igual, porque se observa que algunos de ellos están descuidados; entre estos campos están las herramientas tecnológicas que se apelan solo a la experiencia y no a un desarrollo técnico.

Ortiz (2018), en su investigación cuyo título es: *Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las Mypes sector servicio, rubro restaurantes del centro de Tumbes, año 2017*. Siendo el objetivo general de conocer que características presenta la calidad y la competitividad de las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes; la presente investigación es de nivel descriptivo, tuvo como referencia de estudio a los dueños y clientes de los restaurantes. Entre las principales conclusiones se tiene que existen características operativas, sociales por parte de la variable competitividad y para la variable gestión de calidad, se tiene el marketing lo precisó. También se pudo determinar que la gestión de calidad en los establecimientos estudiados es buena.

Avalo (2018), cuya investigación se titula: *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las Mypes del sector servicio rubro hospedajes, en el cercado de Tumbes*, investigación que se desarrolló en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El objetivo general fue determinar las características de la competitividad y de la gestión de calidad; fue de nivel descriptivo; se llevó a cabo en los hoteles ubicados en el cercado de Tumbes. El instrumento empleado para recabar información acerca de las variables de competitividad y de gestión de calidad fue el cuestionario. Como conclusiones más resaltantes se tienen que se deben mejorar los recursos tecnológicos para la atención al público; desarrollar estrategias de seguridad para el local; por otro lado, los clientes están satisfechos con el trato, la atención y el servicio prestado.

Peña (2016), en la investigación titulada: *caracterización de la capacitación y competitividad en las Mype, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, año 2016*, su objetivo general fue determinar las características que tiene la capacitación y la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de la ciudad de Piura, año 2016. Las variables estudiadas fueron la capacitación y la competitividad. Se empleó la metodología de investigación nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal, mixta. La población estuvo conformada por las MYPE del rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, en total 03 MYPE con sus 15 colaboradores y una población infinita de clientes, las técnicas de recolección de datos fueron la entrevista y la encuesta, el instrumento fue la guía de entrevista y el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se determinó que las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, se basan en que a estas MYPE le faltan

realizar nuevas técnicas de capacitación, para que sus colaboradores desarrollen más habilidades, actitudes y cambios de conductas; en cuanto a la competitividad presentan ventajas competitivas, en su ubicación, calidad de productos y precios, como estrategia de diferenciación deben ofrecer recomendaciones nutricionales y servicio de delivery.

Vargas (2016) la investigación esta titulada: *caracterización de competitividad y rentabilidad de las Mype rubro auto-boutique de la provincia de Talara, año 2016 Piura-Perú*. El objetivo general fue establecer las características de la competitividad y la rentabilidad de las MYPE rubro auto-boutique de la provincia de Talara, año 2016; las variables investigadas fueron la competitividad y la rentabilidad. La metodología de investigación empleada fue de nivel descriptivo, con un diseño no experimental, transversal. La población estuvo conformada por las 03 MYPE rubro auto-boutique de la provincia de Talara donde la muestra está conformada por 384 clientes para ambas variables; la técnica de recolección de datos fue la encuesta, y el instrumento es el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se determinó que las ventajas competitivas son ser reconocidas en el mercado, contar con personal calificado, y poseer tecnología para sus servicios; asimismo las estrategias competitivas se basan en los precios básicamente y los servicios de atención. En relación a los instrumentos de medición de la rentabilidad las MYPE suelen utilizar los registros contables, y en cuanto a la rentabilidad en la línea de productos los representantes están de acuerdo que el rubro auto-boutique es rentable y se considera entre 5 a 15%.

2.1.2 Variable Calidad de servicio

López (2018) en su investigación titulada: *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, trabajo presentado en la escuela de posgrado de la universidad católica de Santiago de Guayaquil, el objetivo fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio ofrecida y la satisfacción de los clientes; esta investigación fue de tipo cuantitativo y de nivel relacional descriptivo, para recabar información se utilizó el modelo Servqual, encuestándose a 250 clientes. Las conclusiones más resaltantes que se obtuvieron fueron, primero que existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes, mientras haya una mejor gestión de calidad de servicio, el nivel de satisfacción de los clientes mejora, por otro lado, se pudo observar que se debe capacitar a los colaboradores del restaurante en motivación y atención al cliente, para mejorar la relación que existe entre las variables.

Rivera (2019) en su investigación titulada: *La Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de las empresas Greenandes Ecuador* fue presentada en la escuela de posgrado de la universidad católica de Santiago de Guayaquil, cuyo objetivo fue evaluar la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes, esta investigación fue de tipo cuantitativo del nivel descriptivo, para recabar información se utilizó el modelo Servqual encuestándose a 250 clientes, obteniéndose las siguientes conclusiones; que la calidad de servicio de las empresas Greenandes es menor a la ofertada lo que hace que la expectativa de los clientes no sea la adecuada. Con respecto a las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta se debe mejorar porque la expectativa de los clientes no es la mejor, teniendo en cuenta que el cliente siente mayor sensibilidad en su interacción con los colaboradores de la empresa.

Burgos (2017) desarrolló la investigación denominada: *Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante bar Ouzo Agave Azul SA bajo los lineamientos de la norma ISO 9001: 2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008*. Esta investigación se desarrolló en la universidad Libre de Colombia. El objetivo general para esta investigación se basa en desarrollar un sistema de gestión bajo los lineamientos ya escritos anteriormente, para ello, se realizó un diagnóstico inicial de la gestión y el proceso de atención, organización y documentación respectiva. Se realizó un trabajo coordinando con los empleados y el administrador para conocer todo el proceso del restaurante, a través de matrices de diagnóstico. Las conclusiones más resaltantes son que existe un desconocimiento del control de calidad, en cada uno de los puntos tratados, por ello se encontraron deficiencias y un bajo liderazgo por parte de los administradores. Se implementó el sistema de gestión de calidad, para beneficio de la empresa.

Seguidamente Oropeza (2016) en su investigación denominada: *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo Servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro otras actividades de entretenimiento (karaokes) del Distrito de Huaraz, 2016*, tuvo como objetivo general determinar la gestión de calidad de las empresas, rubro actividades de entretenimiento a través del modelo SERVQUAL. La investigación fue de nivel descriptivo; ya que se analizó la información de manera directa, se obtuvo la información después de encuestar a 202 clientes a través de un cuestionario para medir la variable de gestión de calidad. Las principales conclusiones son que existe un nivel adecuado de gestión de calidad, ya que cuenta con las herramientas necesarias, ya sea material humano y tecnológico,

además de mobiliario adecuado para el servicio prestado. Se cuenta con instalaciones modernas, el trato y la atención al cliente es la adecuada.

Por consiguiente, Salazar (2016) en su investigación denominada: *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) del Distrito de Huaraz, 2016* persigue el siguiente objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad a través del enfoque de las ventas en el sector comercio. La investigación fue de tipo descriptivo, porque se desarrolló un cuestionario para analizar a 26 Mypes obteniéndose como conclusiones que se debe seguir trabajando bajo la objetividad para conocer las relaciones públicas, el marketing y la publicidad, porque eso beneficia al sector.

Rios (2021) presentó un trabajo de investigación denominado: *Gestión bajo uso de las 5S de kaizen en las Mypes servicio de procesamiento de alimentos en la ciudad de Iquitos año 2021*, en la Universidad científica del Perú. La metodología aplicada fue de tipo descriptivo, aplicado, cuantitativo con diseño no experimental con el fin de determinar las características de la gestión de calidad y la utilización del método Kaizen en las Mypes de procesamiento de alimentos. La población estuvo integrada por los colaboradores y propietarios de las Mype investigadas. Se empleó como instrumento de recojo de datos a la hoja de observación. Se concluyó que una minoría de los colaboradores tiene buen desempeño, que existe una constante preocupación por la capacitación; y que se aplican mejoras en la gestión, lo que permite mayor cantidad de clientes.

Bances (2018) desarrolló la investigación cuyo título fue: *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las Mypes de servicios, rubro hoteles de Sechura, 2018*; el objetivo general que persigue la presente investigación fue determinar las características de gestión de calidad y de competitividad en las Mypes de servicios; esta investigación fue presentada en la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. La investigación fue de tipo descriptiva, y se encuestó a 84 clientes. Sobre el desarrollo de los factores que sustentan la gestión de calidad, se obtuvieron como siguientes conclusiones que el desarrollo de la actividad productiva en los hoteles es buena, se desarrolla el uso de recursos humanos y económicos de manera correcta; existe amabilidad y buen trato a los clientes que asisten a los hoteles, las habitaciones cuentan con material actualizado, y se brindan soluciones de manera eficaz a las dificultades presentadas ya sea en el restaurante o en las habitaciones del hotel.

Medina (2018), quien desarrolló la investigación cuyo título fue: *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las Mypes sector servicio gastronómico rubro restaurantes de comida marina en Talara, durante el año 2018*; cuyo objetivo fue determinar las características de la competitividad y gestión de calidad en los restaurantes antes mencionados; para ello se utilizó una muestra de 89 clientes a quienes se les encuestó a través de un instrumento para medir las variables antes especificadas. La investigación fue de tipo descriptivo y se obtuvieron las siguientes conclusiones: que los restaurantes de rubro comida marina si trabajan con estándares de calidad; pueden detectar los procesos, y fortalecerlos a través de una norma de gestión; existen algunas dificultades con respecto al recojo de material de reciclaje y basura, por lo que se deben buscar alternativas de solución para darle un

valor agregado a la gestión; se ofrece buena atención a los clientes con respecto al servicio, los clientes muestran satisfacción por el trato y el servicio prestado.

2.2 Bases teóricas

2.2.1. Gestión de Calidad

Domínguez (2021) la define como el conjunto de acciones y herramientas cuyo objetivo es evitar errores para operar con fiabilidad y conseguir que la organización posea la capacidad de responder a las exigencias del cliente, de esta forma asegurar su presencia mercado. Las organizaciones de este milenio deben saber gestionar su calidad, por ello requieren que su personal posea las habilidades para operar de manera fiable y sostenida en el tiempo, a un determinado nivel de desempeño. Por otro lado, Martínez (2015) define a la calidad como un modelo de gestión y un estilo de dirección implantado en las empresas líderes. Además, Fontalvo (2017) citado por Domínguez (2021) señala que una buena práctica de calidad es aquella que permite constantemente mejorar el cumplimiento y los requerimientos de los grupos de interés

La gestión de la Calidad total es una herramienta de gestión, que se utiliza mucho en las organizaciones, ya que involucra a una mejora continua de los procesos, compromiso del personal para brindar un producto o servicio de calidad para poder cumplir con las necesidades y expectativas de los consumidores, y con ello obtener como resultado final la satisfacción del cliente, según las teorías presentadas a continuación definen la Gestión de Calidad Total como:

Según Ferrando & Granero (2015, p. 15). Establece que es un “conjunto de actividades planificadas y sistemáticas, necesarios para dar confianza de que un producto o servicio va a satisfacer los requerimientos establecidos. La norma UNE-EN ISO 9000

define la calidad como grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.”

Según Gutiérrez (2017, p.39) La calidad es ante todo “la satisfacción del cliente, la satisfacción está ligada a las expectativas que el cliente tiene sobre el producto o servicio, expectativas generadas de acuerdo con las necesidades, los antecedentes, el precio, la publicidad, la tecnología, etc.”

Según Cautrecasas (2016, p.578) 22 La gestión de la calidad total, “es una herramienta que ayuda a una organización a gestionar los procesos de la organización, basándose en la calidad y esta permitirá obtener el máximo nivel de ventajas competitivas y la satisfacción total de los clientes”.

2.2.2 Competitividad

Según Alarcón (2016) es la capacidad que poseen las organizaciones de mantener ventajas a lo largo del tiempo a través de la mejora continua e innovación, ya sea de habilidades, recursos, conocimientos, características que le permiten perdurar y mejorar su posición en el mercado. La competitividad se evidencia con la mayor participación en el mercado que tiene una empresa en referencia a su competencia. Las empresas son competitivas por sus bajos precios, la calidad del servicio, o la calidad del producto, entre otros factores que lo diferencian de su competencia y los llevan a ser reconocidos por lo que ofrecen al cliente.

Por ello, Cruz (2021) quien cita Burgos & Rojo (2018) e indica que la innovación es un proceso que permite a la organización agregar valor a su producto o servicio que puede ser por medio de la mejora y/o simplificación de un proceso, consiguiendo que la optimización adquiera experiencia y un mejor resultado, es

mayor competitividad, es decir se posee la capacidad para ejecutar un producto o servicio mejor que la competencia. De esta forma cumplir con las exigencias del mercado. De esta forma una organización es competitiva porque tiene la capacidad de sostener e incrementar su participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población.

Meza (2018) refiere a Rubio (2004) quien indica que la innovación integra el desarrollo de procesos tecnológicos favoreciendo a las organizaciones porque de esta forma pueden responder a las exigencias del cliente, pues ambos se relacionan con la mejora en los procesos productivos y la gestión administrativa de la organización. Además, menciona a Rubio & Aragón (2006) quienes señalan que el personal que labora en dichas organizaciones es fundamental porque participa en la creación y desarrollo de la innovación, por ello las empresas, que tienen habilidades suficientes aprenden y evolucionan a la vez en un entorno cambiante, son capaces de gestionarse de manera adecuada para colocar sus productos o servicios en el mercado, por lo tanto son competitivas al tener una posición activa y creadora.

a) Mejora continua: ventaja competitiva

La ventaja competitiva se crea a partir de la rapidez con que se mueve el mundo actual, así para lograr ser una organización competitiva en este milenio, se debe constantemente mejorar la calidad del producto, por ello, los objetivos de mejora continua como herramienta de una organización considerados por Serneguet (2017) son:

- Perfeccionar la calidad: los productos, procesos y servicios son mejores y más competitivos y los clientes los percibirán con valor añadido.

- Adaptar los procesos: la mejora de los procesos en la empresa permitirá tener un punto de referencia objetivo para poder competir en los diferentes mercados y saber en tiempo y forma dónde se encuentra la compañía. Esta adaptación de los procesos generará estabilidad a la organización.
- Creación de procesos sencillos: aumentará la productividad al tener equipos de trabajo más eficientes y con menos fallos, el grado de confianza y satisfacción tanto para la empresa como para los empleados aumentará y afectará además al coste de producción.
- Inversión: planificar cambios para que el consumidor se sienta más a gusto por las innovaciones realizadas y se crearán mejores oportunidades para que el producto y/o servicio esté más presente en el mercado, ganando terreno así a la competencia.
- Diferenciación: es importante ofrecer un producto con una característica que sea percibida por el mercado como diferente y valiosa.

b) **Innovación:** en el mundo actual, donde todo cambia rápidamente, la innovación es uno de los pilares para permite que exista competitividad en el mercado, los cambios ayudan a mantener al cliente expectante. No es sólo lanzar un producto o servicio nuevo, sino brindar un servicio o producto diferente con valor agregado que el cliente lo perciba como renovado, que lo haga diferente a los demás, con funciones o beneficios nuevos. Es importante atraer a los clientes potenciales, por ello es necesario realizar publicidad innovadora, así como diseñar estrategias innovadoras en la elaboración del producto, arreglo de local, anuncios, etc. Se considera que la publicidad constituye una de las claves del éxito en una empresa ya que la buena comunicación posibilita mejorar la relación cliente-marca. Es necesario emplear

correctamente las redes sociales para desarrollar la marca, las páginas web, cuentas en Facebook, Twitter y el seguimiento en medios especializados (Alarcón, 2016).

De acuerdo Echeverri, (2007) la competitividad es de suma importancia para las empresas rubro pollos a la brasa porque les va a permitir crear ventajas comparativas que permitan sostener y mejorar la posición que tenga en cuanto al entorno socioeconómico al que pertenezca y enfatizar en ellas en el momento de crear y ejecutar iniciativas de negocios. La competitividad es parte importante en la toma de decisiones gerenciales en la medida en que se relaciona con la eficiencia y eficacia internas de la organización.

III. HIPOTESIS

Según Hernández, et.al (2015), las investigaciones de tipo descriptivo estudian los fenómenos tal como se encuentran, sin modificarlos, solo establecen las características presentes por la o las variables, por ello no es necesario establecer hipótesis, dado que solo se debe mencionar las características que dan origen a la situación problemática.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de la presente investigación fue no experimental, porque los fenómenos se estudian tal como se dan en su contexto natural, sin modificarlos. Además, se desarrolla desde el punto de vista muestral como una aproximación hacia la población, porque permite estudiarse en un espacio temporal, por ello se pueden realizar estimaciones para las variables en un momento establecido.

Fue de tipo cuantitativo, según Hernández, (2015) las investigaciones cuantitativas miden las variables de manera numérica, usan la recolección de datos que permite probar hipótesis; y se ayudan del análisis estadístico para establecer conclusiones sobre patrones de comportamiento o probar teorías.

El nivel de investigación fue descriptivo, según Hernández, et.al. (2015) estas investigaciones comprenden la enumeración, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se realiza sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas.

Donde: M = Pollerías del sector Campo Polo, Castilla

O = Gestión de calidad y competitividad

M O

4.2. Población y muestra

Según Tamayo y Tamayo, (1997), “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde la unidad de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación, Para el presente estudio, la población de la investigación estuvo conformada por los clientes de las tres pollerías ubicadas en Campo Polo, Castilla; dado que no se conoce con precisión el número de clientes de las Mypes investigadas, se trabajó con una población infinita.

Orden	Razón Social	Representante	Trabajador
1	Pollo Rosado	1	6
2	Pollería Monterrico	1	5
3	Pollería Cynty	1	5
Totales		3	16

Muestra

La muestra presente estudió es una muestra probabilística, porque se desarrolla a través de una fórmula matemática y se tiene en cuenta la población, el nivel de confianza y el error que se pretende establecer en la investigación.

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

Dónde:

Z^2 = Grado de confiabilidad (1.96) e = Margen de error (5.0%)

p = Probabilidad que ocurra (0.5)

q = Probabilidad que no ocurra (0.5)

Por lo que el tamaño de la muestra será:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

- ✓ El muestreo utilizado fue por conveniencia ya que se tuvo que tener en cuenta la facilidad de acceso y la disponibilidad de las personas que formaron parte de nuestra muestra, por lo tanto, para el presente estudio, la muestra fue probabilística intencional, porque no se eligieron sus elementos al azar, dado que aún se mantienen las medidas de protección sanitaria frente a la pandemia del Covid-19. Por ello, se trabajó con una muestra de 60 clientes.
- **Criterios de inclusión:** Clientes cuyas edades se encuentren comprendidas entre los 18 años a los 70 años.
 - **Criterios de exclusión:** Personas no disponibles

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Tabla 1: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
Gestión de calidad	Conjunto de acciones y herramientas cuyo objetivo es evitar errores para operar con fiabilidad y conseguir que la organización sea capaz de responder a las exigencias del mercado (Domínguez, 2021)	Fiabilidad	La dimensión fiabilidad se medirá con sus indicadores servicio, excelencia y distinción con el instrumento cuestionario de escala nominal	Servicio	1. ¿Cree que el servicio prestado por la pollería es confiable?	Nominal
				Excelencia	2. ¿Usted cree que el éxito de los platillos depende de la confianza del cliente?	
				Distinción	3. ¿Esta pollería se distingue de las demás por algún valor especial?	
		Capacidad de respuesta	La dimensión capacidad de respuesta se medirá con sus indicadores imagen, percepción, presentación y satisfacción con el instrumento cuestionario de escala nominal	Imagen	4. ¿Cree que la imagen de la pollería es atractiva a los clientes?	
				Percepción	5. ¿La atención recibida en la pollería es rápida?	
					6. ¿Cree que la mejora constante de la calidad genera mejor percepción para los clientes?	
				Presentación	7. ¿Cree que la presentación del local atrae a más clientes?	
				Satisfacción	8. ¿Se siente satisfecho con la atención oportuna en esta pollería? 9. ¿Usted cree que la pollería siempre satisface sus nuevas expectativas?	

Competitividad	Capacidad que poseen las organizaciones para mantener ventajas a lo largo del tiempo a través de la mejora continua e innovación, características que le permiten perdurar y mejorar (Alarcón, 2016)	Mejora continua	La dimensión mejora continua se medirá con sus indicadores perfeccionar, adaptarse, creación, inversión, diferenciación con el instrumento cuestionario de escala nominal	Perfeccionar	10. ¿La pollería realiza procesos de mejora constantemente?	Nominal	
				Adaptarse	11. ¿La pollería se adapta a sus necesidades de los clientes?		
				Creación	12. ¿Usted ha visto que la pollería crea nuevos platillos?		
				Inversión	13. ¿La pollería invierte en su negocio?		
				Diferenciación	14. ¿Usted nota alguna diferencia entre esta pollería y su competencia?		
		Innovación		La dimensión innovación se medirá con sus indicadores renovación, publicidad, estrategias con el instrumento cuestionario de escala nominal	Renovación		15. ¿Cree que la pollería desarrolla de nuevos platillos?
					Publicidad		16. ¿Usted cree que la pollería utiliza publicidad innovadora para vender sus productos?
					Estrategias		17. ¿Usted siente que la pollería está constantemente creando nuevas estrategias para atraerlo?

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta, la que se diseñó con el objetivo de recabar información de los encuestados sobre las variables en estudio. Los datos que se obtienen de las encuestas permiten conocer la opinión, características o hechos específicos de estudio. Es una técnica cuantitativa porque permite realizar cálculos numéricos sobre la información obtenida a través de las variables y los datos obtenidos. Emplea como instrumento al cuestionario, el que no modifica la información ni controla los procesos que se encuentran en observación.

El cuestionario estuvo compuesto por 17 preguntas que se obtuvieron a partir de la matriz de operacionalización de variables, las que fueron validadas por medio de la técnica denominada juicio del experto. En esta investigación se acudió a 02 expertos, totalmente acreditados en la materia de investigación. El cuestionario se dirigió a los clientes de las Mype investigadas. Estas preguntas se detallaron a los sujetos en investigación para que las contesten por escrito. Se empleó la escala nominal.

4.5. Plan de análisis

Una vez que se terminó de hacer la recopilación de los datos se realizó la tabulación de los mismos y se representaron a través de tablas estadísticas y figuras de acuerdo a los objetivos planteados describiéndolos en sus dimensiones y variables. Para ello se empleó la estadística descriptiva donde se realizó el cálculo de frecuencias y porcentajes. Se contó con el apoyo del software Excel y de SPSS v. 26. Después de ello se realizó el análisis e interpretación de resultados.

4.6. Tabla 2:
Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p>Gestión de la calidad basada en la competitividad de las Mypes, rubro pollerías del sector de Campo Polo, Castilla, Piura, 2022.</p>	<p>Problema general: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad basada en la competitividad de las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022?</p>	<p>Objetivo general: Definir las características de la gestión de calidad basada en la competitividad de las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Identificar como es la fiabilidad en las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022 b) Definir la capacidad de respuesta de las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022 c) Conocer la mejora continua en las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022 d) Detallar el grado de innovación en las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022 	<p>Según Hernández, Fernández y Baptista (2015), la Investigación por ser descriptiva no registra hipótesis</p>	<p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Diseño: No experimental, corte transversal</p> <p>Población: Infinita y finita, Clientes de las Mypes investigadas.</p>

4.7. Principios éticos

La presente investigación basó en los principios del código de ética de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (2019), por ello hace referencia a los siguientes:

1. Protección de la persona, corresponde al investigador proteger la integridad de la persona que ayuda en la investigación, los participantes fueron informados sobre el objetivo de la investigación y se les protegió durante todo el proceso de investigación.
2. Libre participación y derecho de estar informado, porque permite que los involucrados en la investigación participaron por voluntad propia, fueron libres de entregar información.
3. Beneficencia, no maleficencia, porque la investigación no indagó sobre la intimidad de los clientes, sino sobre la apreciación que determina una Mype en particular, para beneficio de esta.
4. Justicia, porque, se trata a todos los investigados por igualdad, tanto para solicitar información como para brindarla acerca de los resultados alcanzados.
5. Integridad científica, porque se busca armonizar la investigación no solo en el ámbito de producir resultados, sino también de ser de ayuda a las Mypes seleccionadas.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

5.1.1. Variable gestión de calidad

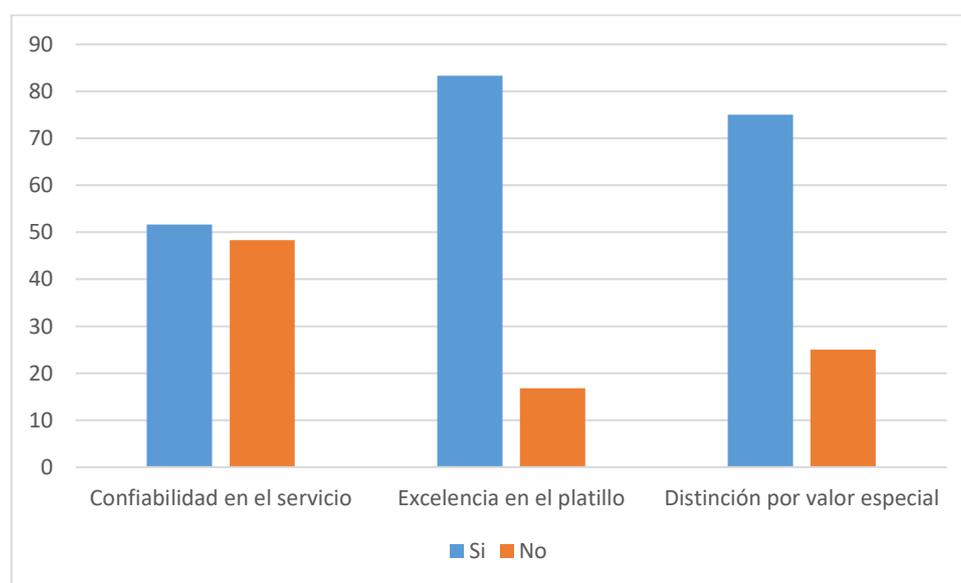
Objetivo (a): identificar como es la fiabilidad en las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022

Tabla 3
Fiabilidad

Indicadores	Si		No		Total	
	f	%	F	%	f	%
Confiabilidad en el servicio	31	51.67	29	48.33	60	100
Excelencia en el platillo	50	83.33	10	16.77	60	100
Distinción por valor especial	45	75.00	15	25.00	60	100

Nota: cuestionario aplicado a los clientes

Figura 1
Fiabilidad



Nota: cuestionario aplicado a los clientes

Interpretación:

En la tabla 1 denominada “fiabilidad”, en el indicador “confiabilidad en el servicio” se observa que el 51.67% de los clientes afirma que las pollerías del sector Campo Polo en Castilla si ofrecen un servicio confiable. En el indicador “excelencia en el platillo”, el 83.33% afirman positivamente. Por otro lado, en el indicador “distinción por valor especial”, el 75% así lo consideran.

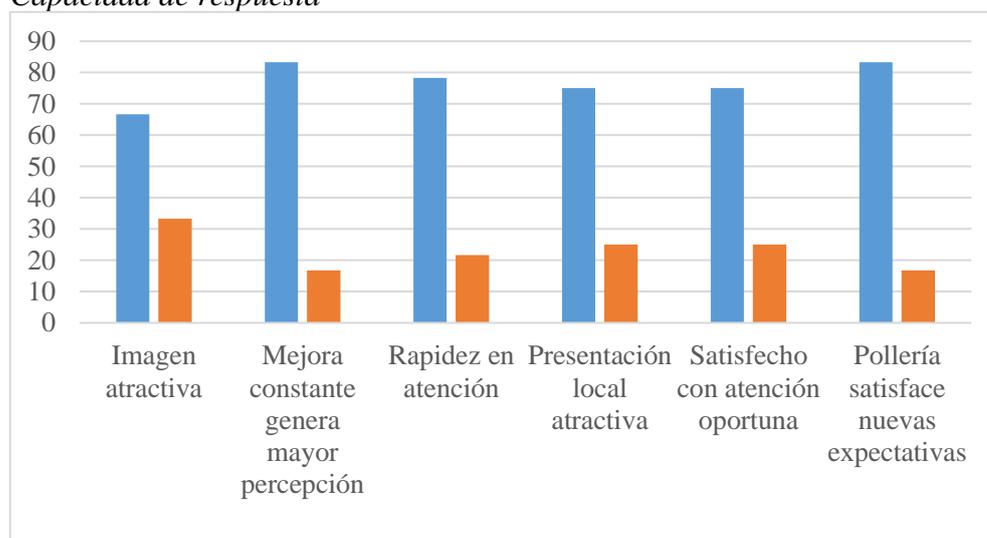
Objetivo (b): Definir la capacidad de respuesta de las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022

Tabla 4
Capacidad de respuesta

Indicadores	Si		No		Total	
	f	%	F	%	f	%
Imagen atractiva	40	66.67	20	33.33	60	100
Mejora constante genera mayor percepción	50	83.33	10	16.77	60	100
Rapidez en atención	47	78.33	13	21.67	60	100
Presentación local atractiva	45	75.00	15	25.00	60	100
Satisfecho con atención oportuna	45	75.00	15	25.00	60	100
Pollería satisface nuevas expectativas	50	83.33	10	16.77	60	100

Nota: cuestionario aplicado a los clientes

Figura 1
Capacidad de respuesta



Nota: cuestionario dirigido a los clientes

Interpretación:

En la tabla 2 denominada “capacidad de respuesta”, se cuenta con el indicador “imagen atractiva” donde el 66.67% de los clientes afirma que las pollerías del sector Campo Polo en Castilla si tienen una imagen atractiva; en el indicador “mejora constante genera mayor percepción” el 83.33% afirman positivamente; en el indicador “rapidez en atención” el 78.33% manifiestan que si la ofrecen; en el indicador “presentación del local atractiva” y “satisfecho con atención oportuna” el 75% manifiesta, en ambos indicadores estar de acuerdo; en el indicador “pollería satisface nuevas expectativas” el 83.33% señala que si lo hace.

5.1.2. Variable competitividad

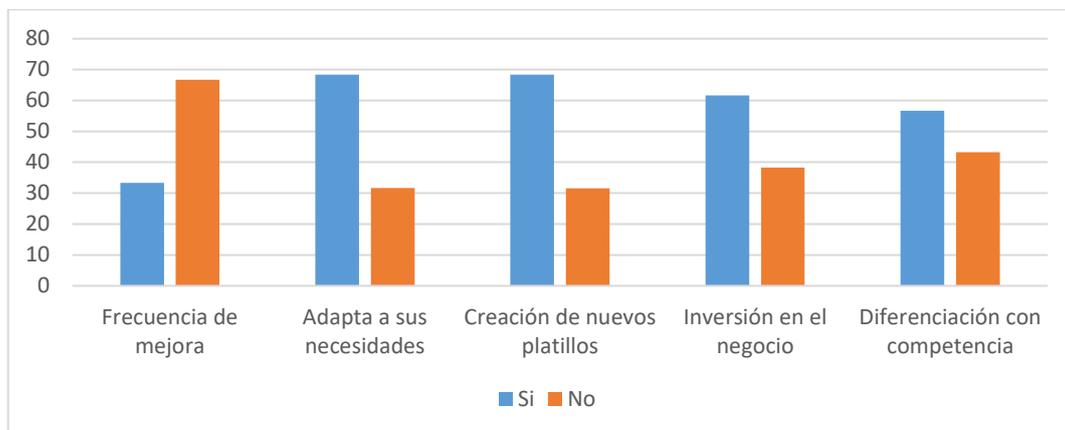
Objetivo (c): Conocer la mejora continua en las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022

Tabla 5
Mejora continua

Indicadores	Si		No		Total	
	F	%	F	%	f	%
Frecuencia de mejora	20	33.33	40	66.67	60	100
Adapta a sus necesidades	41	68.34	19	31.67	60	100
Creación de nuevos platillos	41	68.34	19	31.6	60	100
Inversión en el negocio	37	61.64	23	38.33	60	100
Diferenciación con competencia	34	56.7	26	43.3	60	100

Nota: cuestionario aplicado a los clientes

Figura 3
Mejora continua



Nota: cuestionario aplicado a los clientes

Interpretación:

En la tabla 3, denominada “mejora continua”, en el indicador “frecuencia de mejora” el 66.67% señalan que no existe esa frecuencia; en los indicadores “adapta a sus necesidades” y “creación de nuevos platillos”, en ambos el 68.34% señalan que si lo hacen; en el indicador “inversión en el negocio”, el 61.64% de los clientes afirman estar de acuerdo; en el indicador “diferenciación con competencia” el 56.7% indican que si existe diferenciación.

Objetivo (d): determinar el grado de innovación en las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022

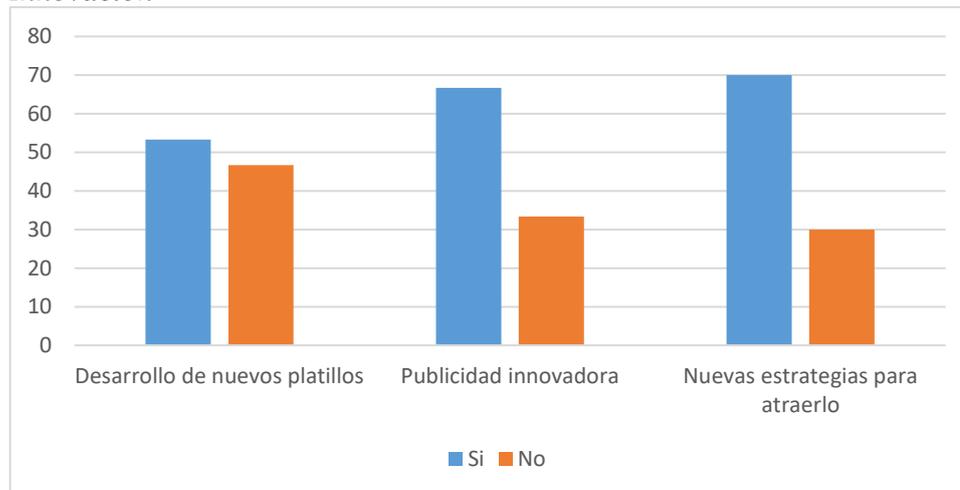
Tabla 4
Innovación

Indicadores	Si		No		Total	
	f	%	F	%	f	%
Desarrollo de nuevos platillos	32	53.33	28	46.67	60	100
Publicidad innovadora	40	66.67	20	33.33	60	100
Nuevas estrategias para atraerlo	42	70.00	18	30.00	60	100

Nota: cuestionario aplicado a los clientes

Figura 6

Innovación



Nota: cuestionario aplicado a los clientes

Interpretación:

En la tabla 4 denominada “innovación”, en el indicador “desarrollo de nuevos platillos”, el 53.33% indican los clientes que las pollerías del sector Campo Polo en Castilla si lo hacen; en el indicador “publicidad innovadora”, el 66.67% de los clientes señalan que si se realiza publicidad innovadora; en el indicador “nuevas estrategias para atraerlo” el 70% de los clientes manifiestan estar de acuerdo.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Variable: gestión de calidad.

Con respecto al objetivo (a) identificar como es la fiabilidad en las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022, se tiene que en la tabla 1 denominada “fiabilidad” se ha diagnosticado que el 83.33% de los clientes afirman que existe excelencia en el servicio y el 75% indican que existe distinción por valor especial que entregan las pollerías investigadas, además el 51.67% de los clientes señalan que confían en el servicio. Rivera (2019) en su estudio indicó que es importante ofrecer fiabilidad, pero se debe mejorar la expectativa de los clientes,

considerando que el cliente siente mayor sensibilidad en la interacción cliente – colaborador, por ello el personal debe ser idóneo. Este aporte, se complementa con Domínguez (2021) quien considera que la gestión de calidad busca entregar productos y/o servicios que respondan a las exigencias del mercado, por ello los productos y/o servicios deben ser confiables, lo que es más importante dado que las Mypes se dedican a la prestación de servicios donde el cliente evalúa tanto el intangible como los elementos facilitadores del servicio. Rivera (2019) señala que es muy sensible, por ello se debe enfatizar en el rol de cumple el personal, ellos constituyen el nexo de integración empresa- cliente, ellos son los que logran inspirar confianza.

En el objetivo (b) definir la capacidad de respuesta de las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022, se tiene que en la tabla 2 denominada “capacidad de respuesta” se ha encontrado que el 83.33% de los clientes afirman que existe mejora constante, por lo que se genera mejor percepción y que la pollería satisface sus expectativas; el 78.33% indican que existe rapidez en el servicio; el 75% indican que el local es atractivo y que la atención es oportuna; el 66.67% indican que la imagen es atractiva. Burgos (2017) en su investigación concluyó que es importante el diagnóstico inicial de la gestión y del proceso de atención para detectar las deficiencias y emprender acciones correctivas. Además, Pizzo (2013) señala que dada la alta competencia que existe en este milenio, las organizaciones deben ofrecer un bien y/o servicio con características que ayuden a la satisfacción y compromiso del cliente con la empresa, por ello, las organizaciones deben permanentemente estar en la mejora continua, ofrecer un servicio con rapidez y calidad total (tanto en el bien como en el servicio) al mismo tiempo.

5.2.2. Variable: competitividad.

Con respecto al objetivo (c) conocer la mejora continua en las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022, se tiene que en la tabla 3 denominada “mejora continua” se ha encontrado que el 68.34% de los clientes afirman que se adapta a sus necesidades y que si se crean nuevos platillos; el 61.64% señalan que las Mypes si invierten en el negocio; el 56.7% señalan que existe diferenciación con la competencia. Medina (2018) en su investigación detectó las organizaciones dedicadas a la restauración, deben trabajar con estándares de calidad, con el objetivo de fortalecerlos. Oropeza (2016) en su investigación concluyó que es importante contar con personal idóneo y con las herramientas requeridas como los recursos tecnológicos y mobiliario como apoyo a la calidad para facilitar la mejora continua. Además, Alarcón (2016) indica que una empresa competitiva debe estar constantemente mejorando, de esta forma están en la capacidad de “aumentar” el bien o el servicio, pues de esta forma pueden perdurar y mejorar su posición en el mercado. Por otro lado, Serneguet (2017) demuestra que las organizaciones deben perfeccionar la calidad de producto, proceso y servicio, de esta forma estarán en la capacidad de ofrecer “valor agregado” y ser más competitivos. Al mismo tiempo señala que las organizaciones deben adaptar los procesos para así poder competir en diferentes mercados. También muestra que los procesos deben ser lo más sencillos, para estar en la capacidad de invertir y diferenciarse. Las Mypes investigadas, deben implementar procesos de mejora en sus organizaciones, de acuerdo con los requerimientos de los clientes y continuar con las inversiones en la mejora del negocio y diferenciación.

De acuerdo con el objetivo (d) detallar el grado de innovación en las MYPE rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022, se aprecia que en la tabla 4 denominada “innovación” se ha encontrado que el 70% de los clientes afirman que las Mype diseñan nuevas estrategias para atraer nuevos clientes; el 66.67% señala que los anuncios publicitarios son innovadores; el 53.33% indican que si se desarrollan nuevos platillos. Ríos (2021) realizó un trabajo de investigación donde identificó que al personal con bajo desempeño se le ofrece capacitación con el fin de aplicar mejoras en la gestión y que este personal sea capaz de realizar innovaciones para beneficio de la clientela. Por otro lado, Alarcón (2016) dice que una organización que no innova ha perdido el pilar de la competitividad, los clientes son altamente exigentes y requieren innovaciones tanto en el producto como en el servicio, por ello las Mypes investigadas deben innovar más, dado que dichas innovaciones son valiosas para los clientes.

VI. CONCLUSIONES

Se ha definido que la fiabilidad en las Mypes investigadas se caracterizan porque casi la totalidad de los clientes afirman que existe excelencia en el servicio, mientras que la mayoría de ellos señalan que la distinción por el valor se encuentra presente en el producto y servicio que ofrecen, además la mitad de los clientes confían en el servicio.

Se define que la capacidad de respuesta está dada porque casi la totalidad de los clientes señalan que existe mejora constante generando una mejor percepción y mayor satisfacción de sus expectativas; además la mayoría indica que existe rapidez y atención oportuna en el servicio y que el local es atractivo y un poco más de la mitad señalan que la imagen es atractiva.

Se conoce que la mejora continua está dada porque la mayoría de los clientes en las Mypes investigadas del rubro pollería, aseveran que se adaptan a sus necesidades y crean nuevos platillos; además dichas organizaciones invierten en el negocio; sin embargo, un poco más de la mitad revelan que existe diferenciación con la competencia.

Se ha detallado al grado de innovación, que la mayoría de clientes de las Mypes dicen que si diseñan estrategias para atraer a nuevos clientes; un poco menos de la mayoría indican que los anuncios publicitarios son innovadores; la mitad señalan que si se desarrollan nuevos platillos.

Aspectos complementarios: Recomendaciones

Con los resultados obtenidos, las Mypes investigadas deben reforzar la distinción por el valor, para conseguir mayor fiabilidad y excelencia en el servicio, para ello se deben programar charlas de concientización respecto a los valores enunciados en su filosofía organizacional (responsabilidad, honradez, pulcritud) a fin de conseguir y aumentar la confianza en el producto y servicio.

Incorporar tecnología (tablets para las comandas) con el fin de incrementar la rapidez en la atención a los clientes, de esa forma se estará proyectando una imagen más atractiva e innovadora. Además, capacitar al personal en el manejo de esos equipos.

Aplicar el empowerment y conseguir que el personal participe activamente en la organización aportando nuevas ideas, diseñando nuevos productos acordes a los requerimientos del mercado y motivar al personal. Esta estrategia permite hacer más efectiva a la organización, mejorando la imagen y logrando que el público perciba la diferenciación con la competencia.

Con respecto a la innovación, se debe buscar siempre métodos innovadores, para ello participar en las capacitaciones organizadas por la Cámara de Comercio, Ministerio de trabajo y promoción del empleo, Ministerio de la producción, universidades, municipalidades, proveedores, gremios, etc. con el fin de conocer sobre los avances científicos de cada área.

Referencias

Alarcón & Gutiérrez (2016). *Propuesta para el desarrollo de indicadores éticos difusos en marketing*. Revista Electrónica de Comunicaciones y Trabajos de ASEPUMA Rect@ Volumen 15 Pág. 1 al 12. Universidad de Santo Tomas de Chile. Extraído de la página Web: diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/69061/1/651373.pdf.

Cautrecasas, L. (2016). *Gestión de la Calidad Total-Organización de la Producción y Dirección de Operaciones*.

Ferrando M; Granero C. (2015) *Calidad Total: Modelo EFQM de excelencia* (2ªedición). Madrid.

Gutiérrez H. (2017). *Calidad total y productividad* (3ª ed.). México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores S.A

Álvarez, A. (2020). Universidad de Lima. Obtenido de Universidad de Lima: aralvare@ulima.edu.pe

Avalo (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes en el cercado de Tumbes, 2018*. https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Avalo+%282018%29%2C+cuya+investigaci%C3%B3n+se+titula+Caracterizaci%C3%B3n+de+la+competitividad+y+gesti%C3%B3n+de+calidad+de+las+Mypes+del+sector+servicio+rubro+hospedajes%2C+en+el+cercado+de+Tumbes%2C&btn

[G=#d=gs_cit&t=1652473774293&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3ARNifZIF6UV4J%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3Des](https://scholar.google.com/citations?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Bances+%282018%29+desarroll%C3%B3+la+investigaci%C3%B3n+cuyo+t%C3%ADtulo+es+Caracterizaci%C3%B3n+de+la+gesti%C3%B3n+de+calidad+y+competitividad+en+las+Mypes+de+servicios%2C+rubro+hoteles+de+Sechura%2C+2018&btnG=)

Bances (2018). *Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mypes de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura)*, 2018. https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Bances+%282018%29+desarroll%C3%B3+la+investigaci%C3%B3n+cuyo+t%C3%ADtulo+es+Caracterizaci%C3%B3n+de+la+gesti%C3%B3n+de+calidad+y+competitividad+en+las+Mypes+de+servicios%2C+rubro+hoteles+de+Sechura%2C+2018&btnG=

Banco Central de Reserva del Perú. (26 de Agosto de 2021). *Departamento de estudios económicos - Sucursal Piura del BCRP*. Obtenido de Departamento de estudios económicos - Sucursal Piura del BCRP: https://www.google.com/search?q=actividades+economicas+de+piura&client=firefox-b-d&ei=pIJ9YtfqBYuf5OUP9IOdmA4&ved=0ahUKEwjXzLGV-tr3AhWLD7kGHfRBB-MQ4dUDCA0&uact=5&oq=actividades+economicas+de+piura&gs_lcp=Cgdn d3Mtd2l6EAMyBQgAEIAEOgcIABBHELADogQIABBDOgYIABA

Burgos (2017). *Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante-bar Ouzo Agave Azul SAS bajo los lineamientos de la norma ISO 9001: 2015 y la norma técnica colombiana Ntsusna 008*. https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Burgos+%282017%29%2C+desarroll%C3%B3+la+investigaci%C3%B3n+denominada+Desarro

llo+del+sistema+de+gesti%C3%B3n+de+calidad+en+el+restaurante+bar+Ouz
o+Agave+Azul+SA+bajo+los+lineamientos+de+la+norma+ISO+9001&btnG=
#d=gs_cit&t=1652474801275&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3A-
mTrNKyQYqAJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3
D0%26hl%3Des

Cruz (2021). *Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19*. Scielo, 15.

Diario el peruano. (Marzo de 2016). boletín empresarial. Obtenido de *problemas y ventajas de su desarrollo en el Perú*:
<http://aempresarial.com/web/informativo.php?id=11049>

Diario El comercio (2018) *Perú y América latina financiamiento y capacitación*.
<https://elcomercio.pe/noticias/2018/>

Diario El peruano (2016) *Crecimiento del PBI en el país*.
<https://elperuano.pe/noticia/113322-crecimiento-promedio-del-pbi-seria-de-51>

Domínguez. (2021). *Diseño de un sistema integrado de gestión de la calidad para programas académicos de educación superior en Colombia*. Scielo, 14.

Hernández, Fernández & Baptista (2014). En su libro “*Metodología de la Investigación*”. Mc GRAW – HILL. Interamericana Editores S.A. 6ta. Edición. México D.F.

IPE Instituto peruano de economía. (18 de Setiembre de 2019). IPE. Obtenido de IPE:
<https://www.ipe.org.pe/portal/el-sector-agropecuario-sigue-liderando-en-piura/>

López (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil.*

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=L%C3%B3pez+%282018%29+en+su+investigaci%C3%B3n+titulada+Calidad+de+servicio+y+l+a+satisfacci%C3%B3n+de+los+clientes+del+restaurante+Rachy%C2%B4s+de+la+ciudad+de+Guayaquil+&btnG=

Maccarone (2017) *Método de ponderación de la competitividad de PyMEs del sector industrial metalmecánico.* Universidad Nacional de La Plata.

<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/62744>

Medina (2018). *Caracterización de competitividad y gestión de calidad de las MYPE sector servicio gastronómico rubro restaurantes Comida Marina, Talara, Año 2018.*

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Medina+%282018%29%2C+quien+desarroll%C3%B3+la+investigaci%C3%B3n+cuyo+t%C3%ADtulo+es+Caracterizaci%C3%B3n+de+la+competitividad+y+gesti%C3%B3n+de+calidad+de+las+Mypes+sector+servicio+gastron%C3%B3mico+rubro+restaurantes+de+comida+marina+en+Talara&btnG=#d=gs_cit&t=1652475182544&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3AIIJ5_oVz0rBMJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D1%26hl%3Des

Meza. (2018). *Gestión de relación con el cliente y competitividad de pequeñas y medianas empresas de servicios en ciudad Obregón. Instituto tecnológico de Sonora, 115.*

Municipalidad provincial de Piura (2017) *Datos económicos de la Región Piura.*

https://transparencia.gob.pe/enlaces/pte_transparencia_enlaces.aspx?id_entidad=1710&id_tema=5&ver=#.Yn66TITMLIU

Oropeza (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo servqual en*

las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro otras actividades de entretenimiento (karaokes) del Distrito de Huaraz, 2016. (pág. 133) Universidad

Católica los ángeles de Chimbote. Extraído de la página Web

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/825/MYPE_GESTION_DE_CALIDAD_OROPEZA_PARIAMACHI_NANCY_MARGARIT](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/825/MYPE_GESTION_DE_CALIDAD_OROPEZA_PARIAMACHI_NANCY_MARGARITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[STION_DE_CALIDAD_OROPEZA_PARIAMACHI_NANCY_MARGARIT](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/825/MYPE_GESTION_DE_CALIDAD_OROPEZA_PARIAMACHI_NANCY_MARGARIT)

[A.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/825/MYPE_GESTION_DE_CALIDAD_OROPEZA_PARIAMACHI_NANCY_MARGARIT)

Ortiz (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las*

Mypes del sector servicio, rubro restaurant del centro de Tumbes, año

2017.https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Ort%C3%A

[Dz+%282018%29%2C+en+su+investigaci%C3%B3n+cuyo+t%C3%ADtulo+](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Ort%C3%A)

[es++Caracterizaci%C3%B3n+de+la+gesti%C3%B3n+de+calidad+y+la+comp](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Ort%C3%A)

[etitividad+de+las+Mypes+sector+servicio%2C+rubro+restaurantes+del+centro](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Ort%C3%A)

[+de+Tumbes%2C+a%C3%B1o+2017&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Ort%C3%A)

Peña Lizano, M. (2016). *Caracterización de la capacitación y competitividad en las*

Mype, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, año 2016.

[mpetitividad+en+las+Mype%2C+rubro+restaurantes++vegetarianos+del+centro](https://scholar.google.com/citations?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Pe%C3%B1a+Lizano+M.+2016+Caracterizaci%C3%B3n+de+la+capacitaci%C3%B3n+y+competitividad+en+las+Mype%2C+rubro+restaurantes++vegetarianos+del+centro+de+Piura%2C+a%C3%B1o+2016&btnG=#d=gs_cit&t=1652473997881&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3AaPQDeTJ8StkJ%3AScholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3Des)

[o+de+Piura%2C+a%C3%B1o+2016&btnG=#d=gs_cit&t=1652473997881&u=%2Fscholar](https://scholar.google.com/citations?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Pe%C3%B1a+Lizano+M.+2016+Caracterizaci%C3%B3n+de+la+capacitaci%C3%B3n+y+competitividad+en+las+Mype%2C+rubro+restaurantes++vegetarianos+del+centro+de+Piura%2C+a%C3%B1o+2016&btnG=#d=gs_cit&t=1652473997881&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3AaPQDeTJ8StkJ%3AScholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3Des)

[lar%3Fq%3Dinfo%3AaPQDeTJ8StkJ%3AScholar.google.com%2F%26output](https://scholar.google.com/citations?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Pe%C3%B1a+Lizano+M.+2016+Caracterizaci%C3%B3n+de+la+capacitaci%C3%B3n+y+competitividad+en+las+Mype%2C+rubro+restaurantes++vegetarianos+del+centro+de+Piura%2C+a%C3%B1o+2016&btnG=#d=gs_cit&t=1652473997881&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3AaPQDeTJ8StkJ%3AScholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3Des)

[%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3Des](https://scholar.google.com/citations?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Pe%C3%B1a+Lizano+M.+2016+Caracterizaci%C3%B3n+de+la+capacitaci%C3%B3n+y+competitividad+en+las+Mype%2C+rubro+restaurantes++vegetarianos+del+centro+de+Piura%2C+a%C3%B1o+2016&btnG=#d=gs_cit&t=1652473997881&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3AaPQDeTJ8StkJ%3AScholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3Des)

Pizzo (2013). *“5 Pilares de la Calidad en el Servicio”*. Recuperado el 15 de Marzo de 2013. Disponible en línea en la URL: www.comoservirconexcelencia.com.

Rios (2021). *Gestión bajo uso de las 5s de kaizen en las Mypes servicio de procesamiento de alimentos en la ciudad de Iquitos año 2021*.
https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Rios+%282021%29+present%C3%B3+un+trabajo+de+investigaci%C3%B3n+denominado+Gesti%C3%B3n+bajo+uso+de+las+5S+de+kaizen+en+las+Mypes+servicio+de+procesamiento+de+alimentos+en+la+ciudad+de+Iquitos+a%C3%B1o+2021&btnG=#d=gs_cit&t=1652474914632&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3AzeiMwieBXvkJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3Des

Rivera (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*.

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Rivera+%282019%29+en+su+investigaci%C3%B3n+titulada+La+Calidad+de+servicio+y+la+satisfacci%C3%B3n+de+los+clientes+de+las+empresas+Greenandes+Ecuador+&btnG=

SALAZAR (2016). En su investigación *“Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) del Distrito de Huaraz, 2016”*, (pág. 164). Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

Extraído de la página Web

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/840/MYPE_PROMOCION%20DE%20VENTAS_%20SALAZAR_SANTILLAN_%20DELI A_MARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Serneguet. (2017). LA GESTIÓN POR PROCESOS APLICADA A EMPRESAS DE SERVICIOS. Datadec, 10.

Universia España (2019). *La gastronomía peruana VS el mundo.*

<https://orientacion.universia.edu.pe/infodetail/orientacion/consejos-tecnoversia/master-cuisine-para-profesionales-de-la-cocina-5467.html>

Vargas (2016). *Caracterización de competitividad y rentabilidad de las mype rubro autoboutique de la provincia de Talara, Año 2016.*

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Vargas+%282016%29+la+investigaci%C3%B3n+esta+titulada+caracterizaci%C3%B3n+de+competitividad+y+rentabilidad+de+las+mype+rubro+autoboutique+de+la+provincia+de+talara%2C+a%C3%B1o+2016+Piura-Per%C3%BA&btnG=

Anexo 1: cuestionario dirigido a los clientes



¡Saludos cordiales!, me encuentro realizando una investigación con el objetivo de establecer las características de la gestión de calidad basada en la competitividad de las Mypes rubro pollerías de Campo Polo Castilla, Piura 2022, por ello acudo a Ud con el fin de que responda a unas preguntas marcando un aspa (X) en la respuesta que considere más conveniente. Su participación es voluntaria y anónima, puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Su participación es valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad _____ Estado civil _____ Género _____

1. Gestión de Calidad		Si	No
D1: Fiabilidad			
1.	¿Cree que el servicio prestado por la pollería es confiable?		
2.	¿Usted cree que el éxito de los platillos depende de la confianza del cliente?		
3.	¿Esta pollería se distingue de las demás por algún valor especial?		
D2. Capacidad de respuesta			
4.	¿Cree que la imagen de la pollería es atractiva a los clientes?		
5.	¿La atención recibida en la pollería es rápida?		
6.	¿Cree que la mejora constante de la calidad genera mejor percepción para los clientes?		
7.	¿Cree que la presentación del local atrae a más clientes?		
8.	¿Se siente satisfecho con la atención oportuna en esta pollería?		
9.	¿Usted cree que la pollería siempre satisface sus nuevas expectativas?		
2. Competitividad		Si	No

D1. Mejora continua			
10.	¿La pollería realiza procesos de mejora constantemente?		
11.	¿La pollería se adapta a sus necesidades?		
12.	¿Usted ha visto que la pollería crea nuevos platillos?		
13.	¿La pollería invierte en su negocio?		
14.	¿Usted nota alguna diferencia entre esta pollería y su competencia?		
D2. Innovación			
15.	¿Cree que la pollería desarrolla nuevos platillos?		
16.	¿Usted cree que la pollería utiliza publicidad innovadora para vender sus productos?		
17.	¿Usted siente que la pollería está constantemente creando nuevas estrategias para atraerlo?		

Anexo 2: Validación de expertos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Fernando Suárez Carrasco

1.2. Grado Académico: Doctor

1.3. Profesión: Ciencias Administrativas

1.4. Institución donde labora: Universidad Nacional de Piura

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Albert Alzamora

1.8. Carrera: Administración

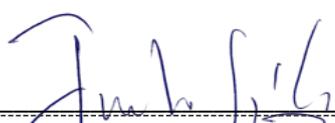
II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable 1: Competitividad							
Dimensión 1: Mejora continua							
1	X		X		X		

2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
Dimensión 2: Innovación							
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
Variable 2: Gestión de calidad							
Dimensión 3: Fiabilidad							
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		
13	X		X		X		
Dimensión 4: Capacidad de respuesta							
14	X		X		X		
15	X		X		X		
16	X		X		X		
17	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Dr. Fernando Suarez Carrasco
REG. UNIC. DE COLEG. N° 5461
DNI N°02616283

Nota: se adjunta matriz de operacionalización de variables

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Héctor Orlando Arica Clavijo

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Gerencia de empresas

1.4. Institución donde labora: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Albert Alzamora

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable 1: Competitividad							
Dimensión 1: Mejora continua							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
Dimensión 2: Innovación							
6	X		X		X		

7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
Variable 2: Gestión de calidad							
Dimensión 3: Fiabilidad							

10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		
13	X		X		X		
Dimensión 4: Capacidad de respuesta							
14	X		X		X		
15	X		X		X		
16	X		X		X		
17	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Mr. Arica Clavijo Hektor Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Firma
ARICA CLAVIJO HECTOR ORLANDO
DNI N° 02786302

Nota: se adjunta matriz de operacionalización de variables

Anexo 3: protocolo de consentimiento informado


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA
ENCUESTAS (Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **GESTIÓN DE LA CALIDAD BASADA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES, RUBRO POLLERÍAS DEL SECTOR DE CAMPO POLO, CASTILLA, PIURA, 2022** y es dirigido por Alzamora, Albert, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Establecer las características de la gestión de la calidad basada en la competitividad de las Mypes, rubro pollerías del sector de Campo Polo, Castilla, Piura, 2022

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

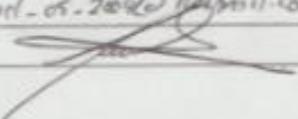
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo Daniel.05.2009@ucaloma.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Daniel David Alfaro Nuñez

Fecha: 09/04/2022

Correo electrónico: Daniel.05.2009@ucaloma.com

Firma del participante: 

Anexo 4: Constancia de no adeudo.

Vista Previa Constancia de No Adeudo

<https://erp.uladech.edu.pe/siia/cobranzas/reportes/constancianoadeudo.php?n=114772>

USER: 42173873

Nro: 162022-00005288
Fecha: 20-05-2022 09:27

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) ALZAMORA ESCOBAR ALBERT JAHIR, con código de matrícula 0811130041, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

TRUJILLO, 20 DE MAYO DEL 2022.



V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

(*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.

Anexo 5: Reporte de Turnitin

Sección 1		Sección 2	
Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Turnitin: proyecto de investigación - Sección 1	29 ene 2022 - 09:05	5 may 2022 - 09:05	5 feb 2022 - 09:05

 Actualizar entregas

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
 Ver recibo digital	Proyecto Albert	1792307446	24/03/2022 23:47	4% 	 --

GESTIÓN DE LA CALIDAD BASADA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES, RUBRO POLLERÍAS DEL SECTOR DE CAMPO POLO, CASTILLA, PIURA, 2022

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repositorio.uladech.edu.pe

Internet Source

13%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 4%

Exclude bibliography Off



Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca

Presidente – Jurado Evaluador