



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
GESTIÓN DE CALIDAD Y LA CARACTERIZACIÓN DE
LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES RUBRO
RESTAURANT CEVICHERÍA DE VILLA LA LEGUA
PIURA, AÑO 2018

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER DE
ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

JHENRY PAUL ANCAJIMA LACHIRA
ORCID: 0000-0001-7441-4781

ASESOR:

MG. HECTOR YVAN PELAEZ CAMACHO
ORCID: 0000-0002-5394-1037

PIURA – PERÚ
2018

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR:

ANCAJIMA LACHIRA JHENRY PAUL

0000-0001-7441-4781

ASESOR:

MG. PELAEZ CAMACHO HÉCTOR YVÁN

0000-0002-5394-1037

JURADOS:

PRESIDENTE:

VILELA VARGAS VICTOR HUGO

0000-0003-2027-6920

MIEMBRO:

GUZMÁN CASTRO IVÁN ARTURO

0000-0002-4650-4322

MIEMBRO:

CHUMACERO ANCAJIMA MARITZA ZELIDETH

0000-0001-7372-741X

PIURA - PERÙ

2018

HOJA DE FIRMA DEL JURADO

MG. LIC. ADM. VILELA VARGAS VÍCTOR HUGO

Presidente

MG. GUMÁN CASTRO IVÁN ARTURO

Miembro

MG. CHUMACERO ANCAJIMA MARITZA ZELIDETH

Miembro

Mg. HÉCTOR ÝVAN PELAEZ CAMACHO

Asesor

AGRADECIMIENTO:

Primeramente, a dios por guiarme y bendecirme siempre durante toda mi vida ser un gran apoyo y una fortaleza en cualquier momento ya sean buenos o malos y ayudarme a salir siempre adelante.

A la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote de Piura y todos los docentes de la escuela profesional de administración por haber compartido todos sus conocimientos y a la vez a reforzar los valores éticos como persona,

a los gerentes de las MYPES Restaurant Cevichería de Villa La Legua por las facilidades para la realización de esta tesis.

DEDICATORIA

A mis padres Jacinto y Maximina, a mi tía beneda
y mis hermanos Julio y Jorge por el apoyo que me
brindaron para el término de mi carrera

A mi esposa Carola y mi hijo Matheo
por su apoyo incondicional para la
culminación de esta tesis

A mis compañeros de estudios,
a mis profesores por el apoyo que me
brindaron durante esta etapa universitaria

RESUMEN

El presente informe de investigación tiene como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES rubro Restaurant cevichería de Villa La Legua Piura, año 2018 la cual tiene la metodología de la investigación siendo de un nivel descriptivo, tipo cuantitativo, de diseño de corte transversal y no experimental. La población está conformada por 7 MYPES del rubro restaurant cevichería de Villa La Legua- Piura, donde la muestra está conformada por 7 dueños y 63 trabajadores que serán para las variables Gestión de calidad y 272 clientes que serán para la variable competitividad, con apoyo de la técnica de recolección de datos de la encuesta y el instrumento el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones Con respecto a la gestión de recursos el recurso humano es el recurso más valioso ya que de ellos depende el éxito o fracaso de la empresa, en cuanto a los beneficios de la gestión de calidad de acuerdo al indicador Niveles más altos de satisfacción del cliente se obtuvo que las Mype cumplen con la calidad en relación con las necesidades de los clientes superando así las expectativas que tenían del producto, por otro lado con respecto a las estrategias competitivas de acuerdo al indicador diferenciación del producto, se obtuvo que los clientes prefieren y consideran que cada producto de cada restaurant cevichería es único con respecto a su sazón, también se determinó los factores de la competitividad en relación con el indicador flexibilidad productiva se obtuvo que los clientes si les atraía la publicidad de la Mype para consumir en el local.

Palabras clave: Gestión de calidad, competitividad, MYPE, Restaurant

ABSTRAC

The present research report has the general objective of determining the characteristics of the quality management and competitiveness of the MYPES category Restaurant cevichería de Villa La Legua Piura, year 2018, which has the research methodology being of a descriptive level, quantitative type , of a cross-sectional and non-experimental design. The population is made up of 7 MYPES from the cevichería restaurant category of Villa La Legua-Piura, where the sample is made up of 7 owners and 63 workers who will be for the variables Quality Management and 272 clients who will be for the variable competitiveness, with the support of the survey data collection technique and the questionnaire instrument. Among the main conclusions With regard to resource management, human resources are the most valuable resources, since the success or failure of the company depends on them, in terms of the benefits of quality management according to the Dimension levels. high customer satisfaction was obtained that the Mype meet quality in relation to customer needs, thus exceeding their expectations of the product, on the other hand with respect to competitive strategies according to the differentiation dimension of the product, obtained that customers prefer and consider that each product of each restaurant cevichería is unique with respect to its season, it was also determined the factors of competitiveness in relation to the productive flexibility dimension it was obtained that customers if they were attracted by Mype advertising to consume on the premises.

Keywords: Quality management, competitiveness, MYPE, Restaurant

ÍNDICE DE CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO.....	iii
RESUMEN	vi
ABSTRAC	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	9
2.1. ANTECEDENTES.....	9
2.1.1. Gestión de calidad.....	9
2.1.2. Competitividad:	15
2.2. BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.2.1. Gestión de calidad.....	20
2.2.2. COMPETITIVIDAD:	26
III. HIPOTESIS GENERAL:.....	30
IV. METODOLOGÍA:.....	31
4.1. Diseño de la investigación	31
4.2. Población y muestra:	32
4.3. Definición y operacionalización de las variables.....	36
4.4. Técnicas de instrumento:.....	39
4.5. Plan De Análisis:.....	39
4.6. Matriz de consistencia.....	40
4.7. Principios Éticos.....	42
V. RESULTADOS:	43
5.1. Resultados	43
5.2. Análisis de resultados:.....	68
VI. CONCLUSIONES	79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	81
ANEXOS	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1 ¿Usted se considera como un recurso valioso dentro del restaurant cevichería?	43
Tabla N° 2 ¿Existe una buena relación entre compañeros de trabajo para la ejecución de las actividades?	44
Tabla N°3 ¿Su personal de trabajo cuenta con las herramientas y materia prima necesaria para la producción de los productos ofrecidos en su carta?	45
Tabla N° 4 ¿Cuentan con equipos tecnológicos para facilitar los pedidos de los productos?	46
Tabla N° 5 ¿La existencia de la tecnología en el restaurant cevichería ayuda en el proceso de producción de los productos?	47
Tabla N° 6 ¿Su restaurant cevichería cuenta con accionistas?	48
Tabla N° 7 ¿Usted ha recurrido a préstamos bancarios para la adquisición de recursos faltantes?	49
Tabla N°8 ¿Los trabajadores siguen pautas planteadas para la ejecución de sus actividades?.....	50
Tabla N° 9 ¿Usted motiva a sus trabajadores antes de empezar con sus actividades?	51
Tabla N° 10 ¿Sus trabajadores reciben alguna recompensa de motivación dependiendo del esfuerzo en sus actividades?	52
Tabla N° 11 ¿Sus productos que ofrece han sido reconocido internacionalmente? ..	53
Tabla N° 12 ¿Su restaurant cevichería cuenta con los requisitos establecidos por la norma ISO?	54
Tabla N° 13 ¿Usted ha recibido orientación para mejorar la gestión de su restaurant cevichería?	55
Tabla N° 14 ¿Sus productos han ido mejorando con el pasar de los años?	56
Tabla N° 15 ¿La calidad de cada producto que ofrece en la carta satisface las necesidades de los clientes?	57
Tabla N° 16 ¿Este restaurant cevichería ofrece mejores precios que los otros?.....	58
Tabla N° 17 ¿La sazón de este restaurant cevichería es buena?	58
Tabla N° 18 ¿Los productos que ofrece este restaurant cevichería es única ante las que ofrecen las demás?	59
Tabla N° 19 ¿El producto consumido cumplen con las características de sus necesidades?.....	60

Tabla N° 20 ¿Considera que la publicidad del restaurant cevichería es atractiva para consumir aquí?	62
Tabla N° 21 ¿El restaurant cevichería se adapta a las necesidades que tiene usted cómo cliente?	63
Tabla N° 22 ¿El restaurant cevichería ofrece una carta variada?	64
Tabla N° 23 ¿El restaurant cevichería ha surgido cambios desde la última vez que consumió?	65
Tabla N° 24 ¿El restaurant cevichería emplea la tecnología para facilitar el servicio?	66
Tabla N° 25 ¿El producto del restaurant cevichería influye mucho en la decisión de consumir ahí?	67

ÍNDICE DE GRÁFICOS

FIGURA 1: Recurso valioso dentro del restaurant cevichería	43
FIGURA 2: Buena relación entre trabajadores.....	44
FIGURA 3: Herramientas y materia prima necesaria para la elaboración de productos	45
FIGURA 4: Equipos tecnológicos	46
FIGURA 5: La tecnología ayuda a la producción de los productos	47
FIGURA 6: Accionistas del restaurant cevichería.....	48
FIGURA 7: Préstamos bancarios.....	49
FIGURA 8: Pautas planteadas para la ejecución de actividades	50
FIGURA 9: Motivación	51
FIGURA 10: Recompensa motivacional	52
FIGURA 11: Productos reconocidos internacionalmente	53
FIGURA 12: Requisitos establecidos por la norma ISO	54
FIGURA 13: Orientación para mejorar la gestión.....	55
FIGURA 14: Mejora de productos	56
FIGURA 15: Calidad del producto	57
FIGURA 16: Precios del restaurant	58
FIGURA 17: Sazón del restaurant cevichería.....	59
FIGURA 18: Productos únicos	60
FIGURA 19: Los productos cumplen con las características de sus necesidades	61
FIGURA 20: Publicidad atractiva.....	62
FIGURA 21: Adaptación con las necesidades del cliente	63
FIGURA 22: Carta variada	64
FIGURA 23: Cambios producidos	65
FIGURA 24: Uso de tecnología.....	66
FIGURA 25: Influencia del producto	67

I. INTRODUCCIÓN

El presente informe de investigación perteneciente a la línea de investigación de la caracterización de la capacitación, rentabilidad y competitividad de las MYPE y la gestión de calidad y la formalización, líneas las cuales han sido dispuestas para la escuela profesional de administración por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Esta investigación se realiza la cual será una gran utilidad de la cual se permitirá describir la gestión de calidad y la caracterización de la competitividad de las MYPE restaurant cevichería de Villa La Legua – Piura, año 2019, conociendo bien nuestra realidad Peruana se hablado mucho sobre el tema de la gestión de calidad y la importancia de la competitividad de las MYPE en el mercado pero las cuales hoy en día no se ponen en práctica dichos conocimientos para poder así tener una buena rentabilidad en su negocio.

La falta de practica de los conocimientos de estos temas hacen que hoy en día no haya muchas ganas de competir con otros competidores del mismo rubro a la que pertenecen en la innovación y creación de productos, utilizando las nuevas estrategias para poder así ganar una buena satisfacción del cliente, analizándose las ventajas de tener una buena gestión de calidad e influirlas mucho en el las MYPE para poder así lograr poner en práctica las ganas de competir contra otros, ello mejorará el área de producción, logrando siempre reaccionar a tiempo ante la presencia de cualquier inconveniente que se presente de tal modo que la eficiencia en el trabajo se mejore siempre utilizando una buena gestión de calidad en la producción de los productos y enlazando con las diversas estrategias que tiene la competitividad.

Dependiendo de la situación se puede determinar que el problema identificado es ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPE rubro restaurant cevichería de Villa La Legua – Piura año 2018?

Teniendo, así como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPE rubro restaurant cevichería de Villa La Legua – Piura año 2018.

Además, como objetivos específicos: a) Identificar la gestión de recursos de las MYPE rubro restaurant cevichería de Villa La Legua – Piura año 2018. b) Determinar los beneficios de la gestión de calidad de las MYPE rubro restaurant cevichería de Villa La Legua – Piura año 2018. c) Identificar las estrategias competitivas de las MYPE rubro restaurant cevichería de Villa La Legua – Piura año 2018. d) Determinar los factores de la competitividad en las MYPE rubro restaurant cevichería de Villa La Legua – Piura año 2018.

Las MYPE forman parte de la economía peruana, ya que se encuentran siempre presentes en cualquier punto a nivel nacional ejerciendo distintas actividades, compitiendo así en un mercado de libre comercio.

Siempre la satisfacción de las necesidades de los clientes debe de ser de una manera correcta y precisa para que así la organización gane un cierto prestigio en la manera de la atención y de la producción de brindan, las características de la calidad en los servicios que se comercializa a la comunidad son fácilmente de cuantificar y usarlas de manera adecuada para obtener una mirada más atractiva para los clientes.

Además, las MYPE enfrentan muchos problemas u obstáculos las cuales ocasionan un interrumpiendo de las actividades y en la supervivencia en el mercado comercial todo siempre dependiendo de la buena calidad y entrega de los productos dando así paso al inicio de una competencia con otros del mismo rubro, Muchos de los propietarios de las MYPE del rubro restaurant cevichería de la localidad de Villa La Legua ofrecen sus productos sin tener un cierto conocimiento de con quién va a competir, los diversos clientes que atraerá su producto con respecto a las clases sociales que existen en cualquier país del mundo y en el tipo de apreciación que obtendrán de los distintos platos típicos del país que se sirvan en el restaurant cevichería.

Ferreyros (2014) comenta que el auge de la gastronomía peruana estimula que los pequeños y medianos empresarios informales de ese rubro opten por formalizar sus negocios ante los tantos beneficios que traería en función de sus actividades como en la capacidad que tiene el personal hacia los clientes, ganar atracción y hacer crecer así un mercado competitivo.

El comercio (2015) “De todos los restaurants cevichería que existen en el país el 95% realiza sus actividades sin tributar ya que se conoce que la informalidad es uno de los principales problemas existentes en el país lo cual no ayuda en el crecimiento económico del país.

Hoy en día muchos de los municipios facilitan que estas MYPE obtengan una licencia de funcionamiento con tan solo presentar una solicitud siendo este de carácter de declaración jurada la cual se debe de llenar y firmar al inicio del trámite, pero algunos empresarios de los restaurants cevichería no cumplen ni se dan un tiempo para

ejecutar estos simples pasos para así poder tributar al país como lo hacen las demás empresas formales y a la vez obtener los distintos beneficios para que su organización crezca y se desarrolle siendo más competitivo ya que le permitirá enfrentar con éxito en el mercado tanto nacional como internacional.

Los principales propietarios o gerentes de las MYPE del rubro restaurant cevichería de Villa La Legua pertenecen a una población económicamente mediana, creando así un negocio para el mejoramiento de su economía, La competitividad y la buena calidad de los productos siempre ha sido un problema en adaptarse al mercado con respecto a las necesidades que tienen los clientes, para ello se necesitan proveedores, tener información del mercado del rubro, que platos son más atractivos, tener un ambiente adecuado en el local, etc.

Las MYPE en el área administrativa el gerente delega funciones a sus trabajadores de una manera seria y precisa animándolos a trabajar de una manera eficaz y eficiente para poder satisfacer las necesidades de los clientes.

La falta de tecnologías es un factor poco visto en este tipo de negocios ya que los mozos para realizar un pedido se basa en el lapicero y papel y esto hace que los cliente no se sientan muy satisfechos con el servicio, aparte de eso no cuentan con servicio de internet ni con una red WI -FI, contando si con Telecable para la transmisión de distintos programas que sea de agrado a la gente, todo eso se puede mejorar siempre y cuando sea una decisión del dueño o gerente y así poder lograr y generar una gran ventaja competitiva con un buen servicio de calidad y mayor número de clientes.

Las MYPE rubro restaurantes cevicherías de la localidad de La Legua encontramos pocas posibilidades de trabajo para la población tanto en atención al cliente como en cocina, por eso existe pobreza y este es un problema muy serio para la comunidad ya que aun así no progresa para tener todas las comunidades que necesitan tener las familias hoy en día.

Maquinaria y equipo e inmuebles deben obligatoriamente tener dos cocinas industriales, cada cevichería, dos máquinas extractoras, una o dos refrigeradoras, uno o dos congeladoras, un horno microondas, equipo de sonido, diez a doce mesas con sillas cada una.

La pérdida de inversión y empleo de las MYPE por falta de estudios de mercado al iniciar el negocio, en la construcción de local grande, exceso de empleos para personal de atención y de cocina últimamente este rubro está quedando como mala imagen en la variación de ingredientes que no deberían de ser, que daña la salud y bienestar de los comensales de las cevicherías.

Otra característica cuentas con dos baños uno para cada genero correspondiente caballeros y damas lo cual esta implementado con lo esencial que es: papel higiénico y jabón, el horario de los trabajadores es de las 7 de noche hasta las 3 de la madrugada lo cual pertenecen a una atención al público de horario nocturno.

Con respecto a la atención al cliente es moderado, pero Cortez, son amables al momento de la atención al público lo cual los meseros están informados y capacitados con diversas estrategias de atención al cliente, sabiendo que platos es de mejor preferencia en el local.

Tienen consigo la licencia de sanidad y de funcionamiento otorgada por la municipalidad de Catacaos y por defensa civil, también se observa que hay poca señal de zonas de peligro y áreas seguras, teniendo un buen ambiente en el entorno, pero de temperatura fresca , no utilizan las tecnologías de información en el momento de la atención al cliente ni de comunicación entre los mismos trabajadores.

Son resistentes al cambio, no cambian su metodología perdiendo oportunidades de ser un mejor grupo organizado en comparación con restaurantes o pizzerías, etc.

En el ámbito político siendo la ley N° 26842 que establece las normas generales sobre las distintas vigilancias y controles sanitarios de los alimentos y vistas en protección a la salud, la resolución ministerial N° 363-2005 que aprueba la norma sanitaria para que ciertos locales puedan ofrecer platillos de distintos ceviches con tal bienestar.

Estas leyes hacen que las MYPE deben de tener ciertos requisitos para un normal funcionamiento y así asegurar un buen nivel de calidad y siendo competentes en este sector ya que si no se cumplen dichas leyes dispuestas pueden ser sancionados con una multa y con un cierre del local.

En el aspecto económico se menciona que las MYPE realizan diversas actividades de desarrollo para el país las cuales no solo favorecen a la economía del país sino también a la economía de las diversas familias que habitan en la localidad, estas microempresas ya sean de disposición formales o informales ambas combaten la pobreza existente, pero para poder acabar con eso todas las empresas deben de formalizarse y dar un buen equilibrio en el país.

En el ámbito social como bien se sabe los diversos platos marinos que se ofrecen en los restaurantes cevichería en especial el ceviche que es un plato bandera y el mayor apetitivo que tiene mayor preferencia los clientes al reunirse en familia y consumir este platillo ya que se ha mantenido un espíritu.

En la región de Piura se manifiestan muchas culturas las cuales por razones familiares no se pierden y estas impulsan a los dueños del restaurant cevichería a mantener esa tradición y gusto. Con dichas culturas y todo lo aprendido existen también extranjeros los cuales al probar este plato bandera difunden la gastronomía peruana a su país y atrayendo así más turismo hacia el Perú.

En el factor tecnológico hoy en día las tecnologías brindan una gran fuente de información la cual ayuda a muchas organizaciones en el desarrollo de las distintas actividades contando con computadores e internet llevando un control detallado de cada día en las ventas y gastos, contando con páginas web y redes sociales como herramienta de publicidad de sus platos a ofrecer.

Respecto al factor ecológico el ministerio del ambiente constato una idea para los restaurantes cevichería que siempre deben de seguir para contrarrestar la contaminación a causa de la combustión incompleta que se origina al momento de preparar cualquier plato a la carta que necesite de aceite y sazón, esta idea consiste en el uso de cocinas ecológicas o eléctricas.

La investigación se justifica en el aspecto práctico porque se acerca a la realidad de solucionar los diversos problemas de las variables gestión de calidad y la competitividad del rubro restaurante cevichería de Villa La Legua partiendo de un

diagnóstico estableciendo las medidas necesarias de un diseño con nuevas estrategias que contribuyan al conocimiento de estas variables.

En el aspecto teórico: porque contribuye al incremento del conocimiento de las variables que se aplican en las MYPE del rubro restaurant cevichería de Villa La Legua.

En el aspecto metodológico, ya que se ejecutará la investigación de un tipo de investigación cuantitativa siendo de un nivel descriptivo de diseño corte transversal y no experimental, se basará en la estadística, las matemáticas, hojas de cálculo para el análisis y la discusión de datos, aplicando el instrumento del cuestionario mediante preguntas.

En el aspecto social ya que contribuye con la sociedad en el desarrollo de nuevos proyectos de investigación sobre dichas variables.

En el aspecto institucional porque da una relevancia clara y precisa sobre dichas variables.

En el aspecto profesional ya que permite la obtención de un título profesional en la carrea de administración.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Gestión de calidad

Mosquera (2018) en su maestría denominada “Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, año 2018”. Realizada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil es una investigación de tipo de investigación cuantitativa y cualitativa llegó a la conclusión que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa ya que de esto depende el éxito o fracaso de ella misma, para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho. Referente a la calidad del servicio se concluyó que es necesario la evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Se permitió conocer los factores importantes en la calidad del servicio como la respuesta inmediata, trato personalizado, maquinarias y equipos modernos y esto permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Burgos (2017) en su estudio titulado “Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante – bar Ouzo agave azul bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana”. Realizada en la universidad libre de Colombia llego a la conclusión que la organización presentaba falencias graves en aspectos de planificación para el sistema de gestión de calidad como consecuencia del recién inicio del desarrollo del mismo y de la falta de conocimiento tanto de directivas

como de trabajadores, en cuanto a que no se identificaron métodos científicos de evaluación ni los medios para obtenerla, depende de las encuestas realizadas se dio a conocer que la falta de control y medición derivada en la insatisfacción de los clientes sobre procesos específicos como la gestión del servicio al ingreso y durante los momentos claves del mismo.

Caycho (2017) en su investigación titulada caracterización de la gestión de calidad y formalización de las MYPES del sector servicio, rubro cevicherías en la provincia de Leoncio Prado Realizada en la universidad católica los ángeles de Chimbote – Lima, la investigación fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, la cual llego a la conclusión con respecto a la gestión de calidad se aprecia que el total de los encuestados sostiene que su servicio está de acuerdo a las necesidades que tiene el cliente en las cevicherías dependiendo de una buena capacitación.

Noel (2017) En su investigación titulada: Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las MYPES, sector servicio rubro Restaurantes y cevicherías en el distrito de Zorritos, 2017, en la universidad católica los ángeles de Chimbote – Tumbes, la investigación fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, el cual llego a la conclusión que los principios de la gestión de calidad que resaltan en la investigación junto con el aporte de los clientes son el enfoque al cliente, mejora continua, procesos y el personal referidos a los clientes siempre es importante. Se identificó los elementos de la gestión de calidad expuestos por los clientes en donde todos deben de ser utilizados para la buena atención al cliente, las fuentes de financiamiento de utilizan las MYPES es el financiamiento externo, en donde se conoció que los gerentes eligen como mejor

alternativa de financiamiento a los préstamos bancarios, lo cual siempre generará una economía estable, siendo su principal motivo de préstamos el aumento de capital

POMA (2017) en su tesis realizada y titula análisis de la gestión de calidad bajo el enfoque del planeamiento estratégico y su efecto en la competitividad en las micro y pequeña empresa del sector servicio – rubro cevicherías de la ciudad de Huaraz realizada en la universidad católica los ángeles de Chimbote – Huaraz es una investigación de tipo descriptivo, de enfoque cuantitativo, de nivel práctico, de corte transversal, de diseño no experimental llegó a la conclusión con respecto a la gestión de calidad dijo que los clientes de las distintas micro y pequeña empresa del sector servicio – rubro cevichería de la ciudad de Huaraz comprende que los equipos y materiales utilizados en el proceso de la producción mejoran la calidad de estos por lo que conocen la importancia de elegir proveedores idóneos. Además, dice que la mayoría del personal casi siempre posee conocimientos y destrezas requeridas para brindar el servicio gracias a la experiencia que poseen trabajando en este tipo de negocio, por lo tanto, hace falta mejorar el proceso de acopio de información sobre el cliente inculcando en los trabajadores el interés por conocerlos más.

Ayra (2016) En su estudio realizado sobre “Benchmarking y la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco- 2016” realizada en la universidad de Huánuco UDH – HUÁNUCO es una investigación de tipo aplicada o practica de enfoque cuantitativo, método deductivo, de nivel descriptivo y correlacional de diseño no experimental llegó a la conclusión que el benchmarking y su influencia en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco, teniendo como resultado una correlación medianamente baja, siendo un 40.3% y el valor de significancia es 0.004 siendo menor al 0.05 y podemos decir que el benchmarking influye significativamente

en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco – 2016. Según la encuestas realizadas el resultado del gráfico N.º 03 se observa que el 52% de los gerentes de los restaurantes de Huánuco dijeron que casi siempre, sus personales realizan sus trabajos de acuerdo a las funciones que se les establecen y el 2% dijeron que nunca; en tal sentido los personales de los restaurantes en su mayoría cumplen sus funciones de acuerdo a lo que se les establecen y este reflejo lo vemos en el gráfico N.º 13 en la que se observa que el 76% de los clientes, dijeron que la percepción que perciben al momento de recibir el servicio es buena y el 4% dijeron malo; en tal sentido en su mayoría de los clientes tienen una percepción buena al momento de recibir el servicio; por ende se puede decir que cuando los personales cumplen sus trabajos de acuerdo a las funciones establecidas por sus jefes, alcanzarán incrementarán la aceptación en cuanto las expectativas de sus clientes.

Dedios (2019) En su tesis realizada y titulada “Gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE rubro restaurant cevichería karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019 realizada en la Universidad Católica los ángeles de Chimbote es una investigación de tipo descriptivo, un nivel de investigación cuantitativo y un diseño no experimental llego a la conclusión que con respecto a los procesos de gestión de calidad el servicio del restaurant cevichería karaoke Ingrid utiliza recursos especializados para atender a los clientes, aportando un alto valor añadido para estos, es por eso que el local utilice los recursos para la ejecución e información, control o gestión para que de una manera el restaurant tenga una buena productividad, con respecto a los valores que mejoran el servicio el servicio al cliente se concluye que la gerenta tiene en cuenta los valores que mejoran el servicio al cliente, según con las respuestas de los trabajadores dicen que se sienten a gusto con el restaurant, con

respecto a las estrategias del servicio al cliente se concluye que los clientes consideran que el restaurant cevichería karaoke Ingrid debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que sean agradables para que así de otra manera los clientes accedan al servicio y producto que brinda el restaurant, a la vez permitirá que tenga acogida y que los clientes recomienden el local.

Campos (2015) En la investigación realizada sobre “La gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la primavera castilla, 2015”. Llego a la conclusión de que la gestión de calidad influye mucho en la competitividad lo cual muchos de los propietarios o gerentes no le toman mucha importancia sobre la gestión de calidad como fuente de competitividad y éxito sobre la empresa. Las características que tiene la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes cevicherías asentamiento humano la primavera es la falta de fuentes de información, conocer más sobre este tema, lo cual dejan de lado a la gestión de calidad y es por eso que no hay innovaciones de las estrategias de competitividad lo cual ha disminuido mucho las ventas en los últimos tiempos, esta investigación habla sobre los empresarios que deben de implementar un sistema de calidad como una estrategia de competitividad para mejorar su organización y ser más competitiva.

Hernández (2014) En el estudio realizado sobre gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza 2014, realiza en la universidad católica los ángeles de Chimbote de la ciudad de Trujillo teniendo una metodología de tipo cuantitativo, de diseño no experimental descriptivo concluyó que la mayoría de los gerentes y/o administradores el 53% cuentan con estudios secundarios y el 27% con estudios primarios, lo cual significa que deben de recibir alguna capacitación en temas relacionados con gestión de calidad,

marketing y competitividad, muchos de los casos ser propietarios o hijos del propietario hace que asuma una postura un poco más conservadora al momento de dirigir el negocio ya que se tiene la idea que si hasta el momento funciona y tienen clientes, no es necesario ningún tipo de modificación en la dirección de la empresa.

Otro punto muy importante es que el 67% de los restaurantes aplican la innovación tecnológica, un 20% opta por una innovación social lo cual es una forma para aumentar su competitividad en el rubro.

Las MYPE del rubro estudiado debe de dar mayor información de los elementos de la gestión de calidad debido a la gran importancia que tienen dentro del sistema del mercado comercial como los procesos, el manual de calidad, la documentación, debe de existir una buena relación de todos los elementos para que se ejecuten y trabajen muy bien dentro del sistema.

2.1.2. Competitividad:

Zapata (2015) En su tesis titulada “Análisis competitivo del sector de restaurantes en la ciudad de San José de Cúcuta para mejorar su posición en la economía de la región”. Realizada en la universidad de la Sabana teniendo una investigación de tipo enfoque mixto llegó a la conclusión que gracias a la información recogida se pudo evidenciar a futuro que el sector empresarial debe incluir nuevas materias primas que están abarcando novedades gastronómicas diferentes a las existentes con la carne de caracol, los productos naturales como los herbarios que están dando una cultura innovadora al igual que desarrollar nuevas estrategias de posicionamiento más agresivas a de talla internacional con mejorar la imagen corporativa con alguna imagen de un cantante, actor, futbolista, etc.

Cabrera y Bello (2014) En su tesis titulada “Plan de Mercadeo del restaurante de comidas rápidas “Cowi Sándwich & Parrilla” para el año 2014”, Realizada en la universidad autónoma del occidente, teniendo una metodología de tipo cuantitativa y cualitativa, y se usó el cuestionario como instrumento de recolección de datos, donde se propuso a identificar las estrategias de Marketing que se deben implementar para el crecimiento de las ventas y captar nuevos clientes, por lo cual se planteó como objetivo incrementar las ventas en 28%, desarrollando estrategias de producto, precio, promoción y plaza, llego a la conclusión que en el trabajo se observó que el restaurante no cuenta con ninguna estrategia de mercadeo definida, que le permita captar mayor cantidad de clientes, informar acerca de sus productos; siendo esta la razón 13 por el cual experimenta un crecimiento demasiado lento. Sin embargo, después de haber elaborado y aplicado tales estrategias, se tuvo como resultado que las ventas incrementaron en 28%, cumpliendo satisfactoriamente con el objetivo principal.

Contreras (2014) en su investigación titulada “Propuesta de una publicidad para el posicionamiento en la región de Lareense del Restaurante Petit Grill del Hotel Trinitarias Suites, Barquisimeto Estado de Lara” – Venezuela” Realizada en Colegio Universitario Hotel - Escuela de los Andes Venezolanos, para optar el Título de Administrador de empresas Hoteleras, teniendo una metodología tipo de investigación descriptivo, llegando a la conclusión que en el estudio se logró diagnosticar la necesidad de utilizar estrategias publicitarias en el Restaurante Grill del Hotel Trinitarias Suites, para lograr su posicionamiento en el mercado. La publicidad es un aspecto que no debe descuidar el Restaurante Grill Hotel Trinitarias Suites, quien debe enfocar su mayor esfuerzo en la publicidad, brindando información atractiva de los atributos particulares que ofrece.

Ortiz (2017) En su tesis titulada “Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurant del centro de Tumbes, año 2017” realizada en la Universidad Católica Los ángeles de Chimbote teniendo una investigación de tipo de investigación descriptiva, un nivel de investigación cuantitativo y de diseño no experimental de corte transversal llegó a la conclusión que se determinó que las características de precios y productos en la competitividad; toda vez que dichos niveles contribuyan a que las MYPES que operan en el centro de la ciudad ejerzan una buena competitividad o sean competitivos en este sector a pesar de prevalecer sus precios altos por la zona en donde se ejercen sus actividades.

Reyes y Vargas (2015) En su tesis titulada “Estrategias para impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa, año 2015”. Realizada en la universidad Católica San Pablo teniendo una metodología de tipo

exploratorio descriptivo, de diseño no experimental – transversal llegó a la conclusión que, en cuanto a la segmentación de mercado, se propone que los restaurantes picanterías se dirijan a segmentos divididos por edad, origen, costumbres, gustos y motivaciones.

En cuanto a las estrategias de infraestructura se planteó la evocación al pasado de la cultura arequipeña, ampliaciones, la creación de un vivero y área de cochera.

En las estrategias de comunicación, se planteó publicidad externa e interna. En la externa se propuso el uso de redes sociales, activaciones, convenios y publicidad con prensa escrita.

Rupay (2015) En su tesis titulada “Caracterización de la competitividad bajo el enfoque de estrategias de diferenciación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Carhuaz, 2015.”. Realizada en la universidad católica Los ángeles de Chimbote teniendo una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y de diseño no experimental de corte transversal llegó a la conclusión que la aplicación de estrategias de diferenciación, como la segmentación de mercado, intensidad de publicidad y prestigio en precios, va a permitir que las MYPE logren competitividad.

Se determinó que las MYPE del rubro restaurantes casi nunca aplican estrategias de diferenciación, como la segmentación de mercado, puesto que casi nunca hacen uso de instrumentos de registro de datos de los clientes, ni ofrecen ofertas personalizadas para un determinado grupo de personas, tampoco conocen las principales características de los clientes, asimismo en cuanto a la intensidad a la publicidad, son renuentes a invertir y casi nunca asignan un presupuesto para realizar publicidad de

manera constante, y en cuanto al prestigio de los precios, casi nunca las tarifas asignadas están en función a la calidad del servicio que brindan.

Zapata (2019) En su estudio titulado “ Caracterización de la competitividad y la capacitación de los Snack Cafetería de la provincia de Sullana” Realizada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote siendo una investigación de tipo descriptivo y nivel cuantitativo llegó a la conclusión que los factores que determinan la competitividad de los Snack cafetería, los empresarios toman en cuenta la opinión de sus colaboradores para así poder crear nuevas estrategias, así como sus productos cumplen con las características de calidad, teniendo en cuenta la categoría de costos de los productos y al cambio de tendencia crean nuevos procesos, estrategias para mantener satisfechos a sus clientes siendo una marca reconocida por lo cual ponen en práctica estrategias para motivar a sus colaboradores teniendo en cuenta las creencias de estos, trabajando con algunas entidades financieras, teniendo tecnologías.

Valdiviezo (2018) En su tesis titulada “Caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de la URB. Santa Ana - Piura año 2018” Realizada en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote siendo una investigación de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo de diseño no experimental llegó a la conclusión que con relación a los factores de la competitividad, la calidad del servicio se da a través de la frecuencia a los restaurantes del mismo modo la tecnología es buena por la flexibilidad en el cambio y además las ofertas que brindan para estar siempre mejor que la competencia.

Los elementos de la competitividad interviene al precio en la cual se encuentra relación directa con la competencia, los clientes si están de acuerdo con lo establecido, en

relación con la calidad se determina que si brinda un producto y servicio de calidad y de esta manera recomienda a sus amistades que lo frecuenten, con respecto a las políticas se determinó que se deben respetar en cada empresa que debe tener un libro de reclamaciones así como el adecuado uso de uniforme.

Rivas (2014) En su estudio titulado “Planeamiento estratégico y competitividad en las MYPE del servicio restaurantes – urbanización de la providencia Piura 2014” Realizada en la universidad católica Los Ángeles de Chimbote con una metodología de tipo descriptivo, de diseño no experimental y de nivel cuantitativo llego a la conclusión que hoy en día con la globalización, la competencia se ha vuelto más fuerte, lo cual está obligando a las empresas de este sector a reducir costos, aumentar la productividad, ser sumamente eficaces, reduciendo el grado de riesgos en sus estrategias y el error en la toma de decisiones adoptando nuevas filosofías bajo las cuales logran adaptarse logran adaptarse a los cambios del entorno y ser líderes en sus mercados. Siendo fuentes económicas muy proeporantes en Piura y las MYPE en general, necesitan conocer y/o profundizar sobre la importancia del planeamiento estratégicos y la competitividad, con la finalidad de consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico y ser mejores que sus competidores.

2.2.BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1. Gestión de calidad

2.2.1.1. Concepto de gestión de calidad

La gestión de calidad es aquel conjunto de distintas actividades la cual mediante estas se consigue un producto de buena calidad las cuales se ejecutan para dirigir a una organización, en otras palabras, la gestión de calidad se podría decir que es la planificación y el control de los objetivos que ya se dieron en la organización llevando así a satisfacer todas las necesidades que tenga el público.

Deming (2016) la calidad es la satisfacción que brinda la organización hacia un público específico dependiendo de un cierto sistema de medios la cual genera productos y servicios económicos la cual siempre va orientada al producto, sociedad, proceso, el coste y especialmente al cliente.

Aldana (2015) la gestión de calidad es una nueva forma para gestionar una empresa, ya que se rompe las reglas de una administración ya conocida como se sabe el jefe o encargado generaba poder y ordenaba a sus colaboradores y este debía de obedecer y respetar, pero eso ya es pasado ya que ahora en la actualidad tanto gerente como trabajadores pertenecen a un mismo grupo de trabajo dedicados al cumplimiento de los objetivos ya planteados por la organización.

Todas la MYPE necesita alcanzar a los objetivos ya planteados en el proceso administrativo que dio la organización y así poder llegar al éxito y gracias al trabajo de equipo que debe de haber tanto líderes como colaboradores cumplen con ello

proyectando al entorno sus actividades, un cierto comportamiento adecuado, una educación integra.

2.2.1.2. Recursos de la gestión de calidad

Iso 9001 (2015) La gestión de recursos se refiere a los procesos directivos de la obtención, en la división de los diversos recursos tanto sea como humanos, financieros, técnicos y físicos ya que estos ayudaran a la ejecución de las diversas actividades para poder llegar así a cumplir con todos los objetivos planteados.

En toda organización este es considerado como el factor más valioso que debe contar ya que sobre ellos recae la responsabilidad del fracaso o el éxito de la empresa.

- **Recursos humanos:** Este es un recurso muy escaso ya que se dice que cada persona tiene consigo diversas cualidades o actitudes esto ayuda a ver en qué puesto de trabajo se desempeñaría mejor en el desarrollo de sus actividades. Aunque la empresa así cuente con altos niveles de automatización, las personas siempre serán el recurso más valioso en toda empresa u organización ya que estas realizan tareas, controlan maquinas, se organizan bien en cuanto al proceso de producción que se realice, pero lo más importante es siempre la capacidad creativa y empresarial, en la toma de diversas decisiones y la relación que debe de haber entre si la cual impulsa al éxito de la organización, por ello se establece que la necesidad de determinar y proporcionar una cierta cantidad de personas para implementar la SGC y poder monitorear siempre los procesos que se estén realizando.

- **Recursos Físicos:** Es todo aquello que se puede tocar y con lo que cuenta la organización las cuales son usados en la ejecución de los procesos de lograr lo planteado en cuanto nunca debe de faltar un aspecto muy importante y siempre se debe de tener en cuenta es la calidad, cantidad y el tipo de recursos tangibles que pueda contar la empresa. Dichos recursos se deben de ordenar y documentar mediante inventarios para así poder llevar un control y registro de todos ellos, entre los recursos físicos destacan:

- Edificios: Son locales en donde se lleva a cabo el proceso de producción de los productos que se ofrece.
- Equipos y maquinarias: Son recursos o instrumentos indispensables ya que son herramientas de gran ayuda en la producción en cuanto al cuidado del recurso humano que no desgaste en el desarrollo de las actividades.
- Materia prima: Es el recurso principal lo cual se lleva a un proceso de cambio y transformación de los futuros bienes o servicios que brinda la organización.

- **Recursos técnicos:** Hace referencia a la parte tecnológica con lo que la empresa cuenta para poder así desarrollar los distintos procesos productivos, los avances tecnológicos, la modernidad y las actualizaciones que puede el proceso administrativo, de mercado y financiero, autorización de las marcas y de la información.

Dentro de los principales recursos técnicos se encuentra:

- Organigrama: Es la representación gráfica de la estructura de una empresa
- Fórmula: Modelo que contiene un breve termino de hacer, conseguir y resolver algo.
- Patente: Certificado que entrega el gobierno al autor de algo o al ejercicio de ciertas profesiones o industrias las cuales explotan un producto o servicio.

Recursos financieros: Son aquellos recursos económicos o efectivos que tiene la organización las cuales hace posible a la obtención de muchos más recursos que se van a implicar en todo el proceso de producción los cuales facilitan la obtención de los objetivos.

Estos pueden ser propios o ajenos:

- Propios: Es aquel capital de dinero propia de la empresa sin la necesidad de recurrir a terceros para el desarrollo de la producción.
- Ajenos: Son aquellos que no son propios o capital faltante de la organización lo cual estos acuden a terceros o también conocido como préstamos financieros, emisión de títulos de valores entre otros.

2.2.1.3. Beneficios de implementar una gestión de calidad

Esan (2018) tener consigo un sistema de gestión de calidad abarca un cierto conjunto de normas y estándares internacionalmente los cuales se interrelacionan y promueven los requisitos de calidad dentro de una organización para llevar a cabo un buen proceso y el cumplimiento de las condiciones que se exigen.

Los principales beneficios que trae consigo tener una buena gestión de calidad son:

- **Generar mayor eficiencia:** Se establecen pautas las cuales deben de ser seguidas por los trabajadores con el único fin de llevar a cabo los procesos comerciales unas capacitaciones ligeramente en términos de gasto financiero y tiempo.
- **Estimula la moral de los empleados:** Tener la funciones correctamente definidas y claras y los sistemas de capacitación, así mismo como una comprensión de como los roles de cada trabajador afecta al desarrollo de la organización son propios del sistema de gestión de calidad, este busca que los colaboradores se mantengan satisfechos y motivados con respecto a su trabajo ya que así les dará un valor para sobresalir en su desempeño dentro de la organización.
- **Ofrece reconocimiento internacional:** Esta normada en la Iso 9001, es aquella que establece todos los requisitos que debe de tener una empresa para tener una buena gestión de calidad la cual esto ayudara a que el negocio sea más confiable, ya que el objetivo que tiene cualquier empresa es exportar su producto a nivel internacional y con dicha acreditación de la ISO ayudará a la medida de tener credibilidad en lo que es el ámbito comercial internacional.

- **Mejora la gestión de procesos:** Los gerentes o dueños de las MYPE pueden aprender las mejorar que su negocio necesita a través de un sistema de documentación y análisis la cual garantiza si es que habido una buena toma de decisiones y la eliminación de los riesgos que pueda ocurrir y traiga consecuencias costosas.

- **Ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente:** Es la norma que está presente en la mejora continua lo cual permite ver la calidad de un producto y en como satisfacer las necesidades hacia los clientes proporcionando a las empresas el marco de revisión si es que se satisface la necesidad del cliente con el único fin de ejecutar una mejora continua.

2.2.2. COMPETITIVIDAD:

2.2.2.1. Concepto de competitividad

Garcés (2014) ser una persona competitiva en la actualidad significa que tiene ciertas características especiales las cuales permiten ser escogidos en un grupo de organizaciones o empresas encontrándose en un mismo mercado o rubro buscando siempre ser los seleccionados, es la diferenciación de la calidad, por las cualidades, habilidades y capacidades para poder captar y cautivar la atención y la satisfacción de los clientes ya sean internos o externos con los bienes o servicios que se brindan la cual se traduce en un gran generador de riquezas.

Koontz & O'Donnell (2013) La competitividad es aquella capacidad que tiene una organización también, así como país de obtener una cierta rentabilidad en el mercado relacionándose con sus competidores. Para que haya competitividad debe de haber relación entre la cantidad y el valor que tiene el producto que se ofrece y también de los insumos que se utilizaron para la elaboración de aquellos, y tanto la productividad de otros oferentes.

2.2.2.2. Estrategias competitivas:

Porter (2014) Las estrategias competitivas son el conjunto de acciones defensivas y ofensivas las cuales son puestas en marcha para alcanzar una ventaja posicional en el mercado frente a otros grupos de competidores, cierto modo estas estrategias se convierten en un medio o forma para alcanzar las ventajas competitivas.

- **Liderazgo en costes:** Consiste en producir los productos iguales o semejantes con ciertos costes menores a los que usan sus competidores la cual esta permitirá a la empresa a una reducción de sus precios hasta así incluso llegar a desaparecer o anular el margen de los competidores directos. Si una organización mantiene un liderazgo en costes se convertirá en un participante con mayor nivel dentro del sector de su industria a condición de que este controle los precios del sector industrial o cerca de él.

- **Diferenciación de producto:** Es aquella estrategia competitiva la cual su principal objetivo es que el consumidor perciba el producto de una forma diferente en relación con los demás competidores, basándose en diversas características como color, el tamaño y la calidad que este tiene.

Es producir un bien o servicio lo cual se considere único lo cual esto ayudará a que no existan presiones o impugnaciones de la competencia, permitiendo a la empresa fijar precios y consolidar la lealtad de los consumidores o usuarios

- **Segmentación de mercado:** Busca que las empresas conozcan los distintos comportamientos que tienen los clientes al momento de consumir un producto o servicio brindado y así ofrecerles lo que ellos realmente lo que necesitan para satisfacer sus necesidades, tratando de centrarse solo en algunos mercados objetivos en vez de tratar de apuntar a otros.

Esta estrategia es utilizada mayormente por empresas pequeñas que recién se están centrando en algún rubro dentro del mercado dado que no tienen los recursos necesarios para lograr atraer a todo público.

2.2.2.3. Factores de la competitividad

Rodríguez y Rodríguez (2017) dice que los diversos cambios que se observan en las empresas son a causa de que estas enfrentan la exigencia de diversas estrategias para poder así mantenerse fijas en el mercado comercial y así mismo identificar por ellos mismos las distintas ventajas competitivas las cuales brinda la oportunidad de ofrecer productos de buena calidad.

Ramírez (2018) menciona que es importante la determinación de cantidad y calidad de los factores productivos de diversos tipos ya sean naturales, infraestructuras, capitales, etc. De ese mismo modo conocer el recurso más valioso que es y humano en cuanto a sus conocimientos y sus distintas habilidades que este posea ya que estos serán la base para la creación de los productos con buena calidad.

Los factores productivos pueden ser:

- **Flexibilidad Productiva:** Es la capacidad de adaptarse y saber responder ante un cambio en las necesidades de los clientes, para hacer eficaz a las diversas circunstancias cambiantes, la cual la entidad debe esparcir sus recursos con los que cuenta de una manera eficiente teniendo la necesidad de que los trabajadores se adapten a diversas formas de trabajar influenciando a mejorar la calidad del producto.
- **Innovación:** Es aquel producto que es recientemente lanzado al mercado con el único fin de atender las demandas de la gente o clientes, abarcando los temas de tecnología, combinaciones entre los diversos factores de producción, cambios en la estructura o ambiente y modificar las diversas estrategias de producción.

- **Tecnología:** Es aquel instrumento que brinda grandes oportunidades a los países creando vías de desarrollo y conocimiento, la cual es la combinación de experiencia, habilidades en cuanto al conocimiento que posean alcanzando a cumplir los objetivos de la organización.
- **Calidad:** Es aquella combinación de los factores de innovación, la tecnología y la flexibilidad de producción obteniendo como resultado un producto ya sea nuevo o más complejo para satisfacer las necesidades que el cliente tenga.

III. HIPOTESIS GENERAL:

Fernández Sampieri (2016) toda aquella investigación descriptiva no necesita de una hipótesis, es decir los estudios descriptivos buscan especificar las características principales ya sean grupos, comunidades, personas o cualquier fenómeno sometido a un cierto análisis, midiendo diversos aspectos, componentes o dimensiones del tema o fenómeno a investigar.

Es considerablemente saber que los estudios descriptivos miden de una manera independiente las variables o conceptos con los que tenga que ver. Aunque desde luego pueden integrar las mediciones de cada una de dichas variables para poder decir como es.

IV. METODOLOGÍA:

4.1. Diseño de la investigación

- Tipo de investigación:

Hernández, Fernández y Baptista (2014) El enfoque cuantitativo (representa un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa es fija y procedente la cual no podemos evadir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Partiendo de una idea acotada y una vez delimitada se derivan o crean objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco teórico.

- Nivel de la investigación:

Rojas (2015) El nivel descriptivo exhibe el conocimiento de la realidad tal como se presenta en cualquier situación tanto de espacio y de tiempo dado. Aquí se observa, pregunta y se registra, describe el fenómeno sin introducir ninguna modificación haciéndose las siguientes preguntas de rigor ¿Qué es?; ¿Cómo es?; ¿Dónde está?; ¿Cuándo ocurre?; ¿Cuántos individuos son?

- Diseño de la investigación:

Mousalli (2015) El diseño no experimental de corte transversal se realizan sin modificar variables, es decir, no existe variación intencional de alguna variable para medir su efecto sobre otra, sino que se observa el fenómeno tal cual sea presentado en su contexto natural. En este tipo de estudios, las variables independientes ocurren y no se pueden manipular, al igual que sus efectos que traen consigo.

4.2. Población y muestra:

La población de la presente investigación estuvo conformada por 7 Mype ubicadas en Villa La Legua en el distrito de Catacaos, provincia de Piura, las cuales están dedicadas al rubro de Restaurant Cevichería y a las cuales se acudirá a pedir una cierta información. Con respecto a la población de la variable Gestión de calidad se tiene un promedio de 7 Mype las cuales se totalizan 63 trabajadores y 7 dueños o gerentes, constituyendo una población finita, por otro lado para la variable competitividad se constituye por ser una población infinita ya que la investigación será dirigida hacia los clientes.

Vélez (2015) La muestra viene a ser el conjunto que conforma un grupo de personas que se toma para poder algún fenómeno estadístico, ya que se aplica siempre y cuando la investigación sea una población finita o infinita.

Con respecto a la variable gestión de calidad es una población finita conocida lo cual consta de 7 dueños y 63 trabajadores, por lo cual al ser $63 > 50$ se debe aplicar fórmula estadística.

El tamaño de muestra para un nivel de confianza del 95%, un error del 5% y una proporción estimada de 0.5, para que $1 - \alpha = 0.95$ resulta $Z_{1 - \alpha/2} = 1.96$

$$n = \text{¿?}$$

$$N = 63$$

$$Z = 95\% = 1.96$$

$$P = 50\% = 0.5$$

$$Q = 50\% = 0.5$$

$$E = 5\% = 5/100 = 0.05$$

La cual al aplicarse la formula se desarrollaría de siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{[E^2 * (N-1)] + [Z^2 * P * Q]}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (63) (0.5) (0.5)}{[0.05^2 (63-1)] + [1.96^2 (0.5)(0.5)]}$$

$$n = \frac{59.5448}{1.1154}$$

$$1.1154$$

$$n = 53.38$$

$$n = 53$$

Entonces de los 63 trabajadores ya conocidos solo se tomará una muestra de 53 trabajadores

Con respecto a la variable competitividad que será dirigida a los clientes es una población infinita lo cual su muestra se utilizará la formula estadística que es la siguiente

$$n = \frac{Z^2 PQ}{E^2}$$

El tamaño de muestra, para un nivel de confianza del 95%, un error del 5% y una proporción estimada de 0.5. para $1-\alpha = 0.95$ resulta $Z_{1-\alpha/2} = 1.96$

Donde:

P= 0,77 Probabilidad de concurrencia: 50%

Q= 0,23 Probabilidad de no concurrencia: 50%

E= 0.05 error muestral de 5%

Z= 1.96

La muestra se calculó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.96 \times 0.77 \times 0.23}{0.05^2} = 272 \text{ encuestas}$$

Criterios de Inclusión.

Para la variable Gestión de calidad y competitividad son los dueños, trabajadores y clientes de ambos sexos mayores de 18 años

Criterios de exclusión.

Para la variable competitividad clientes menores de 18 años y personas que no disponen del tiempo para responder la encuesta.

Propietarios que no se encuentren en la capacidad de proporcionar información sobre las variables de estudio.

Cuadro de integrantes de los restaurants cevichería

Razón social	Dirección	Dueños	N°Trabajadores	Total
Las rejas	Villa la legua barrio norte S/N	1	4	5
El rico mero	Villa la legua barrio norte S/N	1	5	6
El video	Villa la legua barrio sector norte 233	1	8	9
Cantarito rojo	Villa la legua barrio centro S/N	1	6	7
La mellicera	Villa la legua barrio centro S/N	1	24	25
Mi socorrito	Villa la legua barrio centro S/N	1	7	8
La Sandoval	Villa la legua barrio centro S/N	1	9	10
TOTAL		7	63	70

Fuente: Municipalidad distrital de Catacaos

4.3. Definición y operacionalización de las variables

Variable	Definición	Definición operacional		Escala	Fuente	Metodología
Gestión de calidad	Deming (2016) la calidad es la satisfacción que brinda la organización hacia un público específico dependiendo de un cierto sistema de medios la cual genera productos y servicios económicos la cual siempre va orientada al producto, sociedad, proceso, el coste y especialmente al cliente.	Dimensiones	Indicadores	Nominal		Tipo de la investigación: Cuantitativo Nivel de la investigación: Descriptivo Diseño de la investigación: No experimental-transversal Población y muestra: 7 MYPE
		Recursos de la gestión de calidad	humanos		Trabajadores	
			Físicos		Dueño o gerente	
			Técnicos		Trabajadores	
			Financieros		Dueño o gerente	
		Beneficios de implementar	Generar mayor eficiencia		Dueño o gerente	
			Estimula la moral de los empleados			
Ofrece reconocimiento internacional						

		una gestión de calidad	Mejora la gestión de procesos Ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente			Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
Competitividad	Garcés (2014) ser una persona competitiva en la actualidad significa que tiene ciertas características especiales las cuales permiten ser escogidos n un grupo de organizaciones o empresas encontrándose en un mismo mercado o rubro buscando siempre ser los seleccionados.	Estrategias competitivas	Liderazgo en costes	Nominal	Clientes	
			Diferenciación de producto			
			Segmentación de mercado			
		Flexibilidad productiva				
		Innovación				

		Factores de la competitividad	Tecnología			
			Calidad			

4.4. Técnicas de instrumento:

Para la investigación la técnica que será utilizada es la encuesta y el instrumento que nos facilitará en recolectar la información que se requiera se desarrollará el instrumento de las preguntas nominales lo cual estas se elaboraron dependiendo de los indicadores que salieron de nuestras dimensiones, que responden a nuestros objetivos la cuál debe de ser evaluados y aprobado por expertos.

Salcedo (2019) la encuesta es un procedimiento de investigación la cual consiste en la obtención de información de las personas encuestadas donde se requiere explorar, describir o explicar una serie de características, esto debido a que las encuestas se pueden ejecutar de diversas maneras dependiendo de la metodología y los objetivos que se quieren lograr.

4.5. Plan De Análisis:

Luego de haber obtenido los datos se utilizarán los programas Word y Excel para las diversas elaboraciones de tablas y figuras para el respectivo procesamiento de los datos recogidos de a través de la encuesta aplicada a los dueños, trabajadores y clientes de las MYPE del sector de servicios- rubro restaurant cevichería de Villa La Legua, año 2018

4.6. Matriz de consistencia

Título	Enunciado	Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Metodología
Gestión de calidad y la caracterización de la competitividad de las mypes rubro restaurant cevichería de villa la legua Piura, año 2018	¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPE rubro restaurant cevichería de Villa La Legua – Piura año 2018?	Determinar las características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPE rubro restaurant cevichería de Villa La Legua – Piura año 2018.	<p>a) Identificar la gestión de recursos de las MYPE rubro restaurantes cevicherías Villa La Legua – Piura año 2018.</p> <p>b) Determinar los beneficios de la gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías de Villa La Legua – Piura año 2018.</p>	Gestión de calidad	<p>Tipo de la investigación: Cuantitativo</p> <p>Nivel de la investigación: Descriptivo</p> <p>Diseño de la investigación: No experimental-transversal</p> <p>Población y muestra: 7 MYPE</p> <p>Técnica:</p>

			<p>c) Identificar las estrategias competitivas de las MYPE rubro restaurantes cevicherías de Villa La Legua – Piura año 2018</p> <p>d) Determinar los factores de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías de Villa La Legua – Piura año 2018.</p>	Competitividad	<p>Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p>
--	--	--	--	----------------	---

4.7. Principios Éticos

Uladech (2019) En la investigación se consideró la veracidad de resultados por sobre todas las cosas, en cualquier espacio, circunstancia, así se acudió al mayor número posible de fuentes, para un mejor conocimiento de los hechos. Se respetó la propiedad intelectual, la privacidad, protegiéndose la identidad de los individuos que participan en el estudio.

Además, se rechazaron las conclusiones prejuiciosas, manipuladas y alienantes. Por otro lado, la investigación se realizó con independencia de criterio, honestidad intelectual, imparcialidad, pluralismo y responsabilidad social.

V. RESULTADOS:

5.1. Resultados

5.1.1. Variable gestión de calidad

5.1.1.1. Objetivo específico 1 Identificar la gestión de recursos de las MYPE rubro restaurant cevichería de Villa La Legua – Piura año 2018.

Tabla N° 1

¿Usted se considera como un recurso valioso dentro del restaurant cevichería?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	53	100%
NO	0	0%
TOTAL	53	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores
Elaboración propia

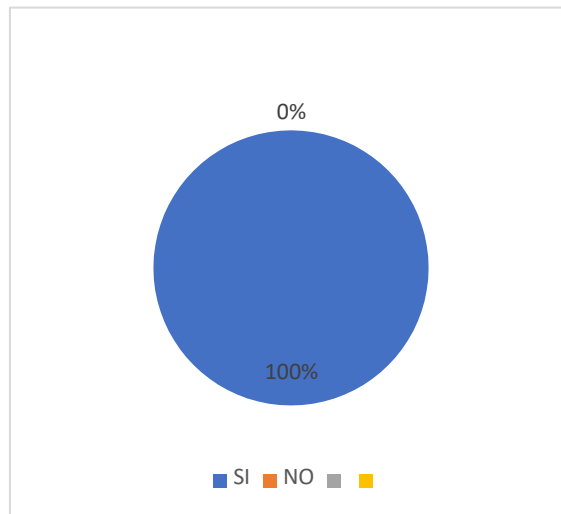


FIGURA 1:

Gráfico circular que representa a la figura recurso valioso dentro del restaurant cevichería

En la tabla 1 y la figura 1 de la pregunta ¿Usted se considera como un recurso valioso dentro del restaurant cevichería? Se sabe que el 100% de los trabajadores si se consideran como un recurso valioso en cambio el 0% de los trabajadores no se consideran como recurso valioso dentro del restaurant cevichería.

Tabla N° 2

¿Existe una buena relación entre compañeros de trabajo para la ejecución de las actividades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	46	87%
NO	7	13%
TOTAL	53	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores
Elaboración propia

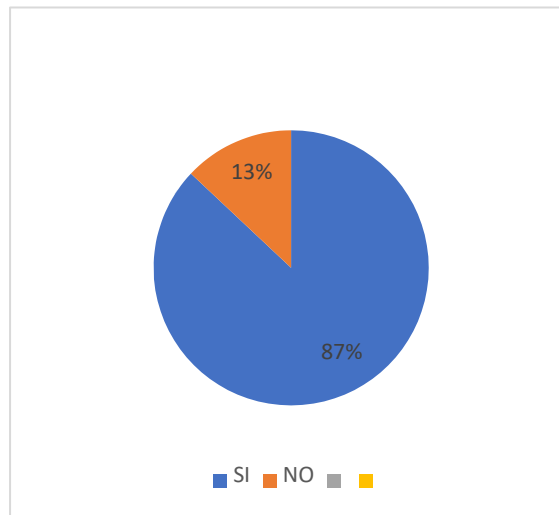


FIGURA 2:

Gráfico circular que representa a la figura buena relación entre trabajadores

En la tabla 2 y la figura 2 de la pregunta ¿Existe una buena relación entre compañeros de trabajo para la ejecución de las actividades? Se sabe que el 87% de los trabajadores si existe una buena relación en la ejecución de las actividades, en cambio el 13% de los trabajadores no tienen una buena relación en la ejecución de las actividades.

Tabla N° 3

¿Su personal de trabajo cuenta con las herramientas y materia prima necesaria para la producción de los productos ofrecidos en su carta?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	67%
NO	2	33%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los dueños o gerentes

Elaboración propia

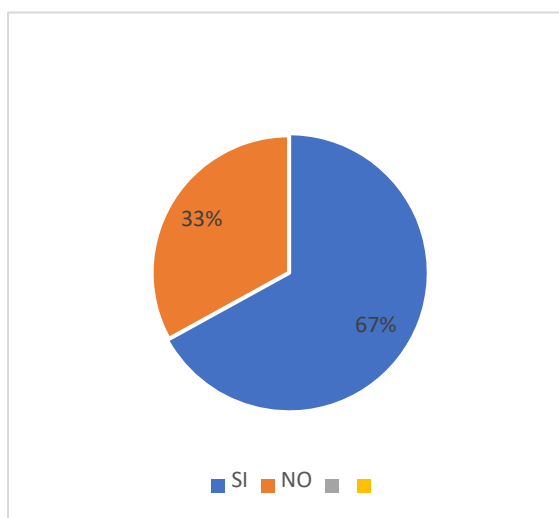


FIGURA 3:

Gráfico circular que representa a la figura herramientas y materia prima necesaria para la elaboración de productos

En la tabla 3 y la figura 3 de la pregunta ¿Su personal de trabajo cuenta con las herramientas y materia prima necesaria para la producción de los productos ofrecidos en su carta? Se sabe que el 67% de los dueños si brindan las herramientas y materia prima necesaria para la elaboración de los productos ofrecidos en la carta en cambio el 33% de los dueños dijeron que no brindaban las herramientas y materia prima necesaria para la elaboración de los productos ofrecidos en la carta.

Tabla N° 4

¿Cuentan con equipos tecnológicos para facilitar los pedidos de los productos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	23	43%
NO	30	57%
TOTAL	53	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

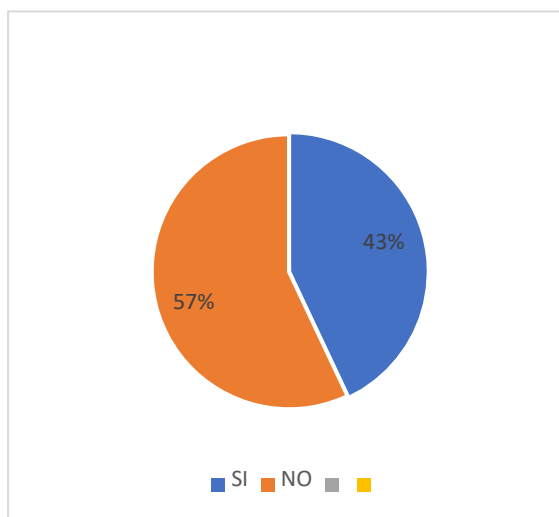


FIGURA 4:

Gráfico circular que representa a la figura equipos tecnológicos

En la tabla 4 y la figura 4 de la pregunta ¿Cuentan con equipos tecnológicos para facilitar los pedidos de los productos? Se sabe que el 43% de los trabajadores si cuentan con equipos tecnológicos que facilitan los pedidos de los productos en cambio el 57% de los trabajadores dijeron que no cuentan con equipos tecnológicos que facilitan los pedidos de los productos.

Tabla N° 5

¿La existencia de la tecnología en el restaurant cevichería ayuda en el proceso de producción de los productos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	23	43%
NO	30	57%
TOTAL	53	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

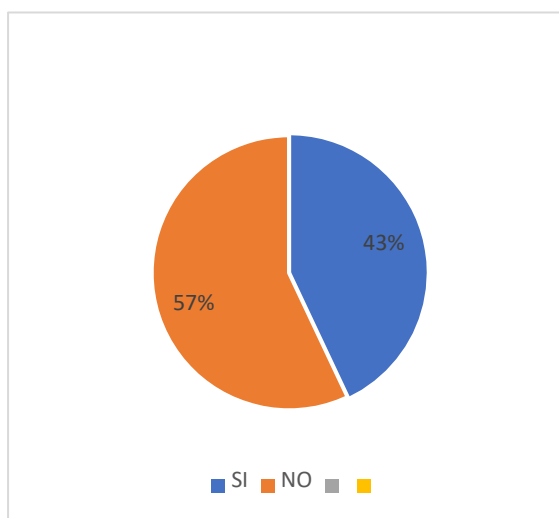


FIGURA 5:

Gráfico circular que representa a la figura la tecnología ayuda a la producción de los productos

En la tabla 5 y la figura 5 de la pregunta ¿La existencia de la tecnología en el restaurant cevichería ayuda en el proceso de producción de los productos? Se sabe que el 43% de los trabajadores dijeron que la tecnología si ayuda en la producción de los productos en cambio el 57% de los trabajadores dijeron que la tecnología no ayuda a la producción de los productos.

Tabla N° 6

¿Su restaurant cevichería cuenta con accionistas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	1	14%
NO	6	86%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los dueños o gerentes

Elaboración propia

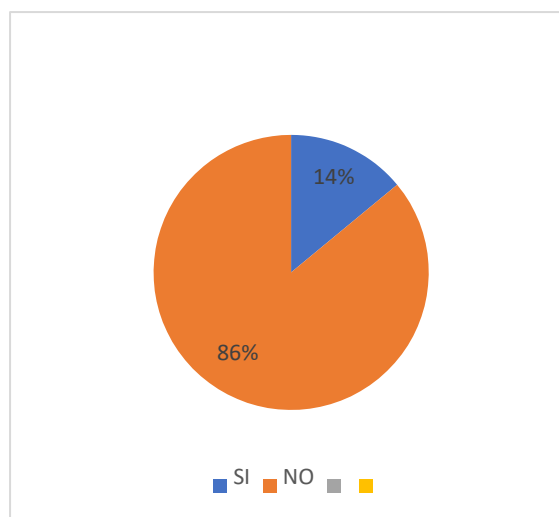


FIGURA 6:

Gráfico circular que representa a la figura accionistas del restaurant cevichería

En la tabla 6 y la figura 6 de la pregunta ¿Su restaurant cevichería cuenta con accionistas? Se sabe que el 14% de los dueños si cuentan con accionistas en el restaurant cevichería en cambio el 86% dijeron que no contaban con accionistas en el restaurant cevichería.

Tabla N° 7

¿Usted ha recurrido a préstamos bancarios para la adquisición de recursos faltantes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	43%
NO	4	57%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los dueños o gerentes

Elaboración propia

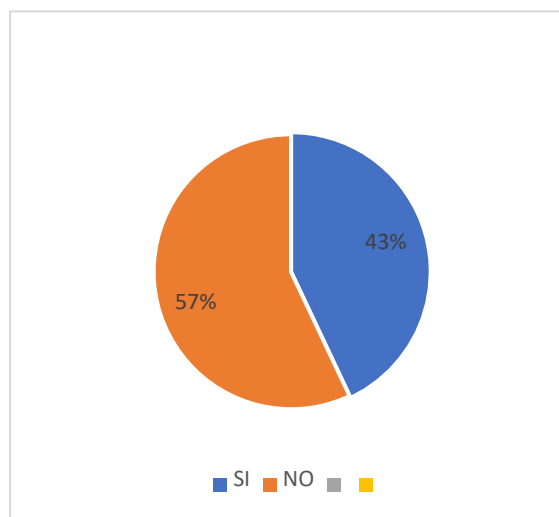


FIGURA 7:

Gráfico circular que representa a la figura préstamos bancarios

En la tabla 7 y la figura 7 de la pregunta ¿Usted ha recurrido a préstamos bancarios para la adquisición de recursos faltantes? Se sabe que el 43% de los dueños si han recurrido a préstamos bancarios para la adquisición de recursos faltantes en cambio el 57% de los dueños dijeron que no han recurrido a préstamos bancarios para la adquisición de productos.

5.1.1.2.Objetivo específico 2 Determinar los beneficios de la gestión de calidad de las MYPE rubro restaurant cevichería de Villa La Legua – Piura año 2018.

Tabla N° 8

¿Los trabajadores siguen pautas planteadas para la ejecución de sus actividades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	71%
NO	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los dueños o gerentes
Elaboración propia

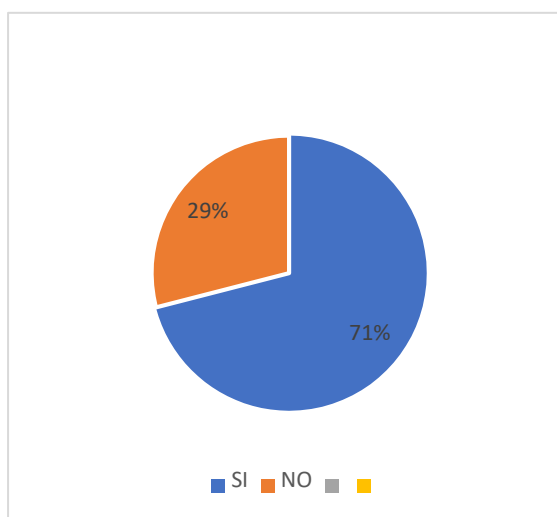


FIGURA 8:

Gráfico circular que representa a la figura pautas planteadas para la ejecución de actividades

En la tabla 8 y la figura 8 de la pregunta ¿Los trabajadores siguen pautas planteadas para la ejecución de sus actividades? Se sabe que el 71% de los dueños dicen que los trabajadores si siguen pautas para la ejecución de sus actividades en cambio el 29% de los dueños dijeron que sus trabajadores no siguen pautas para la ejecución de sus actividades.

Tabla N° 9

¿Usted motiva a sus trabajadores antes de empezar con sus actividades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los dueños o gerentes

Elaboración propia

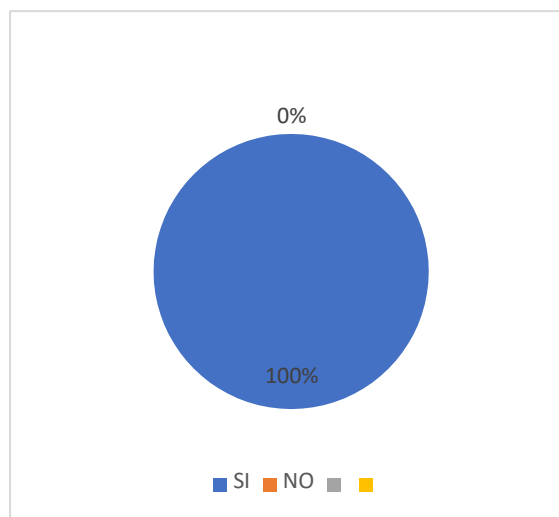


FIGURA 9:

Gráfico circular que representa a la figura Motivación

En la tabla 9 y la figura 9 de la pregunta ¿Usted motiva a sus trabajadores antes de empezar con sus actividades? Se sabe que el 100% de los dueños si motivan a sus trabajadores antes de empezar con sus actividades en cambio el 0% de los dueños dicen que no motivan a sus trabajadores antes de empezar con sus actividades.

Tabla N° 10

¿Sus trabajadores reciben alguna recompensa de motivación dependiendo del esfuerzo en sus actividades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	86%
NO	1	14%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los dueños o gerentes

Elaboración propia

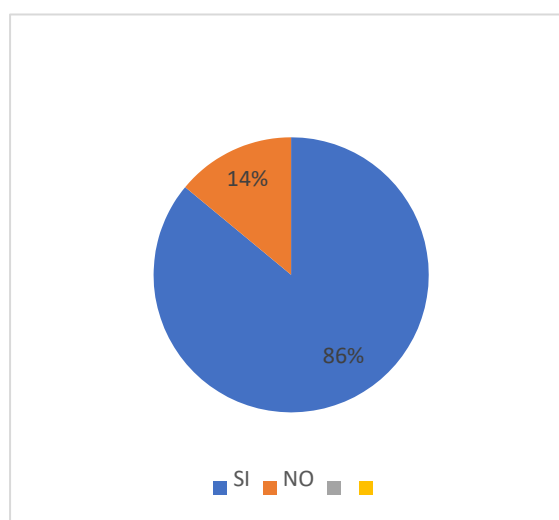


FIGURA 10:

Gráfico circular que representa a la figura recompensa motivacional

En la tabla 10 y la figura 10 de la pregunta ¿Sus trabajadores reciben alguna recompensa de motivación dependiendo del esfuerzo en sus actividades? Se sabe que el 86% de los dueños dijeron que sus trabajadores si reciben una recompensa motivacional en cambio el 14% de los dueños dijeron que sus trabajadores no recibían una recompensa motivacional.

Tabla N° 11

¿Sus productos que ofrece han sido reconocido internacionalmente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los dueños o gerentes

Elaboración propia

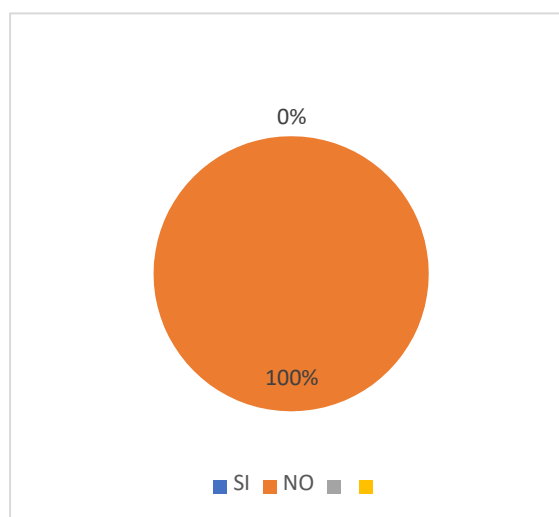


FIGURA 11:

Gráfico circular que representa a la figura productos reconocidos internacionalmente

En la tabla 11 y la figura 11 de la pregunta ¿Sus productos que ofrece han sido reconocido internacionalmente? Se sabe que el 0% de los dueños dijeron que sus productos han sido reconocidos internacionalmente en cambio el 100% de los dueños dijeron que sus productos no han sido reconocidos internacionalmente.

Tabla N° 12

¿Su restaurant cevichería cuenta con los requisitos establecidos por la norma ISO?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	43%
NO	4	57%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los dueños o gerentes
Elaboración propia

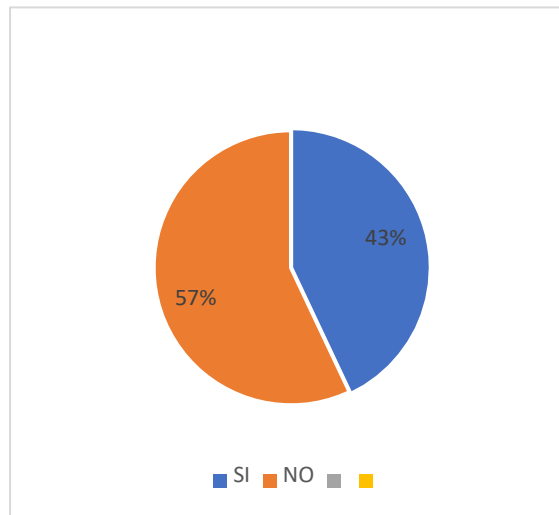


FIGURA 12:

Gráfico circular que representa a la figura requisitos establecidos por la norma ISO

En la tabla 12 y la figura 12 de la pregunta ¿Su restaurant cevichería cuenta con los requisitos establecidos por la norma ISO? Se sabe que el 43% de los dueños dijeron que su restaurant cevichería si cuentan con los requisitos establecidos por la norma ISO en cambio el 57% de los dueños dijeron que su restaurant cevichería no cuentan con los requisitos establecidos por la norma ISO.

Tabla N° 13

¿Usted ha recibido orientación para mejorar la gestión de su restaurant cevichería?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	71%
NO	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los dueños o gerentes
Elaboración propia

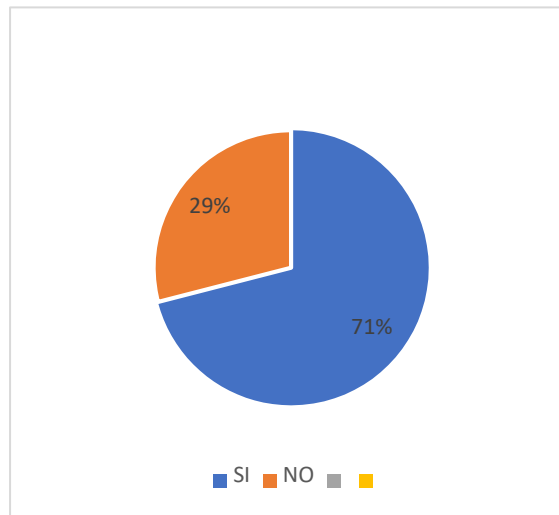


FIGURA 13:

Gráfico circular que representa a la figura orientación para mejorar la gestión

En la tabla 13 y la figura 13 de la pregunta ¿Usted ha recibido orientación para mejorar la gestión de su restaurant cevichería? Se sabe que el 71% de los dueños dijeron que si han recibido orientación para mejorar la gestión de su restaurant cevichería en cambio el 29% de los dueños dijeron que no han recibido orientación para mejorar la gestión de su restaurant cevichería.

Tabla N° 14

¿Sus productos han ido mejorando con el pasar de los años?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los dueños o gerentes

Elaboración propia

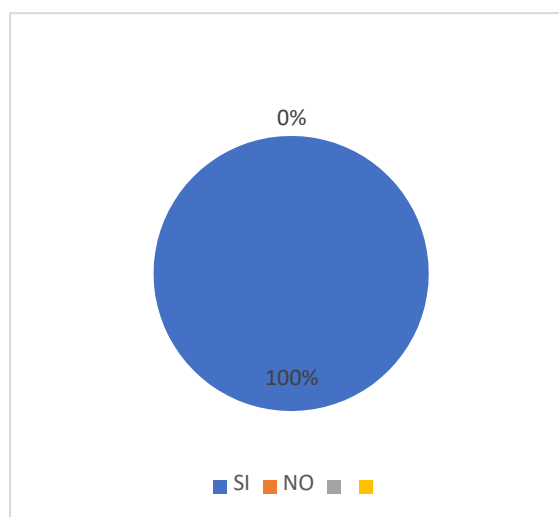


FIGURA 14:

Gráfico circular que representa a la figura mejora de productos

En la tabla 14 y la figura 14 de la pregunta ¿Sus productos han ido mejorando con el pasar de los años? Se sabe que el 100% de los dueños dijeron que sus productos si han ido mejorando con el pasar de los años en cambio el 0% de los dueños dijeron que no han ido mejorando con el pasar de los años.

Tabla N° 15

¿La calidad de cada producto que ofrece en la carta satisface las necesidades de los clientes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los dueños o gerentes

Elaboración propia

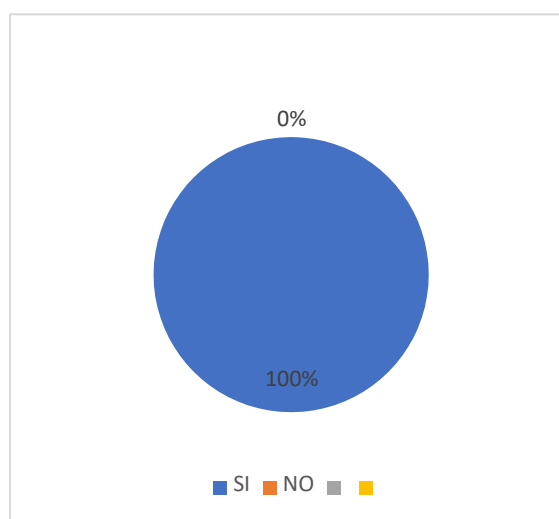


FIGURA 15:

Gráfico circular que representa a la figura calidad del producto

En la tabla 15 y la figura 15 de la pregunta ¿La calidad de cada producto que ofrece en la carta satisface las necesidades de los clientes? Se sabe que el 100% de los dueños dijeron que los productos que se ofrece en la carta si satisfacen las necesidades de los clientes en cambio el 0% de los dueños dijeron que los productos que se ofrece en la carta no satisfacen las necesidades de los clientes.

5.1.1.3. Objetivo específico 3 Identificar las estrategias competitivas de las MYPE rubro restaurant cevichería de Villa La Legua – Piura año 2018.

Tabla N° 16

¿Este restaurant cevichería ofrece mejores precios que los otros?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	190	70%
NO	82	30%
TOTAL	272	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

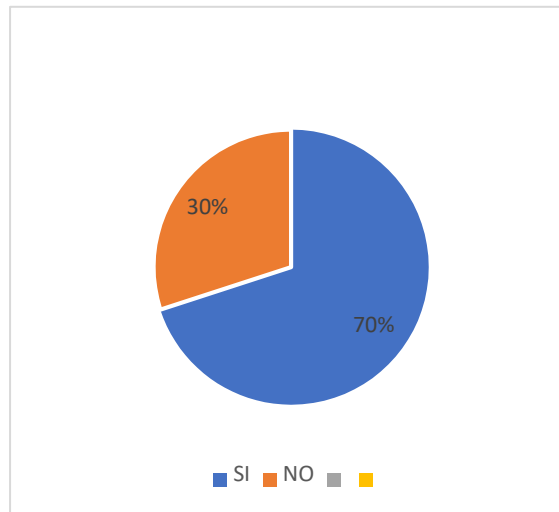


FIGURA 16:

Gráfico circular que representa a la figura precios del restaurant

En la tabla 8 y la figura 8 de la pregunta ¿Este restaurant cevichería ofrece mejores precios que los otros? Se sabe que el 70% de los clientes dijeron que el restaurant cevichería ofrece mejores precios que los demás en cambio el 30% de los clientes dijeron que no ofrecían mejores precios que los otros.

Tabla N° 17

¿La sazón de este restaurant cevichería es buena?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	272	100%
NO	0	0%
TOTAL	272	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

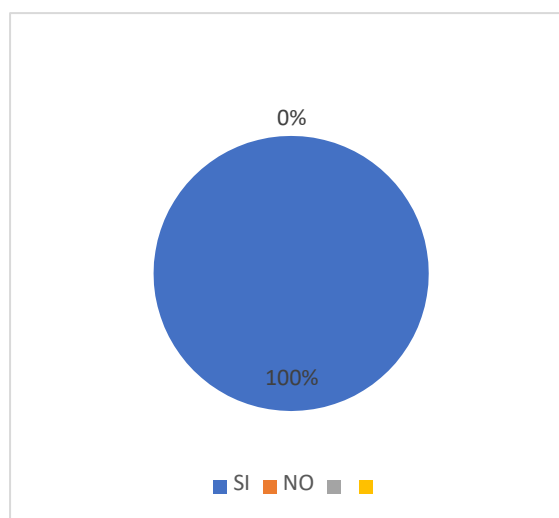


FIGURA 17:

Gráfico circular que representa a la figura sazón del restaurant cevichería

En la tabla 17 y la figura 17 de la pregunta ¿La sazón de este restaurant cevichería es buena? Se sabe que el 100% de los clientes dijeron que la sazón del restaurant cevichería si era buena en cambio el 0% de los clientes dijeron que la sazón del restaurant cevichería no era buena.

Tabla N° 18

¿Los productos que ofrece este restaurant cevichería es única ante las que ofrecen las demás?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	48	18%
NO	224	82%
TOTAL	272	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
 Elaboración propia

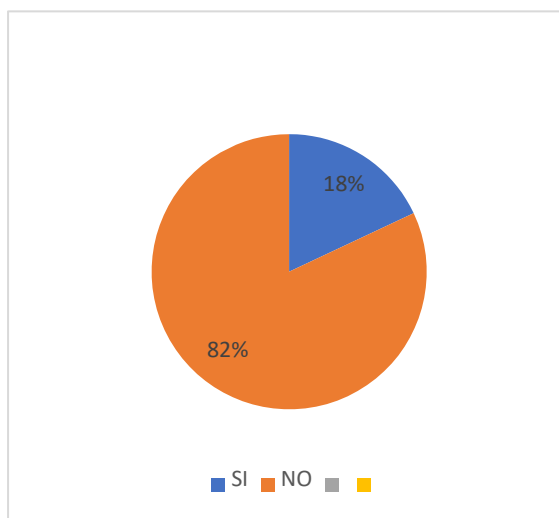


FIGURA 18:

Gráfico circular que representa a la figura productos únicos

En la tabla 18 y la figura 18 de la pregunta ¿Los productos que ofrece este restaurant cevichería es única ante las que ofrecen las demás? Se sabe que el 18% de los clientes dijeron que los productos que se ofrece si eran únicos en cambio el 82% de los clientes dijeron que los productos que ofrecen no eran únicos.

Tabla N° 19

¿El producto consumido cumplen con las características de sus necesidades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	262	96%
NO	10	4%
TOTAL	272	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

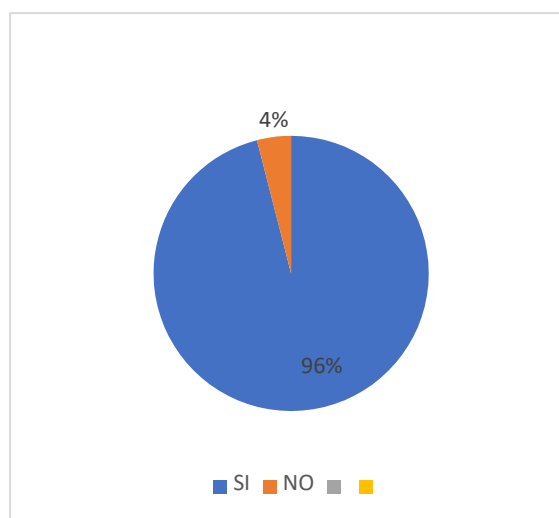


FIGURA 19:

Gráfico circular que representa a la figura los productos cumplen con las características de sus necesidades

En la tabla 19 y la figura 19 de la pregunta ¿El producto consumido cumple con las características de sus necesidades? Se sabe que el 96% de los clientes dijeron que los productos consumidos si cumplen con las características de sus necesidades en cambio el 4% de los clientes dijeron que los productos consumidos si cumplen con las características de sus necesidades.

5.1.1.4.Objetivo específico 4 Determinar los factores de la competitividad en las MYPE rubro restaurant cevichería de Villa La Legua – Piura año 2018.

Tabla N° 20

¿Considera que la publicidad del restaurant cevichería es atractiva para consumir aquí?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	250	92%
NO	22	8%
TOTAL	272	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

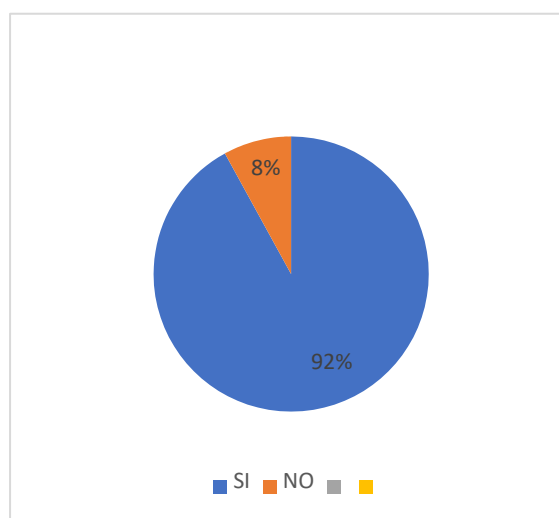


FIGURA 20:

Gráfico circular que representa a la figura publicidad atractiva

En la tabla 20 y la figura 20 de la pregunta ¿considera que la publicidad del restaurant cevichería es atractiva para consumir aquí? Se sabe que el 92% de los clientes dijeron que la publicidad si era atractiva para consumir ahí en cambio el 8% de los clientes dijeron que la publicidad no era atractiva para consumir ahí.

Tabla N° 21

¿El restaurant cevichería se adapta a las necesidades que tiene usted cómo cliente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	230	85%
NO	42	15%
TOTAL	272	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia

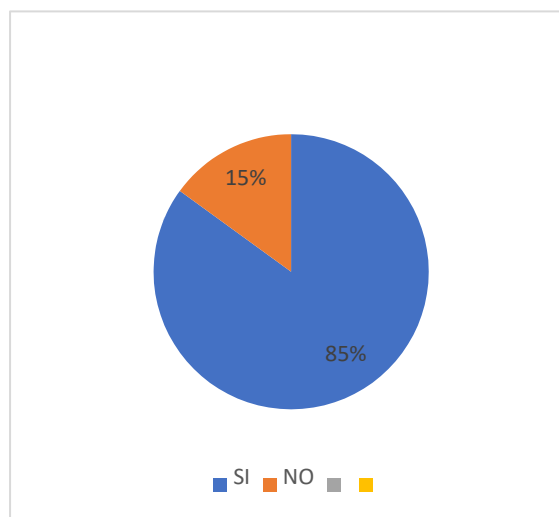


FIGURA 21:

Gráfico circular que representa a la figura adaptación con las necesidades del cliente

En la tabla 21 y la figura 21 de la pregunta ¿El restaurant cevichería se adapta a las necesidades que tiene usted cómo cliente? Se sabe que el 85% de los clientes dijeron que el restaurant cevichería si se adapta a sus necesidades en cambio el 15% de los clientes dijeron el restaurant cevichería no se adapta a sus necesidades.

Tabla N° 22

¿El restaurant cevichería ofrece una carta variada?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	150	55%
NO	122	45%
TOTAL	272	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

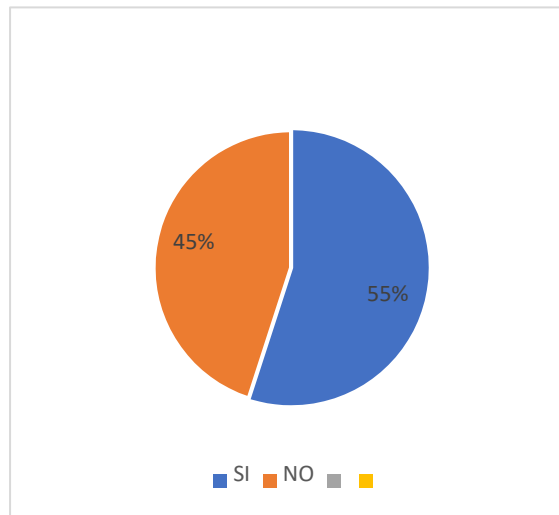


FIGURA 22:

Gráfico circular que representa a la figura carta variada

En la tabla 22 y la figura 22 de la pregunta ¿El restaurant cevichería ofrece una carta variada? Se sabe que el 55% de los clientes dicen que si ofrece una carta variada en cambio el 45% de los clientes dicen que no se ofrece una carta variada.

Tabla N° 23

¿El restaurant cevichería ha surgido cambios desde la última vez que consumió?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	120	44%
NO	152	56%
TOTAL	272	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

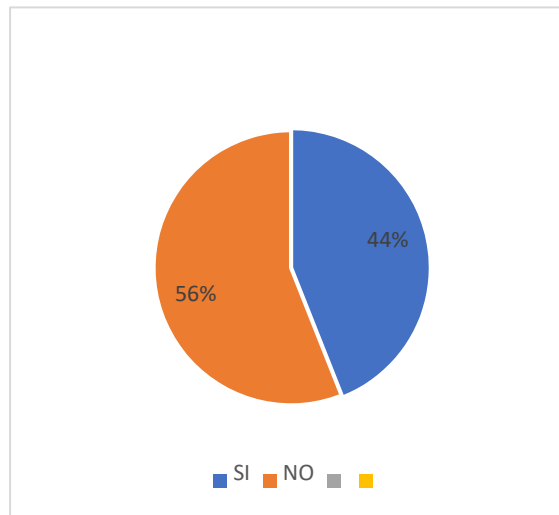


FIGURA 23:

Gráfico circular que representa a la figura cambios producidos

En la tabla 23 y la figura 23 de la pregunta ¿El restaurant cevichería ha surgido cambios desde la última vez que consumió? Se sabe que el 44% de los clientes dijeron que el restaurant cevichería si habían surgido cambios en cambio el 56% de los clientes dijeron que no habían surgido cambios.

Tabla N° 24

¿El restaurant cevichería emplea la tecnología para facilitar el servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	88	32%
NO	184	68%
TOTAL	272	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia

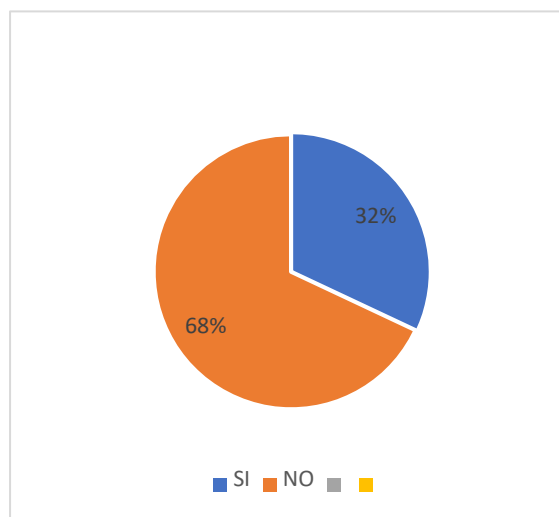


FIGURA 24:

Gráfico circular que representa a la figura uso de tecnología

En la tabla 24 y la figura 24 de la pregunta ¿El restaurant cevichería emplea la tecnología para facilitar el servicio? Se sabe que el 32% de los clientes dijeron que el restaurant cevichería si empleaba la tecnología en cambio el 68% de los clientes dijeron que no empleaban la tecnología en el restaurant.

Tabla N° 25

¿El producto del restaurant cevichería influye mucho en la decisión de consumir ahí?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	139	51%
NO	133	49%
TOTAL	272	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

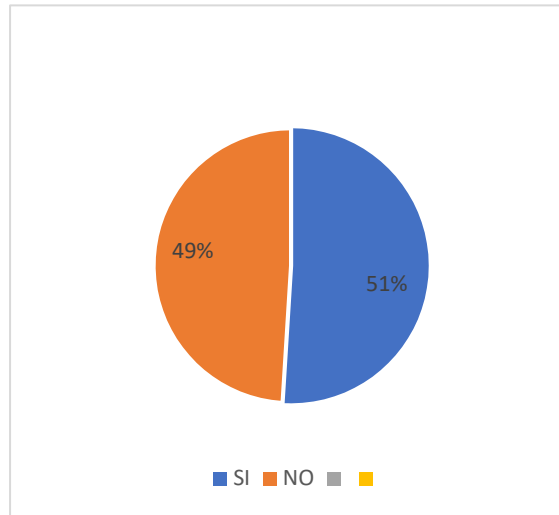


FIGURA 25:

Gráfico circular que representa a la figura influencia del producto

En la tabla 25 y la figura 25 de la pregunta ¿El producto del restaurant cevichería influye mucho en la decisión de consumir ahí? Se sabe que el 51% de los clientes dijeron que el producto si influencia en la decisión de consumir ahí en cambio el 49% de los clientes dijeron que el producto no influencia en la decisión de consumir ahí.

5.2. Análisis de resultados:

Referente a la tabla 1 denominada “Recurso valioso dentro del restaurant” Se dio a conocer que el 100% de los trabajadores si se consideran un recurso valioso dentro del restaurant cevichería resultado cercano con Dedios (2019) quien dijo que con respecto a los recursos especializados para atender a los clientes se añade un alto valor, según las respuestas de los trabajadores dicen que se sienten a gusto en el restaurant, por otro lado, la ISO 9001 – 2015 establece la necesidad de determinar y proporcionar las personas necesarias para la implementación del SGC y para monitorear y controlar los procesos.

Referente a la tabla 2 denominada “Relación entre trabajadores” Se dio a conocer que el 86% de los trabajadores dijeron que, si existía una buena relación de ellos en la ejecución de sus labores, resultado cercano con Ayra (2016) que dice que 52% de los gerentes de Huánuco dijeron que casi siempre, sus personales realizan sus trabajos de acuerdo a las funciones que se les establecen, por otro lado la ISO 9001 – 2015 que dice que lo mas importante es siempre la capacidad creativa y empresarial, en la toma de decisiones y la relación que deben de tener entre si los trabajadores la cual impulsa al éxito de la organización.

Referente a la tabla 3 denominada “Herramientas y materia prima” se dio a conocer que el 67% de los dueños o gerentes si brindan herramientas y la materia prima necesaria para la elaboración de los productos ofrecidos en la carta, Resultado Cercano con Dedios (2019) quien dice que el restaurant cevichería utiliza recursos especializados para atender a los clientes, aportando un alto valor añadido para estos, es por eso que el local utilice los recursos para la ejecución para que de una manera el

restaurant cevichería tenga una buena productividad, Por otro lado Iso 9001 (2015) es todo aquello que se puede tocar y con lo que cuenta la organización las cuales son usados en la ejecución de los procesos de lograr lo planteado en cuanto nunca debe de faltar un aspecto muy importante y siempre se debe de tener en cuenta es la calidad, cantidad y el tipo de recursos tangibles que pueda contar la empresa. Dichos recursos se deben de ordenar y documentar mediante inventarios para así poder llevar un control y registro de todos ellos

Referente a la tabla 4 denominada “Equipos tecnológicos” se dio a conocer que 57% de los trabajadores dijeron que no cuentan con equipos tecnológicos que facilitan los pedidos de los productos, Resultado lejano con Poma (2017) quien dice que la empresa del sector servicio rubro cevichería de la ciudad de Huaraz comprende que lo equipos y materiales utilizados en el proceso de la producción mejoran la calidad del producto. Por otro lado, la ISO- 2015 Hace referencia a la parte tecnológica con lo que la empresa cuenta para poder así desarrollar los distintos procesos productivos, los avances tecnológicos, la modernidad y las actualizaciones que puede el proceso administrativo, de mercado y financiero, autorización de las marcas y de la información.

Referente a la tabla 5 denominada “La tecnología como ayuda en la producción” se dio a conocer que el 57% de los trabajadores dijeron que la tecnología no ayuda a la producción de los productos, resultado lejano con Mosquera (2018) quien dijo que los factores importantes en la calidad del servicio maquinarias y equipos ayudan a que los clientes estén satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad del personal. Por otro lado, la ISO- 2015 Hace referencia a la parte tecnológica con lo que la empresa cuenta para poder así desarrollar los distintos procesos productivos, los avances tecnológicos, la modernidad y las actualizaciones

que puede el proceso administrativo, de mercado y financiero, autorización de las marcas y de la información.

Referente a la tabla 6 denominada “accionistas del restaurant cevichería” se dio a conocer que 86% de los dueños o gerentes dijeron que no contaban con accionistas en el restaurant cevichería, resultado cercano con Noel (2017) quien dijo que las fuentes de financiamiento de utilizan las MYPES es el financiamiento externo, en donde se conoció que los gerentes eligen como mejor alternativa de financiamiento a los préstamos bancarios, lo cual siempre generará una economía estable, siendo su principal motivo de préstamos el aumento de capital. Por otro lado, la Iso 9001 (2015) Son aquellos recursos económicos o efectivos que tiene la organización las cuales hace posible a la obtención de muchos más recursos que se van a implicar en todo el proceso de producción los cuales facilitan la obtención de los objetivos.

Referente a la tabla 7 denominada “Préstamos bancarios” se dio a conocer que el 57% de los dueños o gerentes dijeron que no han recurrido a préstamos bancarios para la adquisición de recursos, resultado cercano con Noel (2017) quien dijo que las fuentes de financiamiento de utilizan las MYPES es el financiamiento externo, en donde se conoció que los gerentes eligen como mejor alternativa de financiamiento a los préstamos bancarios, lo cual siempre generará una economía estable, siendo su principal motivo de préstamos el aumento de capital. Por otro lado, la Iso 9001 (2015) Son aquellos recursos económicos o efectivos dice que son aquellos recursos financieros que pueden ser propios o ajenos

Referente a la tabla 8 denominada “Pautas planteadas para la ejecución de actividades” se dio a conocer que el 71% de los dueños o gerentes dicen que los trabajadores si siguen pautas para la ejecución de sus actividades resultado cercano con Ayra (2016) quien dijo que el 52% de los gerentes de los restaurantes de Huánuco dijeron que casi siempre su personal realizan trabajos a acuerdo a las funciones que se les establece, en tal sentido que los personales de los restaurantes en su mayoría cumplen sus funciones de acuerdo a los que se les establece. Por otro lado, Esan (2018) tener consigo un sistema de gestión de calidad abarca un cierto conjunto de normas y estándares. Se establecen pautas las cuales deben de ser seguidas por los trabajadores con el único fin de llevar a cabo los procesos comerciales unas capacitaciones ligeramente en términos de gasto financiero y tiempo.

Referente a la tabla 9 denominada “Motivación” Se dio a conocer que el 100% de los dueños o gerentes si motivan a sus trabajadores antes de empezar con sus actividades, resultado cercano con Dedios (2019) quien dijo que con respecto a los valores que mejoran el servicio al cliente se concluye que la gerenta tiene en cuenta los valores que mejoran la calidad del servicio al cliente, según con las respuestas de los trabajadores dicen que se sienten a gusto con el restaurant. Por otro lado, Esan (2018) Tener la funciones correctamente definidas y claras y los sistemas de capacitación, así mismo como una comprensión de como los roles de cada trabajador afecta al desarrollo de la organización.

Referente a la tabla 10 denominada “Recompensa motivacional” Se dio a conocer que el 86% de los dueños o gerentes dijeron que sus trabajadores si reciben una recompensa motivacional, resultado cercano con Dedios (2019) quien dijo que con respecto a los valores que mejoran el servicio al cliente se concluye que la gerenta tiene en cuenta

los valores que mejoran la calidad del servicio al cliente, según con las respuestas de los trabajadores dicen que se sienten a gusto con el restaurant. Por otro lado, Esan (2018) dice que este busca que los colaboradores se mantengan satisfechos y motivados con respecto a su trabajo ya que así les dará un valor para sobresalir en su desempeño dentro de la organización.

Referente a la tabla 11 “Producto reconocido internacionalmente” Se dio a conocer que 100% de los dueños o gerentes dijeron que sus productos no habían sido reconocidos internacionalmente, resultado semejante con Hernández (2015) dijo que con respecto a los gerentes o administradores, la mayoría de estos solo cuentan con primaria o secundaria completa los cuales deben de recibir una capacitación en temas relacionados con gestión de calidad, marketing y competitividad para así poder inculcar el reconocimiento de sus productos internacionalmente. Por otro lado, la ISO-2015 dice que el objetivo que tiene cualquier empresa es exportar su producto a nivel internacional y con dicha acreditación de la ISO ayudará a la medida de tener credibilidad en lo que es el ámbito comercial internacional.

Referente a la tabla 12 denominada “Requisitos establecidos por la norma ISO” Se dio a conocer que el 57% de los dueños o gerentes dijeron que su restaurant cevichería no cuenta con los requisitos establecidos por la norma ISO, resultado semejante con Hernández (2015) dijo que con respecto a los gerentes o administradores, la mayoría de estos solo cuentan con primaria o secundaria completa los cuales deben de recibir una capacitación en temas relacionados con gestión de calidad, marketing y competitividad para así poder inculcar el reconocimiento de sus productos internacionalmente. Por otro lado, la ISO – 2015 es aquella norma que establece todos

los requisitos que debe de tener una empresa para tener una buena gestión de calidad la cual esto ayudara a que el negocio sea más confiable.

Referente a la tabla 13 denominada “Orientación de mejora de gestión” Se dio a conocer que el 71% de los dueños o gerentes dijeron que si han recibido orientación para mejorar la gestión de su restaurant cevichería, resultado igualado con Hernández (2015) dijo que, con respecto a los gerentes o administradores, la mayoría de estos solo cuentan con primaria o secundaria completa los cuales deben de recibir una capacitación en temas relacionados con gestión de calidad, marketing y competitividad para así poder inculcar el reconocimiento de sus productos internacionalmente. Por otro lado. Esan (2018) Dice que los gerentes o dueños de las MYPE pueden aprender las mejorar que su negocio necesita a través de un sistema de documentación y análisis la cual garantiza si es que habido una buena toma de decisiones y la eliminación de los riesgos que pueda ocurrir y traiga consecuencias costosas.

Referente a la tabla 14 denominada “Mejora de productos” Se dio a conocer que el 100% de los dueños o gerentes dijeron que sus productos si han ido mejorando con el pasar de los años, resultado lejano con Campos (2015) quien dijo que las características de gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento Humano La Primavera es la falta de fuentes de información, conocer mucho más sobre el tema, lo cual la gestión de calidad lo dejan de lado y por ello no existe la innovación y lo cual ha disminuido mucho las ventas en los últimos tiempos. Por otro lado, Esan (2018) Dice que los gerentes o dueños de las MYPE pueden aprender las mejorar que su negocio necesita a través de un sistema de documentación y análisis la cual garantiza si es que habido una buena toma de decisiones y la eliminación de los riesgos que pueda ocurrir y traiga consecuencias costosas.

Referente a la tabla 15 denominada “calidad del producto” se dio a conocer que el 100% de los dueños o gerentes dijeron que los productos que se ofrece en la carta si satisfacen las necesidades de los clientes, resultado lejano con Brugos (2017) quien dijo que la organización presentaba falencias graves en aspectos de planificación para el sistema de la gestión de calidad, lo cual con la encuesta se dio a conocer que existía una medición derivada de insatisfacción de los clientes ya sea al ingreso y durante los momentos claves del mismo. Por otro lado, Esan (2018) tener consigo un sistema de gestión de calidad abarca un cierto conjunto de normas y estándares internacionalmente los cuales se interrelacionan y promueven los requisitos de calidad dentro de una organización para llevar a cabo un buen proceso y el cumplimiento de las condiciones que se exigen.

Referente a la tabla 16 denominada “Precios del restaurant” se dio a conocer que 70% de los clientes dijeron que el restaurant cevichería ofrece mejores precios que los demás, resultado Cercano con Valdiviezo (2018) quien dijo que los elementos de la competitividad intervienen al precio en la cual se encuentra relación directa con la competencia. Por otro lado, Porter (2014) menciona que para liderar bien en costes consiste en producir los productos iguales o semejantes con ciertos costes menores a los que usan sus competidores.

Referente a la tabla 17 denominada “Sazón del restaurant cevichería” Se dio a conocer que el 100% de los clientes dijeron que la sazón del restaurant cevichería si era buena, resultado cercano con Rupay (2015) quien dijo que la aplicación de estrategias de diferenciación, como la segmentación de mercado, prestigio en precios, va a permitir que las MYPE logren competitividad, lo cual los restaurantes casi nunca aplican las estrategias de diferenciación con las otras competencias. Por otro lado Porter (2014)

Es aquella estrategia competitiva la cual su principal objetivo es que el consumidor perciba el producto de una forma diferente en relación con los demás competidores, basándose en diversas características como color, el tamaño y la calidad que este tiene, es producir un bien o servicio lo cual se considere único lo cual esto ayudará a que no existan presiones o impugnaciones de la competencia, permitiendo a la empresa fijar precios y consolidar la lealtad de los consumidores o usuarios.

Referente a la tabla 18 denominada “Productos únicos” Se dio a conocer que el 82% de los clientes dijeron que los productos que ofrecen no eran únicos, resultado semejante con Zapata (2015) quien dijo que el sector empresarial debe incluir nuevas materias primas las cuales están abarcando novedades gastronómicas con productos naturales, herbarios que están dando una cultura innovadora. Por otro lado, Porter (2014) dice que se busca que las empresas conozcan los distintos comportamientos que tienen los clientes al momento de consumir un producto o servicio brindado y así ofrecerles lo que ellos realmente lo que necesitan para satisfacer sus necesidades, tratando de centrarse solo en algunos mercados objetivos en vez de tratar de apuntar a otros.

Referente a la tabla 19 denominada “Los productos cumplen con las características de sus necesidades” Se dio a conocer que el 96% de los clientes dijeron que los productos consumidos si cumplen con las características de sus necesidades, resultado semejante con Reyes & Vargas (2015) quienes dijeron que, en cuanto a la segmentación de mercado, se propone que los restaurantes picanterías se dirijan a segmentos divididos por edad, origen, costumbres, gustos y motivaciones. Por otro lado, Ramirez (2018) dice que es la capacidad de adaptarse y saber responder ante un cambio para hacer eficaz a las diversas circunstancias cambiantes, la cual la entidad debe esparcir sus

recursos con los que cuenta de una manera eficiente teniendo la necesidad de que los trabajadores se adapten a diversas formas de trabajar influenciando a mejorar la calidad del producto.

Referente a la tabla 20 denominada “Publicidad atractiva” Se dio a conocer que 92% de los clientes dijeron que la publicidad si era atractiva para consumir ahí, resultado Contreras (2014) quien dijo que en el estudio se logró diagnosticar la necesidad de utilizar estrategias publicitarias en el Restaurante Grill del Hotel Trinitarias Suites, para lograr su posicionamiento en el mercado. La publicidad es un aspecto que no debe descuidar el Restaurante Grill Hotel Trinitarias Suites, quien debe enfocar su mayor esfuerzo en la publicidad, brindando información atractiva de los atributos particulares que ofrece. Por otro lado, Ramirez (2018) dice que es la capacidad de adaptarse la cual la entidad debe esparcir sus recursos con los que cuenta de una manera eficiente teniendo la necesidad de que los trabajadores se adapten a diversas formas de trabajar influenciando a mejorar la calidad del producto.

Referente a la tabla 21 denominada “Adaptación con las necesidades de los clientes” se dio a conocer que el 85% de los clientes dijeron que el restaurant cevichería si se adapta a sus necesidades, Resultado cercano con Rivas (2014) quien dijo que la competencia hoy en día se ha vuelto mucho más fuerte lo cual está obligando a las empresas de este sector a reducir costos, aumentar la productividad, ser sumamente eficaces, reduciendo el grado de riesgos en sus estrategias y el error en la toma de decisiones para que así el logren adaptarse a los cambios y a las necesidades de los clientes. Por otro lado, Ramirez (2018) Dice que es la capacidad de adaptarse y saber responder ante un cambio en las necesidades de los clientes, para hacer eficaz a las diversas circunstancias cambiantes.

Referente a la tabla 22 denominada “Carta variada” Se dio a conocer que el 55% de los clientes dijeron que, si ofrecen una carta variada, resultado cercano con Zapata (2019) quien dijo que los productos cumplen con las características de calidad basándose a la tendencia se crean nuevos procesos y como consecuencia vienen nuevos productos los cuales es una estrategia para mantener satisfechos a sus clientes siendo una marca reconocida. Por otro lado, Ramirez (2018) Dice que es aquel producto que es recientemente lanzado al mercado con el único fin de atender las demandas de la gente o clientes.

Referente a la tabla 23 denominada “Cambios producidos” Se dio a conocer que el 56% de los clientes dijeron que no habían surgido cambios, resultado semejante con Cabrera y Bello (2014) quienes dijeron que en el trabajo se observó que el restaurante no cuenta con ninguna estrategia de mercadeo definida, que le permita captar mayor cantidad de clientes, informar acerca de sus productos; siendo esta la razón 13 por el cual experimenta un crecimiento demasiado lento. Por otro lado, Ramirez (2018) dice que la innovación abarca los temas de tecnología, combinaciones entre los diversos factores de producción, cambios en la estructura o ambiente y modificar las diversas estrategias de producción.

Referente a la tabla 24 denominada “Uso de la tecnología” Se dio a conocer que el 68% de los clientes dijeron que no empleaban la tecnología en los restaurants cevichería, resultado cercano con Valdiviezo (2018) que mencionó que con relación a los factores de la competitividad, la calidad del servicio se da a través de la frecuencia a los restaurantes del mismo modo la tecnología es buena por la flexibilidad en el cambio y además las ofertas que brindan para estar siempre mejor que la competencia. Por otro lado, Ramirez (2018) Es aquel instrumento que brinda grandes oportunidades

a los países creando vías de desarrollo y conocimiento, la cual es la combinación de experiencia, habilidades en cuanto al conocimiento que posean alcanzando a cumplir los objetivos de la organización.

Referente a la tabla 25 denominada “Influencia del producto” Se dio a conocer que el 51% de los clientes dijeron que el producto si influencia en la decisión de consumir ahí, resultado cercano con Zapata (2019) quien dice que los gerentes toman en cuenta la opinión de sus colaboradores para así poder crear nuevas estrategias, así como sus productos cumplen con las características de calidad, teniendo en cuenta la categoría de costos de los productos y al cambio de tendencia crean nuevos procesos, estrategias para mantener satisfechos a sus clientes. Por otro lado, Ramirez (2018) Es aquella combinación de los factores de innovación, la tecnología y la flexibilidad de producción obteniendo como resultado un producto ya sea nuevo o más complejo para satisfacer las necesidades que el cliente tenga.

VI. CONCLUSIONES

- Con respecto a la gestión de recursos de acuerdo a las respuestas de los trabajadores el recurso humano es el recurso más valioso ya que de ellos depende el éxito o fracaso de la empresa en sus actividades

Por lo que se recomienda que los restaurants cevichería implementar motivación hacia los trabajadores para que así ellos estén satisfechos dentro de la empresa.

- Los beneficios de la gestión de calidad de acuerdo a la dimensión Niveles más altos de satisfacción del cliente se obtuvo que las Mype cumplen con la calidad en relación con las necesidades de los clientes superando así las expectativas que tenían del producto.

Por lo que se recomienda seguir las pautas necesarias para poder producir el producto que satisfaga las necesidades de los clientes.

- Con respecto a las estrategias competitivas de acuerdo al indicador diferenciación del producto, se obtuvo que los clientes prefieren y consideran que cada producto de cada restaurant cevichería es único con respecto a su sazón.

Por lo que se recomienda que cada producto de la carta sea único ante la competencia para que los clientes consuman y luego recomienden el local.

- Con respecto a los factores de la competitividad en relación con el indicador flexibilidad productiva se obtuvo que los clientes si les atraía la publicidad de la Mype para consumir en el local.

Por lo que se recomienda que las Mype deben de seguir esparciendo todos sus recursos necesarios para poder llevar al éxito y popularidad de la empresa.

- Se identificó que existe una relación entre la gestión de calidad con la competitividad ya que los restaurantes cevichería utilizan todos sus recursos y ejecutan diversas estrategias de competitividad para poder cumplir con las diversas necesidades de los clientes y así llevar al éxito la organización.

Por lo que se recomienda que las Mype deben de poner en práctica nuevas estrategias para poder ser líder en el mercado de ese rubro y ganar fidelización con los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldana , L. (2015). *Calidad y servicio*. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/07/Calidad-y-servicio-3ra-Edición.pdf>
- Ayra Elguera, N. (2017). *Benchmarking y la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco- 2016*. Obtenido de http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/139/TO47_47481829T.PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Burgos Gonzales, D. (2017). *DESARROLLO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL*. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/DOCUMENTO%20FINAL.pdf?sequence=1>
- Cabrera Martinez , D., & Bello Hernández José. (2014). *Plan de Mercadeo del restaurante de comidas rápidas “Cowi Sándwich & Parrilla” para el año 2014*. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/5659/1/T03716.pdf>
- Campos Jlbaja, C. A. (2015). *Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la primavera castilla, 2015*. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039354>
- Caycho. (2017). *caracterización de la gestión de calidad y formalización de las MYPES del sector servicio, rubro cevicherías en la provincia de Leoncio Prado*. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045305>
- Contreras. (2014). *Propuesta de una estrategia de publicidad para el posicionamiento en la región de Larence del Restaurante Petit Grill del hotel trinitarias suites, Barquisimeto Edo*. Obtenido de <http://cuhelav.noip.org/anexos/13/09/18/926.pdf>
- Dedios Lòpez , M. A. (2019). *Gestión de calidad y atención al cliente de la MYPE rubro restaurant cevicheria karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11471>
- Deming. (2016). *El ciclo de Deming : Gestion y mejora de procesos*. Obtenido de <https://equipo.altran.es/el-ciclo-de-deming-la-gestion-y-mejora-de-procesos/>
- EsanConexion. (2018). *Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>

- Hernandez. (2014). *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014*. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037811>
- ISO - 9001. (2015). *Gestion de calidad*. Obtenido de <http://www.educaguia.com/apuntesde/calidad/gestion-recursos.pdf>
- Koontz, & O'Donnell. (2013). *Competitividad empresarial*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/competitividad-empresarial/>
- Lopez Mosquera, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Noel nuñez, B. S. (2017). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPES, SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES Y CEVICHERÍAS EN EL DISTRITO DE ZORRITOS, 2017*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3852/FINANCIAMIENTO_GESTION_DE_CALIDAD_NOEL_NUNEZ_BETTY_SOLEDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ortiz Guerrero, C. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurant del centro de Tumbes, año 2017*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3941/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_ORTIZ_GUERRERO_CECILIA_YARETT.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Porter, M. (2014). *Las 3 estrategias competitivas genéricas de Michael Porter*. Obtenido de <https://cepymenews.es/las-3-estrategias-competitivas-genericas-de-michael-porter>
- Ramirez Molina, R. (2018). *Factores de la competitividad empresarial en el sector comercial*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/325743031_Factores_de_Competitividad_Empresarial_en_el_Sector_Comercial
- Reyes Calcina, L. O., & Vargas Tovar, J. Y. (2016). *Estrategias para impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa – 2015*. Obtenido de http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/14862/4/REYES_CALCINA_LEE_EST.pdf
- Rivas Aguilar, V. (2014). *Planeamiento estratégico y competitividad en las MYPE de servicio, rubro restaurantes urbanización la providencia Piura 2014*.

- Obtenido de
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035615>
- Rodriguez, R. &. (2017). *Pensamiento Estratégico como Perspectiva para la Gerencia en las Organizaciones del siglo XXI*. . Obtenido de
<http://recitiutm.iutm.edu.ve/index.php/recitiutm/article/download/39/pdf>
- Rupay Llanque, Y. N. (2017). *Caracterización de la competitividad bajo el enfoque de estrategias de diferenciación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Carhuaz, 2015*. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4967/MYPE_COMPETITIVIDAD_RUPAY_LLANQUE_YESICA_NORMA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Valdiviezo Robledo, K. A. (2018). *Caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de la URB. Santa Ana - Piura año 2018*. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5833/CARACTERIZACION_COMPETITIVIDAD_KAROOOL_ALEXANDRA_VALDIVIEZO_ROBLEDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Zapata Briceño, G. A. (2015). *ANÁLISIS COMPETITIVO DEL SECTOR DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE SAN JOSÉ DE CÚCUTA PARA MEJORAR SU POSICIÓN EN LA ECONOMÍA DE LA REGIÓN*. Obtenido de
<https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/18163/Gibelli%20Andreina%20Zapata%20Briceño%20%28tesis%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zapata Carreño, D. R. (2019). *Caracterización de la competitividad y la capacitación de los Snack Cafetería de la provincia de Sullana*. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10558/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_ZAPATA_CARREÑO_DANNITZA_RUBID.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

I. Cronograma de actividades:

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2018				Año 2019				Año 2019				Año 2020			
		Semestre I				Semestre II				Semestre III				Semestre IV			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico				X												
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de información					X											
7	Elaboración del consentimiento informado (*)						X										
8	Recolección de datos							X									
9	Presentación de resultados								X								
10	Análisis e interpretación de los resultados									X							
11	Redacción del informe preliminar										X						
13	Revisión del informe final de la tesis por el jurado de investigación											X					
14	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación												X				
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación														X		
16	Redacción de artículo científico															X	X

II. Esquema de presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.20	200	40.00
• Fotocopias	0.10	180 unidades	18.00
• Empastado	35.00	2 unidades	70.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	0.20	100 unidades	20.00
• Lapiceros	2.00	5 unidades	10.00
Servicios			
• Uso del turnitin	50.00	3	150.00
Sub total			
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	4.00	5	20.00
Sub total			
Total presupuesto			328.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de internet	40.00	5	200.00
• Búsqueda de información en base	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de investigación ERP)	40.00	4	160.00
• Impresiones	0.20	500 unidades	100.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			
Recurso Humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			832.00
Total presupuesto no desembolsable			
Total (S/)			1160.00

III. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



Cuestionario para dueños o gerentes:

Buenos días, la siguiente encuesta es realizada por estudiante de la facultad de Ciencias Contables, Financieras y administrativas, de la carrera Profesional de Administración, como parte del proceso curricular de la elaboración de un proyecto de investigación, basado en la recolección de datos, para hallar la solución a la problemática gestión de calidad y caracterización de la competitividad de las MYPE rubro restaurant cevichería Villa La Legua, Piura, año 2018.

A continuación, se le mencionará una serie de preguntas correspondientes a Ud. Responderá con SI O NO según parezca y por ende se le agradece su participación ante mano.

1. ¿Su personal de trabajo cuenta con las herramientas y materia prima necesaria para la producción de los productos ofrecidos en su carta?
SI () NO ()

2. ¿Su restaurant cevichería cuenta con accionistas?
SI () NO ()

3. ¿Usted ha recurrido a préstamos bancarios para la adquisición de recursos faltantes?
SI () NO ()

4. ¿Los trabajadores siguen pautas planteadas para la ejecución de sus actividades?
SI () NO ()
5. ¿Usted motiva a sus trabajadores antes de empezar con sus actividades?
SI () NO ()
6. ¿Sus trabajadores reciben alguna recompensa de motivación dependiendo del esfuerzo en sus actividades?
SI () NO ()
7. ¿Sus productos que ofrece han sido reconocido internacionalmente?
SI () NO ()
8. ¿Su restaurant cevichería cuenta con los requisitos establecidos por la norma ISO?
SI () NO ()
9. ¿Usted ha recibido orientación para mejorar la gestión de su restaurant cevichería?
SI () NO ()
10. ¿Sus productos han ido mejorando con el pasar de los años?
SI () NO ()
11. ¿La calidad de cada producto que ofrece en la carta satisface las necesidades de los clientes?
SI () NO ()



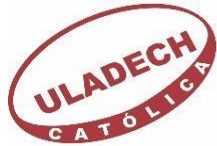
UCT

Cuestionario para trabajadores:

Buenos días, la siguiente encuesta es realizada por estudiante de la facultad de Ciencias Contables, Financieras y administrativas, de la carrera Profesional de Administración, como parte del proceso curricular de la elaboración de un proyecto de investigación, basado en la recolección de datos, para hallar la solución a la problemática gestión de calidad y caracterización de la competitividad de las MYPE rubro restaurant cevichería Villa La Legua, Piura, año 2018.

A continuación, se le mencionará una serie de preguntas correspondientes a Ud. Responderá con SI O NO según parezca y por ende se le agradece su participación ante mano.

1. ¿Usted se considera como un recurso valioso dentro del restaurant cevichería?
SI () NO ()
2. ¿Existe una buena relación entre compañeros de trabajo para la ejecución de las actividades?
SI () NO ()
3. ¿Cuentan con equipos tecnológicos para facilitar los pedidos de los productos?
SI () NO ()
4. ¿La existencia de la tecnología en el restaurant cevichería ayuda en el proceso de producción de los productos?
SI () NO ()



UCT

Cuestionario para clientes:

Buenos días, la siguiente encuesta es realizada por estudiante de la facultad de Ciencias Contables, Financieras y administrativas, de la carrera Profesional de Administración, como parte del proceso curricular de la elaboración de un proyecto de investigación, basado en la recolección de datos, para hallar la solución a la problemática gestión de calidad y caracterización de la competitividad de las MYPE rubro restaurant cevichería Villa La Legua, Piura, año 2018.

A continuación, se le mencionará una serie de preguntas correspondientes a Ud. Responderá con SI O NO según parezca y por ende se le agradece su participación ante mano.

1. ¿Este restaurant cevichería ofrece mejores precios que los otros?
SI () NO ()
2. ¿La sazón de este restaurant cevichería es buena?
SI () NO ()
3. ¿Los productos que ofrece este restaurant cevichería es única ante las que ofrecen las demás?
SI () NO ()
4. ¿El producto consumido cumplen con las características de sus necesidades?
SI () NO ()
5. ¿Considera que la publicidad del restaurant cevichería es atractiva para consumir aquí?

SI () NO ()

6. ¿El restaurant cevichería se adapta a las necesidades que tiene usted cómo cliente?

SI () NO ()

7. ¿El restaurant cevichería ofrece una carta variada?

SI () NO ()

8. ¿El restaurant cevichería ha surgido cambios desde la última vez que consumió?

SI () NO ()

9. ¿El restaurant cevichería emplea la tecnología para facilitar el servicio?

SI () NO ()

10. ¿El producto del restaurant cevichería influye mucho en la decisión de consumir ahí?

SI () NO ()

IV. MATRIZ DE PREGUNTAS:

Variable	Dimensión	Indicadores	Pregunta	Fuente	Instrumento	Escala
Gestión de calidad	Recursos	Humanos	¿Usted se considera como un recurso valioso dentro del restaurant cevichería?	Trabajadores	Encuesta	Nominal
			¿Existe una buena relación entre compañeros de trabajo para la ejecución de las actividades?	Trabajadores		
		Físicos	¿Su personal de trabajo cuenta con las herramientas y materia prima necesaria para la producción de los productos ofrecidos en su carta?	Dueño o gerente		
		Técnicos	¿Cuentan con equipos tecnológicos para facilitar los pedidos de los productos?	Trabajadores		
			¿La existencia de la tecnología en el restaurant cevichería ayuda en el proceso de producción de los productos?			
	Financieros	¿Su restaurant cevichería cuenta con accionistas?				
		¿Usted ha recurrido a préstamos bancarios para la adquisición de recursos faltantes?				
	Beneficios	Generar mayor eficiencia	¿Los trabajadores siguen pautas planteadas para la ejecución de sus actividades?	Dueño o gerente		
		Estimula la moral de los empleados	¿Usted motiva a sus trabajadores antes de empezar con sus actividades?			
			¿Sus trabajadores reciben alguna recompensa de motivación dependiendo del esfuerzo en sus actividades?			
		¿Sus productos que ofrece han sido reconocido internacionalmente?				

		Ofrece reconocimiento internacional	¿Su restaurant cevichería cuenta con los requisitos establecidos por la norma ISO?	Dueño o gerente		
		Mejora la gestión de procesos	¿Usted ha recibido orientación para mejorar la gestión de su restaurant cevichería?			
			¿Sus productos han ido mejorando con el pasar de los años?			
		Ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente	¿La calidad de cada producto que ofrece en la carta satisface las necesidades de los clientes?			
Competitividad	Estrategias	Liderazgo en costes	¿Este restaurant cevichería ofrece mejores precios que los otros?	Clientes		
		Diferenciación de producto	¿La sazón de este restaurant cevichería es buena?			
			¿Los productos que ofrece este restaurant cevichería es única ante las que ofrecen las demás?			
	Segmentación de mercado	¿El producto consumido cumplen con las características de sus necesidades?				
	Factores	Flexibilidad Productiva	¿Considera que la publicidad del restaurant cevichería es atractiva para consumir aquí?			
			¿El restaurant cevichería se adapta a las necesidades que tiene usted cómo cliente?			
		Innovación	¿El restaurant cevichería ofrece una carta variada?			
			¿El restaurant cevichería ha surgido cambios desde la última vez que consumió?			
		Tecnología	¿El restaurant cevichería emplea la tecnología para facilitar el servicio?			
	Calidad	¿El producto del restaurant cevichería influye mucho en la decisión de consumir ahí?				

V. VALIDACIONES

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo: Hector Orlando Arica Clavijo identificado con DNI 02786302

MAGISTER en DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación (los) instrumentos de recolección de datos: CUESTIONARIO elaborado por:

Ancajma Sachica Henry Pauc a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: GESTIÓN DE CALIDAD Y LA CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES RUBRO RESTAURANT CEVICHERÍA DE VILLA LA LEGUA PIURA, AÑO 2018, que se encuentra realizando.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura 25 SEPTBRE 2019.


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Firma y sello

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

Orden	Variable	¿Es perteneciente con él concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Gestión de calidad								
1	¿Usted se considera como un recurso valioso dentro del restaurant cevichería?	✓			✓		✓		✓
2	¿Existe una buena relación entre compañeros de trabajo para la ejecución de las actividades?	✓			✓		✓		✓
3	¿Su personal de trabajo cuenta con las herramientas y materia prima necesaria para la producción de los productos ofrecidos en su carta?	✓			✓		✓		✓
4	¿Cuentan con equipos tecnológicos para facilitar los pedidos de los productos?	✓			✓		✓		✓
5	¿La existencia de la tecnología en el restaurant cevichería ayuda en el proceso de producción de los productos?	✓			✓		✓		✓
6	¿Su restaurant cevichería cuenta con accionistas?	✓			✓		✓		✓
7	¿Usted ha recurrido a préstamos bancarios para la adquisición de recursos faltantes?	✓			✓		✓		✓
8	¿Los trabajadores siguen pautas planteadas para la ejecución de sus actividades?	✓			✓		✓		✓
9	¿Usted motiva a sus trabajadores antes de empezar con sus actividades?	✓			✓		✓		✓
10	¿Sus trabajadores reciben alguna recompensa de motivación dependiendo del esfuerzo en sus actividades?	✓			✓		✓		✓
11	¿Sus productos que ofrece han sido reconocido internacionalmente?	✓			✓		✓		✓


 Mg. Alicia Clavijo Hector Delando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

12	¿Su restaurant cevichería cuenta con los requisitos establecidos por la norma ISO?	✓			✓		✓		✓
13	¿Usted ha recibido orientación para mejorar la gestión de su restaurant cevichería?	✓			✓		✓		✓
14	¿Sus productos han ido mejorando con el pasar de los años?	✓			✓		✓		✓
15	¿La calidad de cada producto que ofrece en la carta satisface las necesidades de los clientes?	✓			✓		✓		✓
	COMPETITIVIDAD								
				¿Es perteneciente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?	necesita más ITEMS para medir el concepto?
16	¿Este restaurant cevichería ofrece mejores precios que los otros?	✓			✓		✓		✓
17	¿La sazón de este restaurant cevichería es buena?	✓			✓		✓		✓
18	¿Los productos que ofrece este restaurant cevichería es única ante las que ofrecen las demás?	✓			✓		✓		✓
19	¿El producto consumido cumplen con las características de sus necesidades?	✓			✓		✓		✓
20	¿Considera que la publicidad del restaurant cevichería es atractiva para consumir aquí?	✓			✓		✓		✓
21	¿El restaurant cevichería se adapta a las necesidades que tiene usted cómo cliente?	✓			✓		✓		✓
22	¿El restaurant cevichería ofrece una carta variada?	✓			✓		✓		✓
23	¿El restaurant cevichería ha surgido cambios desde la última vez que consumió?	✓			✓		✓		✓
24	¿El restaurant cevichería emplea la tecnología para facilitar el servicio?	✓			✓		✓		✓
25	¿El producto del restaurant cevichería influye mucho en la decisión de consumir ahí?	✓			✓		✓		✓



Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo: García Arismendi Artemiza identificado con DNI 02638937

MAGISTER en Gerencia Empresarial

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación (los) instrumentos de recolección de datos: Cuestionario elaborado por:

JHENY PAUL ANCASTIMA L a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: GESTIÓN DE CALIDAD Y LA CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES RUBRO RESTAURANT CEVICHERÍA DE VILLA LA LEGUA PIURA, AÑO 2018, que se encuentra realizando.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura 25 de octubre 2019.


Mg. Lic. Adm. Artemiza García Arismendi
CLAD. 03141
Firma y sello

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

Orden	Variable	¿Es perteneciente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS para medir el concepto?		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Gestión de calidad										
1	¿Usted se considera como un recurso valioso dentro del restaurant cevichería?	X			X		X		X	
2	¿Existe una buena relación entre compañeros de trabajo para la ejecución de las actividades?	X			X		X		X	
3	¿Su personal de trabajo cuenta con las herramientas y materia prima necesaria para la producción de los productos ofrecidos en su carta?	X			X		X		X	
4	¿Cuentan con equipos tecnológicos para facilitar los pedidos de los productos?	X			X		X		X	
5	¿La existencia de la tecnología en el restaurant cevichería ayuda en el proceso de producción de los productos?	X			X		X		X	
6	¿Su restaurant cevichería cuenta con accionistas?	X			X		X		X	
7	¿Usted ha recurrido a préstamos bancarios para la adquisición de recursos faltantes?	X			X		X		X	
8	¿Los trabajadores siguen pautas planteadas para la ejecución de sus actividades?	X			X		X		X	
9	¿Usted motiva a sus trabajadores antes de empezar con sus actividades?	X			X		X		X	
10	¿Sus trabajadores reciben alguna recompensa de motivación dependiendo del esfuerzo en sus actividades?	X			X		X		X	
11	¿Sus productos que ofrece han sido reconocido internacionalmente?	X			X		X		X	


 Lic. Adm. Artemiza García Arismendi
 CLAD. 03141

12	¿Su restaurant cevichería cuenta con los requisitos establecidos por la norma ISO?	X			X		X		X
13	¿Usted ha recibido orientación para mejorar la gestión de su restaurant cevichería?	X			X		X		X
14	¿Sus productos han ido mejorando con el pasar de los años?	X			X		X		X
15	¿La calidad de cada producto que ofrece en la carta satisface las necesidades de los clientes?	X			X		X		X
	COMPETITIVIDAD								
		¿Es perteneciente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		necesita más ITEMS para medir el concepto?	
16	¿Este restaurant cevichería ofrece mejores precios que los otros?	X			X		X		X
17	¿La sazón de este restaurant cevichería es buena?	X			X		X		X
18	¿Los productos que ofrece este restaurant cevichería es única ante las que ofrecen las demás?	X			X		X		X
19	¿El producto consumido cumplen con las características de sus necesidades?	X			X		X		X
20	¿Considera que la publicidad del restaurant cevichería es atractiva para consumir aquí?	X			X		X		X
21	¿El restaurant cevichería se adapta a las necesidades que tiene usted cómo cliente?	X			X		X		X
22	¿El restaurant cevichería ofrece una carta variada?	X			X		X		X
23	¿El restaurant cevichería ha surgido cambios desde la última vez que consumió?	X			X		X		X
24	¿El restaurant cevichería emplea la tecnología para facilitar el servicio?	X			X		X		X
25	¿El producto del restaurant cevichería influye mucho en la decisión de consumir ahí?	X			X		X		X