



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**LA COMPETITIVIDAD PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE  
CALIDAD DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO  
RESTAURANTES DE AGUAS VERDES, 2023**

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

**AUTORA**

**MOROCHO SUAREZ, MARCIA MARIBEL**

**ORCID: 0000-0003-4120-9284**

**ASESOR**

**DR. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**

**ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**Chimbote, Perú**

**2023**



**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ACTA N° 0052-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS**

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **19:10** horas del día **08** de **Enero** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL** Presidente  
**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA** Miembro  
**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE** Miembro  
**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS** Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **LA COMPETITIVIDAD PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE CALIDAD DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DE AGUAS VERDES, 2023**

**Presentada Por :**  
(2111152114) **MOROCHO SUAREZ MARCIA MARIBEL**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **14**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL**  
Presidente

**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA**  
Miembro

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE**  
Miembro

**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**  
Asesor



## CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: LA COMPETITIVIDAD PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE CALIDAD DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DE AGUAS VERDES, 2023 Del (de la) estudiante MOROCHO SUAREZ MARCIA MARIBEL, asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 7% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 12 de Marzo del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman  
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

## **Dedicatoria**

Se dedica esta tesis a Dios principalmente porque siempre está ahí con nosotros en todo incondicionalmente y por dejar que este aquí realizando esta investigación.

También dedicados a nuestros padres que siempre están ahí dándonos su apoyo y brindándonos más consejos acerca de cómo elaborar esta investigación a nuestros amigos que nos aconsejan y nos brindan su apoyo cuando los necesitamos.

## **Agradecimiento**

Primeramente, agradecer a Dios por permitirnos estar con vida y por tener a los seres que más queremos junto a nosotros, y por guiarnos por el camino de felicidad hasta ahora.

En segundo lugar, a los que forman una parte esencial nuestra familia a nuestros Padres, ya que nos han apoyado siempre que han podido, tratando siempre de afrontar los obstáculos.

## Índice de General

Carátula.....	I
Acta de Sustentación .....	II
Constancia de Originalidad.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Índice de General.....	VI
Lista de Tablas.....	VIII
Lista de Figuras.....	IX
Resumen .....	X
Abstract.....	XI
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1 Antecedentes.....	5
2.2 Bases Teóricas .....	12
III. METODOLOGÍA.....	22
3.1 Nivel, Tipo y Diseño de Investigación.....	22
3.2 Población y Muestra .....	22
3.3 Variables. Definición y Operacionalización .....	20
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información .....	22
3.5 Método de análisis de datos.....	23
3.6 Aspectos éticos .....	23
IV. RESULTADOS .....	25

V. DISCUSIÓN .....	33
VI. CONCLUSIONES .....	48
VII. RECOMENDACIONES .....	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51
ANEXOS .....	54
Anexo 01. Matriz de Consistencia .....	54
Anexo 02. Instrumento de recolección de información .....	55
Anexo 03. Validez del instrumento .....	57
Anexo 04. Confiabilidad del instrumento .....	69
Anexo 05. Formato de Consentimiento informado.....	73
Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información.....	75
Anexo 07. Evidencias de ejecución (declaración jurada, base de datos).....	76

## Lista de Tablas

Tabla 1. Características de la competitividad del sector servicio, rubro restaurantes de aguas verdes, 2023. ....	25
Tabla 2. Características de gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023. ....	28
Tabla 3. Propuesta de mejora de la competitividad y la gestión de calidad del sector servicio rubro restaurantes de Aguas Verdes,2023.....	32

## Lista de Figuras

Figura 1. Características de la competitividad del sector servicio, rubro restaurantes de aguas verdes, 2023.....	27
Figura 2. Características de gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023.....	31

## Resumen

En la investigación el objetivo logrado consistió en determinar las características de la gestión de calidad y competitividad del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Aguas Verdes, período 2023. Con un tipo de investigación cuantitativa de nivel descriptivo no experimental de sección transversal, con una muestra de 5 restaurantes y una población de 60 trabajadores del rubro restaurantes del distrito de Aguas Verdes, se utilizó como técnica la encuesta mediante un cuestionario donde se planteó 24 preguntas, obteniendo como resultados que el 75% indicó que el restaurante siempre cuenta con una ubicación accesible, el 70% manifestó que el clima laboral entre los trabajadores siempre es el adecuado, el 75% indicó que los restaurantes cuentan siempre con precios accesibles en relación con su calidad, el 83% manifestó que muy pocas veces los trabajadores trabajan en equipo, el 75% indicó que los trabajadores siempre brindan una calidad de servicio adecuada, el 58% manifestó que algunas veces los trabajadores están capacitados para dar atención al cliente, 50% indicó que siempre el restaurante ofrece productos de calidad, el 75% indicaron que los restaurantes siempre cuentan con una infraestructura adecuada, se concluyó que el restaurante cuenta con una ubicación accesible, se pudo observar que muy pocas veces los trabajadores trabajan en equipo, ofrecen una atención rápida, demostrando empatía con los clientes al momento de brindar el servicio, haciendo referencia a lo antes mencionado con la calidad de servicio algunos trabajadores no están debidamente capacitados para dar atención al cliente.

**Palabras claves:** Competitividad, Clima Laboral y Gestión de Calidad.

## Abstract

In the research, the objective achieved was to determine the characteristics of quality management and competitiveness of the service sector, restaurants in the Aguas Verdes district, period 2023. With a type of quantitative research at a non-experimental, cross-sectional descriptive level, with a sample of 5 restaurants and a population of 60 workers in the restaurant sector in the Aguas Verdes district, the survey technique was used through a questionnaire where 24 questions were asked, obtaining as results that 75% indicated that the restaurant always has a location accessible, 70% stated that the work environment among workers is always adequate, 75% indicated that restaurants always have affordable prices in relation to their quality, 83% stated that workers very rarely work as a team, 75% indicated that the workers always provide an adequate quality of service, 58% stated that sometimes the workers are trained to provide customer service, 50% indicated that the restaurant always offers quality products, 75% indicated that the restaurants always have adequate infrastructure, it was concluded that the restaurant has an accessible location, it could be observed that very rarely workers work as a team, offer quick service, demonstrating empathy with customers when providing the service, making Reference to the aforementioned with the quality of service, some workers are not properly trained to provide customer service.

**Keywords:** Competitiveness, Work Environment and Quality Management.

## I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los problemas de la competitividad y la gestión de calidad se deben a que las personas que dirigen los negocios que no tienen conocimiento administrativo, los clientes exigen el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, por el mal conocimiento lo único que lograron es que los clientes se sientan insatisfechos. En la actualidad muchas personas emprendedoras con el afán de superarse han optado por emprender un negocio y crear su propio puesto laboral, algunas de ellas sin tener la experiencia necesaria para dirigir un negocio, así mismo sin tomar en cuenta los riesgos que implica llegar a ejecutarla. Muchos de estos emprendedores se dedican al rubro de restaurantes ofreciendo y promoviendo la exquisita gastronomía de su ciudad. Las condiciones del mercado actualmente ocasionan una elevada competencia en el sector restaurantes por lo que las empresas están buscando reducir sus costos para ofrecer un mejor precio de venta con la calidad exigida por el cliente. (Parreño, 2019)

Dado que la competitividad de una empresa significa que en un momento o período determinado la empresa tiene la capacidad de producir productos o al ofrecer el servicio tienen que cumplir con estándares de calidad específicos y utilizar los productos de manera más eficiente que empresas similares en otras partes del mundo, en este caso los restaurantes, en cuanto a la gestión de calidad es la forma de gestionar una organización, teniendo como enfoque la calidad y basándose en la participación de los miembros, buscando la satisfacción del cliente y el éxito a largo plazo de todos los miembros, de la organización, de la sociedad. (Ramírez, 2020)

En Europa los restaurantes son afectados por la competencia, existe gran cantidad de restaurantes que compiten entre sí, por atraer a los clientes, tienen dificultad de mantener la calidad de servicio en los restaurantes, y también persiste el problema de la rotación del personal. (Silva, 2021)

Es importante que los restaurantes europeos adopten prácticas éticas y sostenibles, establezcan estándares de calidad coherente, inviertan en la formación y retención del

personal, se mantengan al día de las tendencias del mercado y mejoren continuamente su gestión de la calidad.

En Chile el error que lleva el bajo de consumo en algunos restaurantes es porque sus representantes carecen de buenos conocimientos de gestión de calidad en tal sentido se observa la falta de comprensión del proceso de planificación. (Zabala, 2020)

También en Ecuador, existe empresas del rubro restaurantes que generan desconfianza para el cliente, al no brindar un buen servicio que generan en su población que se emplea en los restaurantes. Sin embargo, algunos fracasan porque no cuentan con política de gestión de calidad, algunos son pocos competitivos, por lo tanto, ocasiona que no se brindará un buen servicio debido a que el personal desconoce de cómo resolver algún con respecto algún cliente. (Parreño, 2019)

Perú y el mundo avanzan a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del que hacer de la humanidad y esta situación trae consigo grandes retos a los países y a las empresas en cuanto a diversos temas como la generación de empleo, mejora de la competitividad y sobre todo el crecimiento del país. (Ramos, 2020)

En Aguas Verdes los restaurantes se enfrentan a retos como la falta de diferenciación, la baja calidad de la comida y el servicio, la falta de innovación, la mala gestión de costes y la falta de promoción y comercialización. Estos inconvenientes afectan negativamente al rendimiento de los restaurantes y su capacidad de competir en el mercado.

En el entorno actual la gran demanda que los restaurantes se caracterizan por una economía globalizada, dinámica y cada vez más competitiva y necesitan encontrar procesos técnicos que les permitan desarrollar una gestión de calidad más eficiente y a su vez lograr mejor resultados, necesitan una serie de recursos disponibles para sus actividades, en este caso los restaurantes deben de tener una calidad total porque es una única solución estructural que permite respuestas estratégicas competitivas adecuadas como elaborar el producto con más alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menos costos que

los rivales. Y la falta de competitividad y gestión de calidad con otro gran problema que es la falta de acciones claras para atender al público.

Con lo mencionado anteriormente, se da a entender que, por la falta de capacitación a todo el personal en el servicio de gestión de calidad, referente a la competitividad el cual va a permitir identificar los puntos fuertes de la competencia y de los líderes del mercado, y compararse. En el caso de un restaurante, estos puntos pueden ser, el tiempo de servicio, la variedad de la oferta gastronómica y su originalidad o autenticidad. Por cada punto indicar si es mejor o peor, de modo que se pueda ver que es lo que necesita mejorar por eso que existe talleres donde enseñan cómo atender al cliente y él se sienta confiado con el servicio y el producto que está llevando y así la empresa realice una buena gestión en la atención al cliente según lo menciona.

Por lo mencionado líneas arriba, se planteó la siguiente interrogante: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la competitividad para mejorar la gestión de calidad, del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023?

Para dar solución al problema se planteó como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la competitividad para mejorar la gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de aguas verdes, 2023. Y como objetivos específicos: Determinar las características de la competitividad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023; Determinar las características de la gestión de calidad del sector servicio rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023; Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad y la gestión de calidad del sector servicio rubro restaurantes de Aguas Verdes,2023.

La investigación iniciada sobre el problema se justificó, ya que se trata de buscar la solución a los problemas de gestión de calidad y competitividad que pone en riesgo la estabilidad de una empresa, es el caso de los restaurantes del distrito de Aguas Verdes, en el que se encuentra la gestión de calidad es el modo de gestión de una empresa, centrada en la calidad, basada en la participación de todos sus miembros ofreciendo un excelente producto,

eficacia al atender a los clientes, dando un buen servicio. Todos los productos o servicios tienen especificaciones que se establecen, generalmente, en la etapa de diseño.

Esto requiere un cambio en toda la organización, porque para conseguir el éxito es necesaria la participación de todos los integrantes del negocio y en todos los niveles, para que el cliente se sienta cómodo, tanto en el restaurante como en el servicio como en la competencia. La productividad es una función de la calidad del producto y la eficiencia de la producción, haciendo referencia al valor del producto producido por unidad. unidad de trabajo o capital.

Se justificó de manera teórica, ya que, si procedió al análisis de fuentes teóricas y conceptuales de cada variable y sus dimensiones, en donde ello permitió identificar los indicadores para la elaboración de los instrumentos, generando así conocimiento. También se justificó de manera práctica ya que se aplicó los instrumentos antes mencionados a los participantes, pudiendo así recolectar los datos para procesarlos y poder analizar y concluir respecto a las variables materia de estudio.

Se justificó de manera metodológica, debido a que la investigación presentó un método de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y con un diseño no experimental de corte transversal; Se justificó profesionalmente ya que me permitirá obtener un título profesional de licenciada en administración; Se justificó institucionalmente esta investigación a beneficio de la Universidad, porque servirá como aporte a la biblioteca, siendo como una base de consulta a las futuras generaciones de estudiantes para futuras investigaciones, además permitirá a las empresas gestionar su funcionamiento, motivándola al cambio para poder prestar mejor el servicio; Se justificó por convivencia ya que permite comprender en qué situación actual de los restaurantes de Aguas Verdes.

Y por último se justificó de manera social, ya que, se trabajó con seres humanos quienes proporcionaron datos cuantificables para generar conocimientos para posteriores investigaciones.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.1 Internacionales

García (2019), planteó su proyecto de investigación *Sistema de Calidad para el Restaurante Tridente del Hotel Neptuno de Valencia*. Cuyo objetivo general ha sido elaborar un sistema de gestión de calidad y competitividad para el restaurante Tridente del Hotel del Neptuno de Valencia, con una metodología empleada de tipo cuantitativa, nivel descriptiva, no experimental de sección transversal, se empleó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población conformada por 30 restaurantes, el cual se aplicó 7 preguntas, obteniendo como resultados en lo que hace referencia a la gestión de la calidad y la competitividad del servicio, el negocio ofrece un buen servicio y satisface moderadamente las necesidades de los clientes, sin embargo puede mejorar la prestación del servicio para superar las perspectivas del visitante. Se concluyó que la atención al cliente se encuentra en un nivel aceptable debido a las mejoras realizadas en el restaurante, en relación a las infraestructuras siendo muy competitivo ante el mercado.

Ramírez (2020), señala en su proyecto denominada *Análisis de la Competitividad de restaurantes en la ciudad de Ibagué*. Tesis posgrado, Universidad Cooperativa de Colombia, cuyo objetivo fue: examinar el nivel de competencia de las empresas de la restauración de la ciudad de Ibagué, con una metodología de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo no experimental de sección transversal, utilizando técnicas de encuesta y cuestionarios como herramienta. El cual se aplicó 10 preguntas a las 29 empresas de ese sector, cuyos resultados fueron debido a las exigencias antes mencionadas, el aprovechamiento de métricas de la competencia de la competencia no fue posible al 100% por lo que esta actividad se llevó a cabo por intermedio de distintas plataformas virtuales como: WhatsApp, Google Foms, Team y vía telefónica, el 85% indicaron que los restaurantes si está ubicado en una zona segura, el 70% indicaron que el local siempre se mantiene limpio, la limpieza siempre es constante, tuvo como

conclusión que las organizaciones de la restauración de la ciudad de Ibagó obtienen el 61.03% del proceso operativo, administrativos y soporte, el 65% de los encuestados indicaron que en el restaurante el clima laboral entre los trabajadores es adecuada. Dinámicas de desarrollo tecnológico continuo a los mercados emergentes, promover el desarrollo económico nacional y crear nuevas oportunidades de empleo, conformando un ambiente acogedor, generando la necesidad de crear nuevas formas de dar respuesta a las necesidades del mercado, contribuir al posicionamiento del negocio, mediante la innovación y mejora de procesos y procedimientos empresariales.

Zavala (2020), señala en su tesis denominada *La servicio al cliente y gestión de la calidad como factor de competitivo del rubro de restaurantes – Ecuador. Pontificia Universidad Católica del Ecuador*, tiene como objetivo en analizar los artículos científicos respecto a la gestión de calidad, su conexión con el servicio al cliente, con un método aplicado de tipo cuantitativa, nivel descriptiva no experimental de sección transversal, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población conformada por 30 restaurantes, el cual se aplicó 10 preguntas, teniendo como resultado que en el impacto positivo que se puede observar cuando una empresa implementa estas variables como factores de competitividad, el 69% manifestó que son coordinados al momento de realizar cada uno sus actividades en el restaurante, el 72% de los encuestados indicaron que los restaurantes si tiene un manual de organización, el 76% de los encuestados indicaron que muestran empatía a sus clientes a la hora de ofrecer la atención al cliente, la gestión de la calidad se considera una filosofía de trabajo más que una estructura explícita en la organización, el 80% de los encuestados indicaron que la atención que brindan a sus clientes es rápida, la cual es internalizada por todos los que brindan servicios a los clientes, ya sean externos o internos, tomando en cuenta que éxito de una organización se basa de las necesidades de la clientela y también de la ejecución de métricas competitivas, lo cual no es 100% ideal, los resultados expresan de forma clara y precisa cómo es la gestión de la calidad, punto de vista del autor, se reúne como un proceso, planifica las metas y objetivos que espera alcanzar en los próximos

años, cada organización establece una estructura para guiar a la empresa, lograr una alta proporción de control sobre los trabajadores a través de sistemas, estrategias, etc. Concluyendo la gestión de la calidad para que sea parte integral de cada servicio. Una herramienta indispensable para su empresa, planificando 8 fines y objetivos en los tiempos previstos, es necesario mejorar continuamente el control de los subordinados es intermedio de la estructura y sistema de cada empresa para obtener mejores resultados. Para ello, deben ganar recompensas internas y externas y la satisfacción que demandan los clientes manteniendo la empresa en el mercado, creando así una filosofía de servicio que supere la perspectiva del cliente.

### **2.1.2 Antecedentes Nacionales**

Hurtado (2019), señala que en su trabajo investigativo *La gestión de calidad y su incidencia en los beneficios de las empresas de restaurantes del Ovalo de Santa Anita de la ciudad de Lima, 2018*. Tesis de posgrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, ha tenido de objetivo general, determinar la incidencia de la gestión de calidad a favor de la empresa, el método utilizado ha sido de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo no experimental de sección transversal, utilizado la técnica de la encuesta y como instrumental el cuestionario, con una muestra de 15 restaurantes el cual se realizó 10 preguntas, que dio como resultados, las características de los emprendedores con un promedio de 46 % los cuales tienen entre treinta y cuarenta años, el 70% de los encuestados indicaron si están en capacidad de diferenciar que utensilios deben colocar en la mesa del cliente al momento de servir la mesa, el 35 % son mujeres y el 60% tienen grados académicos técnico, referente a las características de las empresas, el 60% están entre los 6 a 10 años operando en el mercado, el 60% de los restaurantes, cuentan entre 5 a 7 empleados, el 100% de las organizaciones son formadas, concluyendo que al finalizar el nivel 13 de gestión de la calidad en las empresas, los estudios objetivos son bajos, al tanto que los principios de gestión de la calidad son elevados.

Acuña (2020), en su proyecto investigativo denominado, *Gestión de la calidad y competitividad en los restaurantes del centro de Ayabaca, 2020*. Tesis de postgrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, cuyo objetivo es determinar la caracterización de la gestión de la calidad y la competitividad en las empresas, restaurantes del centro de Ayabaca, 2020, con un método aplicado que ha sido descriptiva, tipo cuantitativa no experimental de sección transversal, con un diseño transversal. El estudio se aplicó en 5 empresas, con un muestreo de 120 clientes, se utilizó una técnica de encuesta mediante un cuestionario donde se lleva a cabo 7 preguntas, se obtuvieron resultados en variables de gestión de la calidad, el 70% de los encuestados indicaron que el restaurante si hay cultura laboral en el restaurante, el 75% manifestó que el restaurante es acogedor al instante de ofrecer el servicio, el 80% de los encuestados indicaron que los restaurantes si cuentan con precios accesibles con la calidad del servicio, el 68 % de los trabajadores encuestados indicaron que pocas veces están capacitados para poder brindar la atención al cliente, beneficios de implementación, calidad del servicio pese a que la ventaja competitiva es tener un entorno agradable y complaciente para la satisfacción y preferencias del cliente, el 83% el restaurante si ofrece productos de calidad, el 80% indicaron que los precios del producto son los más cómodos y están al alcance de los clientes, el 61% de los encuestados indicaron que ofrecen servicios adicionales, se concluye que esta gestión de calidad se caracteriza por examinar las experiencias de los clientes.

Silva (2021), señala en su proyecto denominada *Calidad de servicio y competitividad del restaurante de san Pedro de los Incas, 2018*. Tesis Posgrado Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, teniendo de objetivo describir las más importantes características de la gestión de la calidad y la competitividad de la restauración en el distrito de San Pedro de las Incas -2018, se utilizó como método de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, y un diseño no experimental, de corte transversal, aplicando a diez empresas con muestreo probabilístico, se utilizó una encuesta como herramienta de recogida de datos, utilizando la técnica de visualización directa, con una

aplicación de 10 preguntas para cada variable con dimensiones realizadas, los hallazgos se obtuvieron en el restaurante sector, el 80% de los encuestados manifestaron que el restaurante si cuenta con un plan estratégico, el 75% valoró la cortesía que el restaurante ofrece a sus clientes, que es muy buena, 68% indicaron que tienen un buen comportamiento, limpieza y orden, entrega de platos, el 80% manifestó que el tiempo de espera es regular, al igual que la calidad del servicio ofrecido, el 67% de los encuestados indicaron que el restaurante si es acogedor para recibir a sus clientes, el 75% indicaron su equipo de trabajo es disciplinado, el 80% de los encuestados manifestaron que no cuentan con una capacitación adecuada, el 79% de los encuestados indicaron que brindan un trato amable a sus clientes, el 89% de los encuestados indicaron que el restaurante si tiene una infraestructura en buenas condiciones. Bien, por otra parte, creían que su ventaja competitiva sobre sus competidores era muy buena, e incluso concluyeron que el nivel de ventas sea normal, de forma que se mantenga el nivel de rentabilidad, liquidez que permita valorar y tomar decisiones sobre la ubicación del negocio. Las ventas se producen regularmente para mantener los niveles de rentabilidad y liquidez y permitir evaluaciones y decisiones empresariales.

### **2.1.3 Antecedentes Locales**

Zabaleta (2019), en su investigación: *Características de la competitividad de los restaurantes de Tumbes, 2018*, teniendo como objetivo general de la investigación describir las características más importantes de financiación y rentabilidad de los Restaurantes de Tumbes, 2018. Con una metodología de nivel descriptivo y un método cuantitativo con diseño no experimental de sección transversal, se seleccionó un muestreo de 15 empresas del total de la población de restaurantes ubicados en el distrito al que se realizó la técnica de un cuestionario elaborado, en la encuesta se han utilizado 10 preguntas que han dado los siguientes resultados: Respeto a los empresarios. Edad media de los representantes legales de las empresas tiene que dar mayor realce a los elementos de gestión de calidad debido a su importancia dentro del sistema, como son los procesos, la documentación, el manual de calidad, debe existir una buena relación

entre ellos tiene que haber congruencia entre los elementos para que estos trabajen de la mejor manera dentro del sistema. Como conclusión del rubro estudiado tiene que dar mayor realce a los elementos de gestión de calidad debido a su importancia dentro del sistema, como son los procesos, la documentación, el manual de calidad, debe existir una buena relación entre ellos tiene que haber congruencia entre los elementos para que estos trabajen de la mejor manera dentro del sistema.

Zavala (2019) Estudió las *Características de la competitividad y gestión de calidad de los restaurantes de Tumbes, 2018*. Cuyo objetivo general es determinar las características de la competitividad y financiamiento de las empresas, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018. La presente investigación tuvo una metodología tipo descriptiva, con un nivel de investigación cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal, la población es de 68 clientes y 10 propietarios, con una muestra de diez restaurantes, en el sector servicio, se aplicó la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de dato, en que se aplicó 10 preguntas. Teniendo como resultados que los tres propietarios encuestados manifiesta que el 100% que el tipo de proceso de su empresa es de servicios en lo cual hace ver que si saben a qué tipo de proceso dedica su empresa quien manifiesta que sabiendo el tipo de proceso de empresa nos va a permitir examinar el rendimiento de la organización y la mejora de sus áreas claves de negocio, el 83% de los encuestados indicaron brindan un servicio de calidad adecuado a sus clientes, el 65% de los encuestados indicaron que los restaurantes si tienen variación de platos, el 65% indicó que la ubicación del establecimiento es el adecuado en tanto a la seguridad de la zona, el 80% de los encuestados manifestaron que el restaurante si cuenta con un plan estratégico, el 90% de los encuestados indicaron que los restaurantes algunas veces no trabajan en equipo. Por lo tanto, se concluye que cada empresa del rubro de restaurantes en el distrito de Tumbes, se preocupa por sus clientes que se sientan satisfechos con el servicio brindado, además que sus trabajadores obtengan y reciban una buena formación en relación a su trabajo con capacitaciones, para que así se puedan adaptar a cualquier cambio que tenga la empresa.

López (2019), en su investigación titulada: *La gestión del talento humano en los procedimientos administrativos del sistema de tesorería de la Municipalidad Distrital de El Porvenir -2018*, tuvo como objetivo determinar la influencia de la gestión del talento humano en los procedimientos administrativos del sistema de tesorería de la Municipalidad Distrital de El Porvenir -2018. Con una metodología cuantitativa, tipo de estudio es no experimental, con un diseño correlacional causal, técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta, el instrumento que se trabajó fue el cuestionario. Se trabajó con una muestra de 50 trabajadores de áreas claves como Gerencia de Administración y Finanzas y Gerencia de Planeamiento y Presupuesto tanto profesionales y no profesionales administrativos de la Municipalidad Distrital de El Porvenir -2018. Se emplearon dos cuestionarios de 10 preguntas, como resultados se determinó la validez de contenido, sometiéndose al juicio de 09 expertos quienes calificaron la redacción, coherencia, adecuación y comprensión, y se emplearon dos métodos para medirla validez: la prueba V de Aiken con la cual los ítems de las dos variables obtuvieron un resultado válido; y la razón de validez de contenido de Lawshe mediante la cual los ítems de las dos variables alcanzaron una validez mediante el software de estadística SPSS V23. La confiabilidad de los dos instrumentos se realizó mediante el Coeficiente Alfa de Cronbach, con la muestra piloto de observación de 25 trabajadores de la Municipalidad. Para la variable independiente: gestión del talento humano se determinó que el valor del coeficiente fue de 0,979, el cual representa un nivel de confiabilidad excelente; y para la variable dependiente procedimientos administrativos del sistema de tesorería se determinó que el valor del coeficiente fue de 0,975 el cual represente un nivel de confiabilidad de excelente. Las conclusiones a las cuales se ha llegado con la presente investigación son que La gestión del talento humano influyen significativamente en los procedimientos administrativos del sistema de tesorería de la Municipalidad Distrital de El Porvenir -2017; el coeficiente de contingencia estadístico de prueba Tau-b de Kendall es  $\tau = 0.225$ , con nivel de significancia mayor al 5% de significancia estándar ( $P = 0.077 > 0.05$ ); por lo que se rechaza la hipótesis de investigación y se acepta la hipótesis nula.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.2 Competitividad**

#### **Definición**

Ramos (2020). Señala que la competitividad es un concepto sin límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis, país, sector, empresa, tipo de producto analizado: Producto básico, producto diferenciado, cadena productiva, etapa de producción, así como de los objetivos de la investigación, a corto o largo plazo, apertura del mercado, reconversión, etc.

Estrada (2016). Afirma que la competitividad se da en un momento o período determinado, la empresa tiene la capacidad de producir productos que cumplen con estándares de calidad específicos y utiliza sus productos de manera más eficiente que empresas similares en otras partes del mundo capacidades tiempo.

Silva (2020). Señala que la competitividad se determina por la productividad, que se define como el costo de los productos producidos por unidades de trabajos o capitales. La productividad es una función de la calidad del producto y la eficiencia de la producción.

#### **Importancia**

Estupiñán (2019), señaló que la competitividad está determinada por la productividad, que se define como el costo de un producto producido por unidad de trabajo o capital. La productividad es una función de la calidad del producto y la eficiencia de la producción.

Velásquez (2019). Además, propone una forma de obtener una ventaja competitiva, que es mayor que el coste que una organización logra crear para sus clientes. Estas ventajas competitivas son mejorías que aportan valor añadido al producto, como un proceso de distribución más eficiente, precios que superan a los cotizados por la competencia y otros aspectos que le dan a la empresa características que los clientes prefieren sobre cualquier otra empresa de la industria.

**Innovación:** Es la introducción de productos o servicios nuevos o mejorados al mercado en respuesta a las necesidades de la sociedad; cada vez que se habla de innovación se asocia a cuestiones técnicas cuando se utiliza la tecnología como medio para introducir cambios, pero también puede abarcar organizaciones y áreas de negocio. (Ramírez, 2020)

La tecnología ya no es un lujo para los países desarrollados; más bien, es una herramienta de empoderamiento que aumenta las oportunidades en los países en desarrollo. Los indicadores son: maquinaria, equipo de cómputo. (Ramírez, 2020)

**Flexibilidad de producción:** Se refiere a la capacidad de afrontar el cambio, la adaptabilidad o la capacidad de responder más eficazmente a circunstancias cambiantes. También se define como la capacidad de una entidad para desplegar y redistribuir sus recursos. Responder eficaz y eficientemente a las condiciones cambiantes. (Ramírez, 2020)

### **Ventajas**

La atención se centró en las áreas organizativas y en los procedimientos de competencia y se realizaron mejoras a corto plazo con resultados significativos.

Si hay pocos productos defectuosos, se producirán menores costes porque el consumo de materia prima es menor, lo que significa que el producto es de mejor calidad y se pueden remover procesos repetitivos y de bajo rendimiento y, por tanto, evitar costes innecesarios, eso ayuda a adaptarse a los avances tecnológicos. (Estrada, 2016)

### **Desventajas**

- Cuando las mejoras se centran en áreas específicas de la organización, las interdependencias que existen entre todos los integrantes de la organización desaparecen.

- Necesita cambios en toda la organización porque la participación de todos los integrantes del negocio y en todos los niveles es esencial para el éxito. Dado que los directivos de las organizaciones son bastantes conservadores, la mejora continua se convierte en un proceso muy largo. (Rodríguez, 2020)

### ***Tipos o clases***

Acuña (2020), describe las bases del desempeño sobre el promedio dentro de una industria. De acuerdo con el modelo de la ventaja competitiva de Porter, la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un Retorno sobre la inversión.

#### **Liderazgo por costos (bajo costo)**

A diferencia de ambos tipos de estrategia pueden ser acercados o estrechados más ampliamente, lo cual resulta como una tercera estrategia competitiva viable.

#### **Liderazgo por costo**

- Alcanzar el liderazgo en costos significa que la empresa se establece como un gran productor de bajo costo en la industria.
- El líder en costos debe lograr la paridad sobre la base de la diferenciación, o al menos un enfoque, incluso si depende del líder en costos para solidificar su ventaja competitiva.
- Si más de una empresa intenta alcanzar el liderazgo en costos al mismo tiempo, los resultados suelen ser desastrosos. (Ramos, 2020)

#### **Dimensión 1 Ubicación**

Hace referencia al sitio físico donde se encuentra dicho establecimiento. La ubicación puede ser un componente significativo para el éxito de un restaurante, en vista de que puede afectar el número de clientes potenciales, la competencia, los costes de alquiler y costes de explotación. (Estrada, 2016)

#### **Indicador 1 Posición**

En un restaurante es importante para una mayor visibilidad, alcance y atraer al mercado objetivo adecuado. (Ramírez, 2020)

#### **Indicador 2 Ambientación**

Es el entorno físico en el que se lleva a cabo el trabajo, incluyendo el espacio, distribución, mobiliario y recursos disponibles. (Ramírez, 2020)

### **Indicador 3 Clima Laboral**

Hace referencia al entorno psicológico y emocional que se vive en el puesto de trabajo, puede ser positivo o negativo y tiene un impacto en la motivación, satisfacción y productividad de sus empleados. (Estupiñán, 2019)

### **Indicador 4 Cultura Laboral**

Es el aglomerado de valores, normas, creencias y comportamientos compartidos por los integrantes de una organización. Afecta el modo en que se hacen las cosas, el modo en que nos comunicamos y el modo en que se toman las decisiones. (Velásquez, 2019)

### **Dimensión 2 Higiene**

Es una característica esencial para la competitividad de una organización, en vista de que ayuda a mantener un entorno de trabajo seguro, saludable y atractivo tanto para el personal como para los clientes. (Estrada, 2016)

### **Indicador 1 Limpieza**

Hace referencia a la limpieza y el orden de un entorno o lugar determinado, esto incluye la limpieza física tanto en lo que hace referencias a la higiene personal como al mantenimiento de las instalaciones. La limpieza posibilita una imagen positiva, además de proteger la sanidad y seguridad de las personas del espacio. (Velásquez, 2019)

### **Indicador 2 Seguridad**

Esto hace referencia a las medidas y practicas establecidas para proteger a las personas y vienen de posibles daños o peligros. (Ramírez, 2020)

### **Indicador 3 Compromiso**

Es la actitud y nivel de compromiso de las personas o integrantes del negocio con sus responsabilidades y objetivos establecidos, un alto compromiso hace referencia a la voluntad de las personas por llevar a cabo sus tareas y tomar acciones que beneficien al grupo u organización. (Estrada, 2016)

### **Indicador 4 Disciplina**

Está relacionada con la adhesión a las normas, políticas y procedimientos establecidos, esto incluye el seguimiento de normas y directrices, al igual que la

realización de las actividades o tareas asignadas de acuerdo a los estándares establecidos y estándares de tiempo, la disciplina posibilita la eficiencia y el orden en la consecución de las metas organizativas. (Estupiñán, 2019)

### **Dimensión 3 Colaboración**

Hace referencia a la capacidad de trabajar con otras personas, compartiendo conocimientos, ideas y esfuerzos por seguir un objetivo común, esto incluye ser capaz de comunicarse de forma eficaz, escuchar y respetar los puntos de vista de los otros y contribuir activamente al trabajo en equipo. (Ramírez, 2020)

#### **Indicador 1 Accesibilidad**

Es la capacidad de acceder y utilizar recursos, servicios o espacios de forma inclusiva y equitativa, independientemente de las diferencias individuales. (Estupiñán, 2019)

#### **Indicador 2 Trabajo en Equipo**

Es la capacidad de trabajar conjuntamente con otras personas, combinando habilidades y esfuerzos por conseguir objetivos concretos, esto incluye la capacidad de comunicarse eficazmente, resolver conflictos, tomar decisiones compartidas y llevar a cabo las responsabilidades asignadas. (Estrada, 2016)

#### **Indicador 3 Manejo de Utensilios**

La adecuada manipulación de utensilios en un restaurante es muy importante para mantener las normas de higiene y garantizar la seguridad alimentaria, siguiendo estas directrices, puede asegurarse de que los utensilios utilizados para cocinar y manipular estén limpios y seguros de utilizar. (Ramírez, 2020)

### **2.2.1. Gestión de calidad**

#### **Definición**

Morales (2019). Se define como el conjunto de procesos y métodos implementados por una organización para asegurar que sus bienes o prestaciones cumplen con los estándares y requisitos establecidos y satisfagan las necesidades y perspectivas de los clientes, señala que existen ocho dimensiones en la calidad de un producto o servicio,

ampliando la definición de calidad. Los clientes, gerentes y operadores de cualquier nivel organizacional deben participar en la mejora y la gestión de la calidad.

Por eso creo que la calidad es la forma de gestionar una organización, teniendo como enfoque la calidad y basándose en la participación de los miembros, buscando la satisfacción del cliente y el éxito a largo plazo de todos los miembros, de la organización, de la sociedad. Todo a menos costo posible.

### **Importancia**

Morales (2019), señala que es importante ofrecer el trabajo libre de defectos a los clientes y compañeros de trabajo. Hay que comprender plenamente los requisitos del trabajo y del sistema que soportan, además de cumplir con estos requisitos en todo momento, es de suma importancia la calidad se da en beneficios obtenidos a través de mejores formas haciendo las cosas y buscar la satisfacción del cliente, tales como: disminución de costos, presencia y persistencia ante el mercado y creación de empleo.

**Desempeño:** Relevante para las características operativas del producto. Por ejemplo, para un auto, el rendimiento incluiría el aspecto como el consumo de combustible (cuántos kilómetros recorridos), un litro de combustible producido). Se dan estimaciones de eficiencia de combustible para ciudad, carretera e híbrido. (Estupiñán, 2019)

**Fiabilidad:** La confiabilidad es la probabilidad de operación sin fallas ni daños dentro de un cierto tiempo establecido. Es decir, hablar del desempeño y características de los productos o servicios en un momento específico de su ciclo de vida. La fiabilidad de un producto tiene un fuerte impacto en el prestigio de la marca y se consideraría una dimensión fundamental por la mayoría de los usuarios finales. (Estupiñán, 2019)

**Conformidad al Diseño:** La conformidad se refiere al grado en que un producto está diseñado y planificado para cumplir con las especificaciones, es decir, el grado en que el producto, su proceso de fabricación y/o su diseño que se ajusta a los estándares previamente que se han establecido (límites de especificación). Todo producto o servicio tiene unas especificaciones que suelen establecerse durante la fase de diseño. Define en que, si la cocina debe calentar una habitación de seis metros cuadrados a 24°C, o en el restaurante al cocinar la carne como el cliente pide. (Estupiñán, 2019)

**Durabilidad:** Se refiere al ciclo de vida de un producto y es el tiempo que se puede utilizar eficazmente antes de ser sustituido o de que se reemplacen las piezas. Por ejemplo, Para una bombilla o bombillo, es el tiempo antes de que se queme el filamento (vea la imagen a continuación, se determinó que esta propiedad es esencial al comparar diferentes modelos de bombillas); para una computadora, es el tiempo antes de cualquier tiempo antes falla. Los productos alimenticios suelen tener una fecha de caducidad que limita el tiempo de uso. El servicio tiene poca o ninguna durabilidad. (Rodríguez, 2020)

### **Calidad Percibida**

Es la impresión que tienen los clientes sobre un producto o servicio debido a las publicidades, la promoción de la marca, los ciertos comentarios de otras personas y la experiencia. Generalmente, las personas compran un producto o servicio sin comprender completamente todas sus características. (Parreño, 2019)

Por ejemplo, La durabilidad o fiabilidad de un producto muchas veces se infiere a partir de varios aspectos tangibles e intangibles: el prestigio de la marca, el lugar de elaboración, la opinión en el foro de navegación de internet y valoraciones en revistas profesionales, etc. Por ejemplo, para algunos consumidores Sony es sinónimo de imágenes perfectas en los televisores, lo que genera fidelidad a la empresa. (Parreño, 2019)

### **Ventajas**

Las empresas que se ha implementado sistemas de gestión de calidad y mejora se han descubierto muchas ventajas respecto a la forma de operar anterior, entre ellas:

- La organización garantiza su buen funcionamiento y de esta manera logra los objetivos propios de la institución. Para hacer esto, los objetivos de calidad del sistema deben estar alineados con los objetivos comerciales. Generalmente, las personas compran un producto o servicio sin comprender completamente todas sus características.
- La organización garantiza su buen funcionamiento y de esta manera logra los objetivos propios de la institución. Para hacer esto, los objetivos de calidad del sistema deben estar alineados con los objetivos comerciales. (Hurtado, 2019)

## **Desventajas**

- Las organizaciones pueden encontrar algunos obstáculos al implementar un sistema de gestión de calidad.
- La implementación del sistema implica los cambios culturales dentro de la organización, lo que conlleva tiempo.
- Este cambio de cultura implica implementar actividades a las que la organización aún no está acostumbrada, en las que se debe enfatizar la necesidad de evaluación.  
(Hurtado, 2015)

## ***Tipos o clases***

Existen muchos modelos o tipos de gestión de la calidad y es un referente permanente y una herramienta eficaz para cualquier organización en el proceso de mejora de los productos o servicios que ofrece. El modelo facilita la comprensión de las dimensiones más relevantes de una organización y el establecimiento de estándares para la comparación e intercambio de experiencias con otras organizaciones. Entre los más importantes podemos mencionar:

Se caracteriza por el papel del equipo (liderazgo) de facilitar procesos generadores de agentes que los resultados se reflejan en las personas de la empresa. El liderazgo es el dominio que ejerce sobre una comunidad para inspirarla y ayudar a trabajarla apasionadamente para lograr sus objetivos. El liderazgo es la capacidad de lograr que otros desean realizar lo que usted quiere que realice. Un procedimiento, son las secuencias de actividades desarrolladas hacia una meta propuesta. Los resultados son lo que se logra.  
(Morales, 2019)

Hurtado (2019), indica que a la planificación y programación de las actividades a realizar. Incluye análisis, identificación de áreas de mejora, establecimiento de metas, logro de metas y métodos, y desarrollo de un plan de acción para mejorar. En esta etapa, es crucial controlar el impacto y explotar las sinergias y economías de escala de la gestión del cambio. En muchos casos, es mejor comenzar con un proyecto piloto manejable para adquirir experiencia antes de cubrir aspectos más amplios de la organización o proceso. Revisar y verificar que las actividades se manejan adecuadamente y que los resultados

obtenidos son consistentes con los objetivos. Implica analizar el impacto de lo hecho anteriormente. Tomar acción y aplicar los resultados obtenidos para identificar nuevas mejoras y realinear objetivos. Una vez que se completa el ciclo de mejora, el proceso comienza de nuevo porque siempre existe la posibilidad de mejorar.

La Organización Internacional de Normalización (ISO) nació después de la Segunda Guerra Mundial (23 de febrero de 1947), es una organización encargada de promover la formulación de estándares internacionales en los campos de la manufactura, el comercio y la industria. Comunicaciones en todos los sectores industriales excepto eléctrico y electrónico. Su función principal es buscar la estandarización de productos y estándares de seguridad a nivel internacional para empresas u organizaciones.

### **Dimensión 1 Enfoque al cliente**

Se centra en satisfacer las necesidades y perspectivas del cliente, esto incluye comprender sus necesidades, ofrecer un excelente servicio al cliente, una comunicación eficaz y establecer relaciones solidas con ellos. (Morales, 2019)

### **Indicador 1 Calidad de Servicio**

Estos son velocidad, costo, capacidad, facilidad de arreglar si en caso el producto se rompe y gentileza del servicio del técnico. Por ejemplo, la asistencia técnica y las garantías que dan algunas organizaciones de automóviles pueden ser una variable de suma importancia. Decisiones a la hora de escoger entre múltiples organizaciones o concesionarios. y la disponibilidad y medios para obtener el servicio técnico para el equipo electrónico o informático. (Rodríguez, 2020)

### **Indicador 2 Planeación**

Implica definir metas, objetivos y estrategias para conseguirlos, implica planificar y tomar decisiones sobre la asignación de recursos, el establecimiento de plazos y la coordinación de actividades. (Morales, 2019)

### **Indicador 3 Organización**

Es la estructura y distribución de funciones y tareas en el negocio, una adecuada organización permite una división eficaz del trabajo y la claridad de las responsabilidades para cada miembro del equipo. (Zabala, 2020)

#### **Indicador 4 Coordinación**

Implica coordinar y armonizar las actividades y esfuerzos de los distintos departamentos o divisiones para alcanzar las metas comunes del negocio. (Zabala, 2020)

#### **Dimensión 2 Productos**

Son los bienes tangibles que la empresa ofrece a sus clientes, propiedades físicas o características que definen al producto, en el que se incluye tamaño, forma, color, textura, durabilidad y funcionalidad (Morales, 2019)

#### **Indicador 1 Producto**

Es un bien, una mercadería, un servicio o una idea que ofrecen en el mercado para satisfacer las necesidades o aspiraciones de un consumidor, puede ser tangible o intangible y puede ser creado y ofrecido por una empresa o particular. (Ramos, 2019)

#### **Indicador 2 Servicios Adicionales**

Además de los productos físicos, muchas empresas incluso ofrecen servicios adicionales para dar mejoría a la experiencia del cliente. (Ramírez, 2020)

#### **Indicador 3 Precio**

El tamaño de precios hace referencia a la estrategia de precios que utiliza una empresa para comercializar sus productos, al incluir precios bajos para atraer a un gran número de clientes, precios elevados para posicionar la marca como exclusiva o precios competitivos para competir en el mercado. (Ramos, 2019)

#### **Indicador de Infraestructura**

Hace referencia a la estructura física y los elementos necesarios para que el negocio funcione correctamente, cada restaurante puede tener necesidades y requisitos específicos según su temática, tamaño y grupo objetivo. (Silva, 2020)

### **2.2.3 Hipótesis**

En la presente investigación titulada la competitividad para mejorar la gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023, no se planteó hipótesis por ser de nivel descriptivo de propuesta. (Hernández, 2018)

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Nivel, Tipo y Diseño de Investigación**

##### **3.1.1 Nivel de investigación**

Se trabajó con un tipo de investigación de nivel cuantitativo, porque en la encuesta se realizó con alternativas de respuestas uniformes para la población y la muestra.

Hernández (2018), se refiere a la profundidad y complejidad con la que se aborda el problema de investigación, la elección del nivel de investigación depende de la finalidad y la naturaleza de la investigación.

##### **3.1.2 Tipo de investigación**

La investigación fue de tipo descriptiva.

(Córdova, 2019) Indica que es una herramienta útil para recoger y proporcionar información detallada y objetiva sobre las características y comportamiento de un grupo de personas o de una organización en relación a determinadas variables o aspectos concretos, se refiere a describir realidades, hechos, fenómenos, buscando precisar sus características.

##### **3.1.3 Diseño de investigación**

La investigación fue no experimental, de corte transversal.

Para Hernández. (2018) No experimental, debido a que no se dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad las variables, de corte transversal se refiere que el estudio se llevara a cabo durante un periodo de tiempo determinado.

#### **3.2 Población y Muestra**

##### **3.2.1 Población**

La población fue de 60 trabajadores de los restaurantes de Aguas Verdes, 2023.

Morales (2019), la población es el conjunto de elementos investigados sobre los cuales se realiza una encuesta y no todo el mundo tiene la oportunidad de participar en la recopilación de información sobre la competitividad para mejorar la gestión de calidad de forma que se establezca un proceso inclusivo.

### 3.2.2 *Muestra*

Para las variables competitividad y gestión de calidad, se utilizó una muestra de 5 restaurantes de Aguas Verdes, 2023.

Para Morales (2019), una muestra es una sección o número pequeño pero representativo de una población que da a conocer escenarios en los que se puede participar de manera selectiva y voluntaria y aplicando métodos estadísticos y matemáticos se pueden alcanzar los objetivos que ayudarán al investigador en una encuesta de desarrollo. En la investigación puede ser probabilística como no probabilística, dependiendo de la forma en que se haya obtenido la muestra.

#### **Muestra no probabilística**

Es aquella en la que cada elemento de la población no se le puede asignar una probabilidad conocida y distinta a cero de ser seleccionado en la muestra, este tipo de muestreo no permite una estimación precisa de la población. Una muestra no probabilística es aquella en la que los individuos de la población no tienen la misma probabilidad de ser seleccionado para formar parte de la muestra, en este tipo de muestreo, la selección de individuos puede estar sesgada por varios factores como la comodidad o calidad sujeta del investigador.

Se utilizó una muestra de encuesta compuesta por 5 restaurantes de la zona céntrica de Aguas Verdes, 2023. Tanto como la variable Competitividad y Gestión de Calidad, es importante mencionar que la muestra fue no probabilística, en vista de que no se utilizó una fórmula específica para la selección, sino se incluyó a los trabajadores disponibles en los restaurantes, lo que permitió cubrir a toda la población del estudio.

### 3.3 Variables. Definición y Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	CATEGORÍAS O VALORACIÓN
<b>COMPETITIVIDAD</b>	Se describirá la variable competitividad de acuerdo a sus dimensiones permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio en cuestión.	Ubicación	Posición Ambientación Clima laboral Cultura laboral		Siempre = 5
		Higiene	Limpieza Seguridad Compromiso Disciplina	Likert	Casi siempre = 4 A veces = 3 Rara vez = 2 Nunca = 1
		Colaboración	Accesibilidad Trabajo en equipos Manejo de utensilios		

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	CATEGORÍAS O VALORACIÓN
Gestión de la calidad	Se describirá la variable gestión de la calidad de en función de sus dimensiones para que se puedan determinar sus características respecto al grupo de estudio en cuestión.	Enfoque al cliente	Calidad del servicio Planeación Organización Coordinación		Siempre = 5
		Atención al cliente	Tiempo de respuesta Empatía Fiabilidad Cordialidad	Likert	Casi siempre = 4 A veces = 3 Rara vez = 2 Nunca = 1
		Productos	Producto Servicios adicionales Precios Infraestructura		

### 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2023. Para ello, se solicitó la autorización de los gerentes o encargados del rubro, para la aplicación de las encuestas una vez autorizado se presentó el estudio, sus objetivos solicitando el consentimiento informado, previa firma del consentimiento para proceder a realizar el recojo de los datos.

Se utilizó la encuesta como técnica, la cual nos permitió recolectar información a través del cuestionario previamente elaborado sin cambiar el entorno en el que se recopila dicha información, como tablas o gráficos. Para Silva (2021), la encuesta es un método de recogida de datos en el que a un grupo de personas se les hacen una serie de preguntas para obtener información sobre un tema concreto. Las preguntas pueden ser de elección múltiple, abiertas o mixtas y se utilizan para recoger datos cuantitativos y cualitativos.

Se utilizó el cuestionario como instrumento para poder recaudar información. Para Córdova (2019), el cuestionario es un conjunto de preguntas estructuradas o semiestructuradas que se utilizan para recoger contestaciones estructuradas y estandarizadas de un grupo de personas. Un cuestionario se puede utilizar como parte de una encuesta, sin embargo, incluso puede utilizarse de forma independiente.

Respecto con la confiabilidad, se obtuvo a través del Alfa de Cronbach, el cual se utilizó la prueba piloto que se realizó a los trabajadores de los restaurantes de Aguas Verdes. Se obtuvo un resultado de confiabilidad de 0.99, es decir que fue aceptado por estar dentro de un nivel de confiabilidad. Para Zavala (2020), la confiabilidad es la consistencia o estabilidad de los hallazgos obtenidos por un instrumento de medida. Una medida se considera fiable cuando da resultados consistentes y reproducibles en distintos momentos y con distintas muestras, la fiabilidad puede valorarse mediante pruebas de consistencia internas, como el coeficiente de fiabilidad alfa de Cronbach.

Referente a la validación del instrumento, fue validado por tres expertos, el cual se determinó que el instrumento era entendible y aplicable a los trabajadores del restaurante. Para López (2019), la validación del instrumento es el proceso de evaluación de la calidad y precisión de un instrumento de medición. La validación del instrumento incluye el análisis de su contenido, estructura y correlación con otras variables relevantes, se pueden utilizar

varios métodos como análisis de validez de contenido, análisis factorial, análisis de correlación.

### 3.5 Método de análisis de datos

Para Hurtado (2019), la planificación del análisis de datos implica incorporar datos en un proceso operativo con la intención de extraer conclusiones precisas que después de la recogida de datos mediante técnicas de encuesta nos ayudarán a alcanzar los nuestros objetivos. Cada variable y sus dimensiones se tabularon y gráficamente secuencialmente. Se utilizó estadística descriptiva, con la frecuencia y porcentaje calculado mediante la aplicación de hoja de cálculo Excel. Asimismo, se utilizó Microsoft Word para la redacción digital del trabajo de investigación, además se usó el programa PDF para presentar el trabajo final de investigación, e incluso se usó el programa Turnitin para comprobar si hay plagio en el trabajo de investigación. También cabe mencionar que se usó el programa Power point para la presentación de la ponencia de tesis.

### 3.6 Aspectos éticos

En este trabajo de investigación se utilizó principios éticos, basados en el código ético de investigación de la ULADECH Católica, dado el consentimiento acordado por el consejo universitario, el cual se aplicará los principios éticos como:

**Protección de personas:** Esta investigación respeta los puntos de vista de todas las personas desde el principio hasta el final del desarrollo del estudio, e incluso se protege su identidad y privacidad.

**Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** La investigación no tuvo contacto directo con el medio ambiente, plantas o animales, por lo que no modificará ni provocará ningún efecto negativo que afectará en modo alguno a su existencia.

**Libre participación y derecho a estar informado:** Quienes forman parte de la investigación tuvieron acceso a los fines y objetivos de la investigación mediante el consentimiento informado, del mismo modo participar y consentir voluntariamente el tratamiento de sus datos personales durante la investigación del proyecto.

**Beneficencia no maleficencia:** En el curso de la investigación se garantizó el bienestar de los líderes participantes, respetando la integridad de cada uno de ellos, sin

ningún daño ni posibles efectos negativos que puedan perjudicarles de ninguna manera. Por el contrario, promueve los bien informados.

**Justicia:** Todos los datos recogidos son tratados con total transparencia, sin manipulación de los hallazgos obtenidos, de acuerdo a unos estándares razonables. Si se obtendrá un resultado beneficioso, no será sesgado por las personas que participan en la investigación, por último, todas las personas que formaron parte de la investigación a lo largo del proceso son tratadas por igual.

**Integridad física:** Antes, durante y después de una investigación, se actuó con transparencia, equidad, respeto y responsabilidad y adoptaremos buenas prácticas de comportamiento responsable durante todo el proceso. La investigación no perjudicará completamente a las personas y se practica. (Código de Ética Para La Investigación, 2019)

#### IV. RESULTADOS

**Tabla 1**

*Características de la competitividad del sector servicio, rubro restaurantes de aguas verdes, 2023.*

<b>Ubicación</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Posición accesible</b>		
Siempre	45	75%
Casi siempre	13	22%
Algunas veces	2	3%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Ambiente acogedor</b>		
Siempre	50	83%
Casi siempre	10	17%
Algunas veces	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>El clima laboral es el adecuado</b>		
Siempre	42	70%
Casi siempre	18	30%
Algunas veces	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Existe cultura laboral</b>		
Siempre	37	62%
Casi siempre	21	35%
Algunas veces	2	3%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%

Continua.....

<b>Higiene</b>		
<b>Limpieza del local frecuentemente</b>		
Siempre	50	83%
Casi siempre	9	15%
Algunas veces	1	2%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Seguridad del local</b>		
Siempre	38	63%
Casi siempre	22	37%
Algunas veces	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Compromiso con el restaurante</b>		
Siempre	50	83%
Casi siempre	8	14%
Algunas veces	2	3%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Los trabajadores son disciplinados</b>		
Siempre	37	62%
Casi siempre	21	35%
Algunas veces	2	3%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Colaboración</b>		
<b>Precios accesibles en relación con su calidad</b>		
Siempre	45	75%
Casi siempre	15	25%
Algunas veces	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%

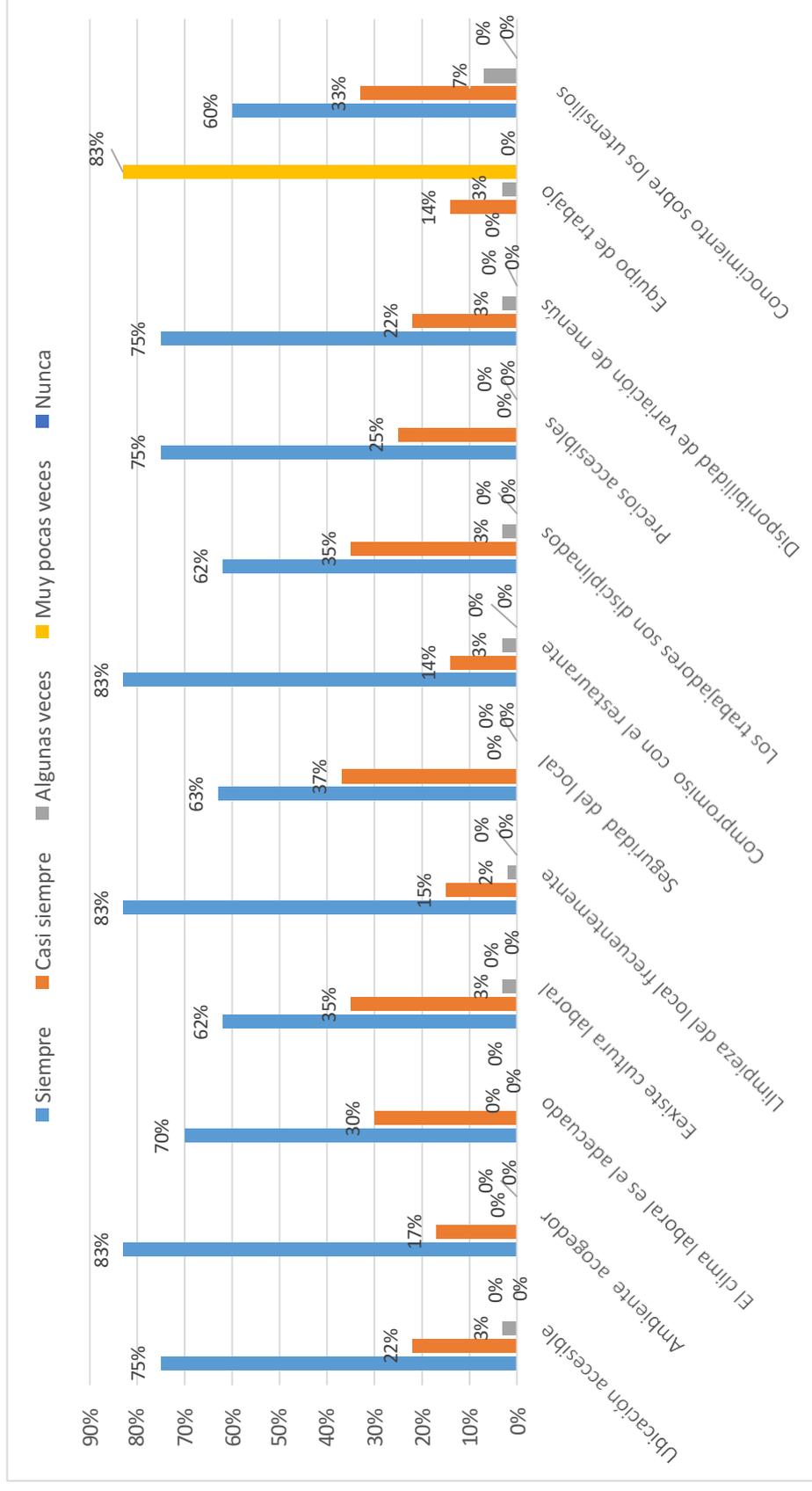
Continúa.....

<b>Disponibilidad de variación de menús</b>		
Siempre	45	75%
Casi siempre	13	22%
Algunas veces	2	3%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>
<b>Equipo de trabajo</b>		
Siempre	0	0%
Casi siempre	8	14%
Algunas veces	2	3%
Muy pocas veces	50	83%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>
<b>Conocimiento sobre los utensilios</b>		
Siempre	36	60%
Casi siempre	20	33%
Algunas veces	4	7%
Algunas veces	0	0%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos adquiridos del cuestionario aplicado a los trabajadores del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes.

**Figura 1**

*Características de la competitividad del sector servicio, rubro restaurantes de aguas verdes, 2023.*



*Nota. Datos extraídos de la tabla 1.*

**Tabla 2**

*Características de gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023.*

<b>Enfoque al cliente</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>La calidad de servicio es la adecuada</b>		
Siempre	45	75%
Casi siempre	15	25%
Algunas veces	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Cuentan con un plan estratégico</b>		
Siempre	40	83%
Casi siempre	18	17%
Algunas veces	2	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Cuentan con un manual de organización</b>		
Siempre	35	70%
Casi siempre	23	30%
Algunas veces	2	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Los trabajadores son adecuados</b>		
Siempre	45	75%
Casi siempre	15	25%
Algunas veces	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%

Continua.....

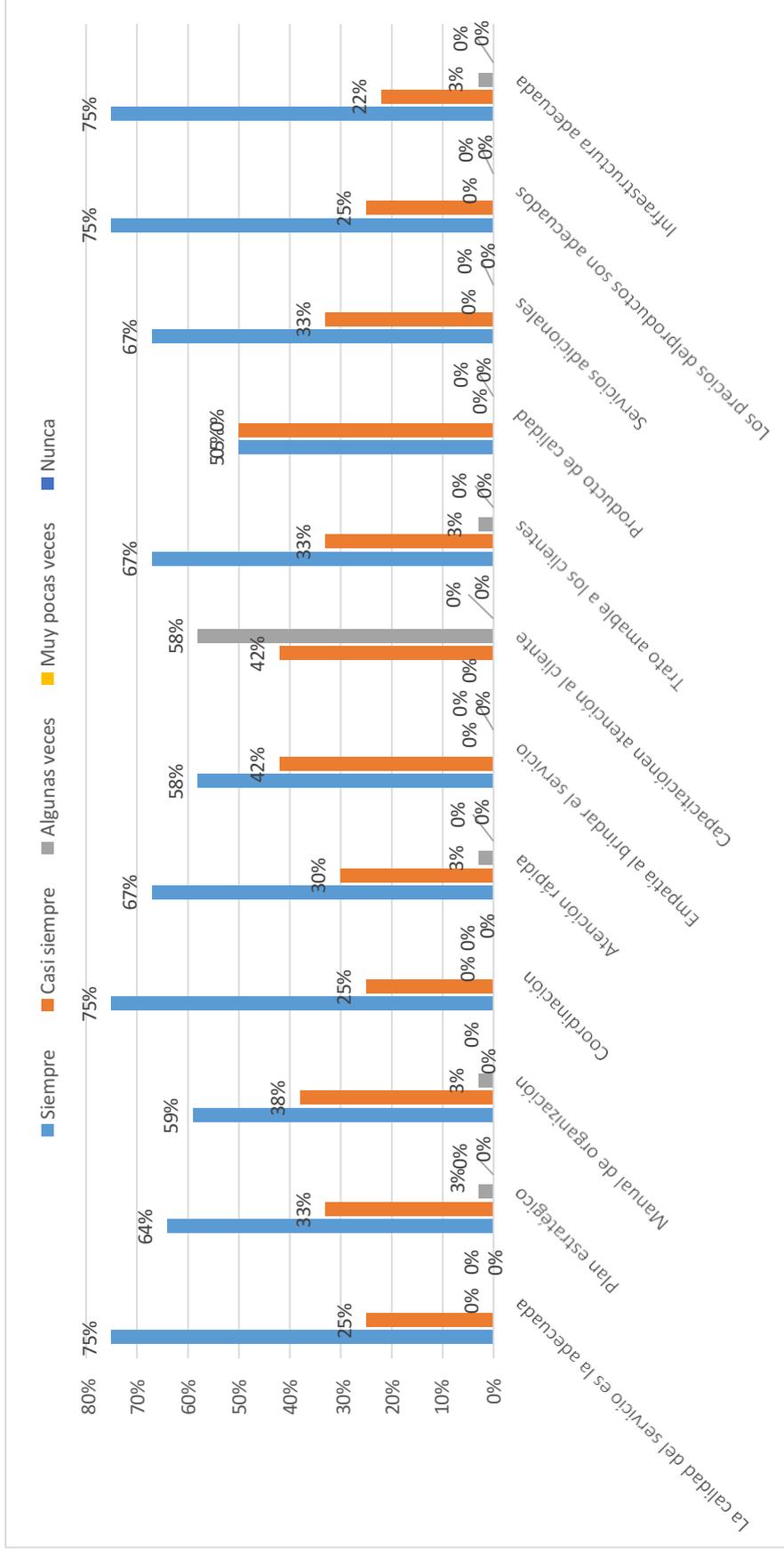
<b>Atención al cliente</b>		
<b>Tiempo de respuesta</b>		
Siempre	40	67%
Casi siempre	18	30%
Algunas veces	2	3%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Empatía al brindar el servicio</b>		
Siempre	35	58%
Casi siempre	25	42%
Algunas veces	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Capacitación en atención al cliente</b>		
Siempre	0	0%
Casi siempre	25	42%
Algunas veces	35	58%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Trato amable a los clientes</b>		
Siempre	40	67%
Casi siempre	20	33%
Algunas veces	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Producto</b>		
<b>Producto de calidad</b>		
Siempre	30	50%
Casi siempre	30	50%
Algunas veces	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%

Continúa.....

<b>Servicios adicionales</b>		
Siempre	40	67%
Casi siempre	20	33%
Algunas veces	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0
Total	60	100%
<b>Los precios del producto son adecuados</b>		
Siempre	45	75%
Casi siempre	15	25%
Algunas veces	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%
<b>Infraestructura adecuada</b>		
Siempre	45	75%
Casi siempre	13	22%
Algunas veces	2	3%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%

*Nota.* Datos adquiridos del cuestionario aplicado a los trabajadores del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes.

**Figura 2**  
*Características de gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023.*



Nota. Datos extraídos de la tabla 2.

**Tabla 3**

*Propuesta de mejora de la competitividad y la gestión de calidad del sector servicio rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023.*

<b>Problema identificado</b>	<b>Propuesta de mejora</b>	<b>Meta</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Indicador</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Responsable</b>
Los trabajadores indicaron que muy pocas veces se trabaja en equipo dentro del restaurante.	Los trabajadores de los restaurantes deben trabajar conjuntamente con todos los colaboradores del negocio.	Realizar actividades para la práctica del trabajo en equipo.	Mensual	Número de las dinámicas de hechas.	\$ 150.00	Gerente
Los trabajadores manifestaron que algunas veces los han capacitado para dar atención al cliente.	Brindar al personal la capacitación adecuada para mejorar su rendimiento en su área de trabajo ante los clientes.	Lograr desarrollar destrezas conocimientos.	Mensual	Porcentaje de aprendizaje.	\$250.00	Gerente
La productividad y la competitividad son factores relevantes.	Enfatizar la productividad y competitividad.	Mejorar la productividad y conocimientos.	Mensual	Porcentaje de relevancia.	\$100.00	Gerente

## V. DISCUSIÓN

En relación al objetivo específico 1: Determinar las características de la competitividad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023. Para dar respuesta a este objetivo se tomaron los siguientes resultados:

Cuenta con una ubicación accesible: El 75% de los trabajadores indicaron que el restaurante siempre cuenta con una ubicación accesible, estos resultados coinciden con la investigación de Ramírez (2020), quién manifestó que el 85% de los encuestados indicaron que el restaurante si está ubicado en una zona segura. Tal como manifiesta Rodríguez (2020) que una buena ubicación puede ayudarnos a tener éxito en nuestro negocio y también nos permitirá suplir algunas deficiencias que podamos tener en la gestión del mismo. También tiene relación con la investigación de Zabala (2019), quien indico que el 65% indicaron que la ubicación del establecimiento es el adecuado en tanto a la seguridad de la zona. Eso quiere decir que los restaurantes si tienen una buena ubicación, el cual aumenta la visibilidad y el alcance de un negocio, lo cual atare a un gran número de clientes, adicionalmente que ayuda a establecer una reputación positiva y de confianza para el restaurante.

Ambiente acogedor: El 83% de los trabajadores indicaron que el restaurante siempre es acogedor, estos resultados coinciden con la investigación de Silva (2021), quién manifiesta que el 67% de los encuestados indicaron que el restaurante si es acogedor para recibir a sus clientes, también tiene relación con la investigación de Acuña (2020), que indicó que el 75% manifestó que el restaurante es acogedor al instante de ofrecer el servicio. Tal como manifiesta Córdova (2021), la comida y el servicio son los 2 pilares principales de un restaurante con éxito, pero si quieres que repitan tus clientes, no puedes ignorar la importancia de crear un ambiente acogedor en tu restaurante ya que resulta un factor clave y determinante en la experiencia del usuario. Esto quiere decir que los restaurantes si crean un ambiente acogedor para que los clientes disfruten de una experiencia positiva y quieran repetirla, adicionalmente de la calidad de la comida y del servicio, el ambiente es un factor importante para la satisfacción del cliente y por tanto el éxito del restaurante.

El clima laboral es el adecuado: El 70% de los trabajadores indican que el clima laboral entre los trabajadores siempre es el adecuado, estos resultados coinciden con la investigación de Ramos (2020), quién manifiesta que el 65% de los encuestados indicaron que en el restaurante el clima laboral entre los trabajadores es adecuada. Tal como indica Ramírez (2020), es importante porque cuando los empleados trabajan en un espacio seguro que promueve su bienestar, están más motivados para hacer un buen trabajo, experimentan menos estrés, tienen más herramientas para la resolución de conflictos y se desempeñan bien, este mejor preparado para las tareas que tiene entre manos. él y sentir un mayor compromiso con el restaurante. Esto quiere decir que es importante proporcionar un entorno seguro e impulsar el bienestar del personal en un restaurante, en vista de que no solo mejora el rendimiento y la motivación, sino que incluso reduce los costes y riesgos asociados a un entorno laboral inseguro.

Existe cultura laboral: El 62% de los trabajadores indican que siempre existe cultura laboral en el restaurante, estos resultados coinciden con la investigación de Acuña (2020), quién manifiesta que el 70% de los encuestados indicaron que el restaurante si hay cultura laboral en el restaurante. Tal como manifiesta Silva (2021), que la cultura laboral es un proceso continuo de coordinación de las relaciones laborales y de velar por la estabilidad y el desarrollo de las fuentes de empleo. Da a entender que en el área de trabajo de los restaurantes si existe cultura laboral por parte del personal, es importante crear un ambiente acogedor en el restaurante ya que resulta un factor clave y determinante en la experiencia del usuario.

Limpieza del local frecuentemente: El 83% de los trabajadores indican que siempre realizan limpieza del local, estos resultados coinciden con la investigación de Ramírez (2020), quién manifiesta que el 70% de los encuestados indicaron que el local siempre se mantiene limpio, la limpieza siempre es constante. Tal como manifiesta Córdova (2021), la higiene es un factor clave para mantener la salud y el confort adecuado de las personas en el restaurante, el nivel de higiene debe cumplir con los más altos estándares, ya que es aquí donde se procesan los alimentos y luego se consumen. Esto demuestra que los restaurantes si cuentan con una higiene adecuada, ya que es esencial en un restaurante para garantizar la seguridad alimentaria y anticipar enfermedades transmitidas por los alimentos.

Seguridad del local: El 63% de los trabajadores indican que el local es seguro siempre ante cualquier adversidad, estos resultados coinciden con la investigación de Ramírez (2020), quién manifiesta que el 80% de los encuestados indicaron que el restaurante es seguro. Tal como manifiesta Silva (2021), que es importante que los restaurantes estén protegidos por sistemas de seguridad física como cámaras de seguridad y sirenas. También mantenerse bien las instalaciones y nos asegurar de que no haya obstrucciones u objetos que puedan causar daños o lesiones, esto ayudaría bastante a que los clientes estén seguros y protegidos. La seguridad en un restaurante es importante para proteger al personal, clientes, previniendo las pérdidas de las pertenencias o financieras, garantizando la continuidad del restaurante en cualquier adversidad que se presente.

Compromiso con el restaurante: El 83% indicó que siempre están comprometidos con el restaurante, estos resultados coinciden con la investigación de Ramírez (2020), quién manifiesta que el 69% indicaron que siempre están comprometidos con el restaurante, y lo demuestran por el esfuerzo que hacen para poder ofrecer un buen servicio, tal como manifiesta Estupiñán (2019), que el compromiso laboral es uno de los factores claves que ayuda a establecer una cultura de alto rendimiento y productividad. Un empleado comprometido es alguien apasionado por su trabajo, y esto se refleja en que haces un mayor esfuerzo cuando desarrollas tus tareas. Esto quiere decir que el personal si esta comprometido con los restaurantes, ya que es importante fomentar el compromiso del personal a través de un buen liderazgo, un trabajador comprometido genera un ambiente de trabajo positivo, el cual conlleva a la creatividad, innovación y eficiencia, en el que se reflejara un mayor rendimiento y mejor productividad.

Los trabajadores son disciplinados: El 62% indicó que los trabajadores siempre son disciplinados, estos resultados coinciden con la investigación de Silva (2021), quién manifiesta que el 75% de los encuestados indicaron su equipo de trabajo es disciplinado. Tal como manifiesta Estupiñán (2019), que la disciplina laboral es uno de los aspectos más importantes en lo que hace referencia al éxito de las empresas. Efectivamente, gran parte de la imagen pública es el control que ejercen las empresas sobre la conducta de sus empleados, las faltas

disciplinarias y las acciones realizadas para sancionar conductas inadecuadas, incompetencias y faltas conductas.

Precios accesibles en relación con su calidad: El 75% indicaron que los restaurantes cuentan siempre con precios accesibles en relación con su calidad, estos resultados coinciden con la investigación de Acuña (2020), quién manifiesta que el 80% de los encuestados indicaron que los restaurantes si cuentan con precios accesibles con la calidad del servicio. Tal como manifiesta Ramírez (2020), que la demanda de calidad de servicio va acompañada de una cuidadosa atención a los precios. Nadie quiere pagar más por un servicio de lo que realmente vale la pena. Por tanto, encontrar un equilibrio entre calidad y precio es un punto clave para atraer y fidelizar clientes. Esto quiere decir que los restauntantes si cuentan con precios accesibles en cuando a la calidad del servicio o producto, ya que de las personas que acuden habitualmente a los restaurantes creen que la vinculación entre calidad y precio es el aspecto al que prestan mayor atención.

Disponibilidad de variación de menús: El 75% indicaron que siempre han contado con la disponibilidad de variación de menús, estos resultados coinciden con la investigación de Zabala (2019) quién manifiesta que el 65% de los encuestados indicaron que los restaurantes si tienen variación de platos. Tal como manifiesta Ramírez (2020), la variación de los menús es una forma de atraer a nuevos clientes al tanto que otros cambios son para mantener la base de clientes fieles que ya se tiene, con la idea de fidelizar a los clientes. Esto quiere decir que el restaurante si cuenta Al realizar una variación en los menús de un establecimiento, se busca llamar la atención de clientes interesados en degustar nuevas opciones y experiencias gastronómicas.

Trabajo en equipo: El 83% indicaron que muy pocas veces los trabajadores trabajan en equipo, estos resultados coinciden con la investigación de Zabala (2019), quién manifiesta que el 90% de los encuestados indicaron que los restaurantes algunas veces no trabajan en equipo. Tal como manifiesta Ramírez (2020), para que una empresa funcione correctamente, es esencial el trabajo en equipo, deben trabajar conjuntamente para alcanzar las metas de la empresa a corto y medio plazo. Esto demuestra que los restaurantes el personal no trabajo en equipo, pero hay

que tener en cuenta que al trabajar en equipo fomenta la colaboración y comunicación entre los miembros del restaurante, facilitando la solución de problemas y toma de decisiones mas efectivas, al trabajar juntos, se comparte ideas, conocimientos y experiencias.

Conocimiento sobre los utensilios: El 60% indicaron siempre tienen conocimientos del uso de utensilios al momento de colocar la mesa, estos resultados coinciden con la investigación de Hurtado (2019), quién manifiesta que el 70% de los encuestados indicaron si están en capacidad de diferenciar que utensilios deben colocar en la mesa del cliente al momento de servir la mesa. Tal como manifiesta Ramírez (2020), la elección correcta de los utensilios de mesa es un proceso importante, al elegir los utensilios de mesa, debemos pensar en la función que tendrán, en cómo se verán en la mesa y en cuáles serán adecuados para el tipo de comida que se va a servir. Esto quiere decir que el personal encargado de ubicar correctamente los utensilios tiene conocimiento de cómo debe hacerlo, cabe recalcar que es importante tener en cuenta la función de los utensilios, que estén bien ubicados en la mesa, el tamaño debe ser adecuado y fáciles de manejar por el cliente.

En relación al objetivo específico 2: Determinar las características de la gestión de calidad del sector servicio rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023. Para dar respuesta a este objetivo se tomaron los resultados:

La calidad de servicio es la adecuada: El 75% indicaron los trabajadores siempre brindan una calidad de servicio adecuada, estos resultados coinciden con la investigación de Zabala (2020), quién manifiesta que el 83% de los encuestados indicaron brindan un servicio de calidad adecuado a sus clientes. Hurtado (201), manifestó que el 69% indicaron que brindan una buena calidad de servicio al momento de atender a los clientes. Tal como manifiesta Ramos (2020), el servicio no es sólo servir y cobrar, la palabra misma te lleva a ver la esencia de un sitio, lo que nos diferencia de los otros que nos permite dar una experiencia a nuestros visitantes. Esto es lo que nos referimos que los restaurantes si cumplen con un servicio de calidad al momento de dar atención a los clientes, hablamos de calidad del servicio, nos permite distinguir y crear experiencias inolvidables para cada cliente.

Cuentan con un plan estratégico: El 67% de los encuestado indicaron que el restaurante siempre ha contado con un plan estratégico, estos resultados coinciden con la investigación de Zabala (2019), quién manifiesta que el 80% de los encuestados manifestaron que el restaurante si cuenta con un plan estratégico. Tal como manifiesta Ramírez (2020), un plan estratégico ayuda a marcar la dirección, ayuda a alinear las distintas unidades que trabajan en una organización con las metas del negocio. Esto quiere decir que los restaurantes si tienen un plan estratégico, es de vital importancia para el éxito a largo plazo de los restaurantes, ya que nos proporciona una estructura clara para alcanzar los objetivos y la mejora del desempeño.

Cuentan con un manual de organización: El 59% de los trabajadores indicaron que los restaurantes siempre han contado con un manual de organización, estos resultados coinciden con la investigación de Zabala (2020), quién manifiesta que el 72% de los encuestados indicaron que los restaurantes si tiene un manual de organización. Tal como manifiesta Rodríguez (2020), un manual de organización es una herramienta esencial para la gestión del personal en las empresas, en vista de que ayuda a mejorar la eficiencia, la comunicación y la coordinación eficaz, un enfoque al desarrollo del personal, la división justa y responsable del trabajo. Esto quiere decir que los restaurantes si cuentan con un manual de organización, ya que esto ayuda a mejorar la eficiencia, comunicación y coordinación fomentando el desarrollo del personal y asegurar una distribución adecuada y responsable.

Los trabajadores son coordinados: El 75% indicaron que los trabajadores del restaurante son coordinados, estos resultados coinciden con la investigación de Zavala (2020), quién manifiesta que el 69% manifestó que son coordinados al momento de realizar cada uno sus activades en el restaurante. Tal como manifiesta Ramírez (2020), el crecimiento de una empresa depende del equipo de trabajo en lo que concierne a su capacidad, coordinación y claridad para mantener el equipo comprometido mediante informes diarios, reuniones de seguimiento semanales/mensuales, contribuye al desarrollo de un equipo más fuerte y capaz, que a su vez conduce al acrecentamiento y éxito del aglomerado del negocio. Esto demuestra que el personal trabaja en coordinación, esto implica a la asignación de tareas, horarios, responsabilidades, para así llevar a cabo los objetivos y ofrecer un servicio de calidad excelente ante los clientes.

Tiempo de respuesta: El 67% manifestaron que siempre ofrecen a los clientes una atención rápida, estos resultados coinciden con la investigación de Zabala (2020), quién manifiesta que el 80% de los encuestados indicaron que la atención que brindan a sus clientes es rápida. Tal como manifiesta Ramírez (2020), el servicio rápido es un factor decisivo para atraer y fidelizar a clientes. Esto quiere decir que el personal si cumple con la función de atención rápida, teniendo en cuenta que al mantener la calidad del servicio y necesidades que ocupan los clientes de manera eficaz están logrando ganar más fidelización para el rubro.

Empatía al brindar el servicio: El 58% indicaron que siempre son empáticos con los clientes al momento de brindar el servicio, estos resultados coinciden con la investigación de Zabala (2020), quién manifiesta que el 76% de los encuestados indicaron que muestran empatía a sus clientes a la hora de ofrecer la atención al cliente. Tal como manifiesta Ramírez (2020), la empatía es la capacidad de comunicarse con las personas, crear relaciones, hacerlas sentir escuchadas, respetadas y entendidas, darse cuenta de sus preocupaciones es esencial para ofrecerle una experiencia positiva y ganarse su lealtad. Esto quiere decir que los restaurantes si La empatía nos permite establecer conexiones significativas y brindar una experiencia positiva a cada cliente, una persona empática es capaz de detectar las necesidades de los clientes y ayudarles de tal manera que ellos se sientan comprendidos y apoyados.

Capacitación en atención al cliente: El 58% manifestaron que algunas veces los trabajadores están capacitados para dar atención al cliente, estos resultados coinciden con la investigación de Acuña (2020), quién manifiesta que el 68 % de los trabajadores encuestados indicaron que pocas veces están capacitados para poder brindar la atención al cliente. También tiene relación con la investigación de Silva (2020), donde indicó que el 80% de los encuestados manifestaron que no cuentan con una capacitación adecuada. Tal como manifiesta Ramírez (2020), que es probable que los representantes bien capacitados se sientan seguros, informados y felices en su trabajo, lo que beneficia directamente a los compradores. Esto quiere decir que la mayoría de los restaurantes no capacitan en su totalidad al personal, para asegurar realmente de que estás brindando a tu equipo todas las herramientas para tener éxito, se debe emplear

contante mente una capacitación ya que la atención al cliente es primordial para el crecimiento del negocio.

Trato amable a los clientes: El 67% indicaron que el personal siempre brinda un trato amable a los clientes, tal como lo manifiesta, Silva (2021), quién manifiesta que el 79% de los encuestados indicaron que brindan un trato amable a sus clientes. Tal como manifiesta Ramírez (2020), el trato amable es un complemento perfecto para el buen servicio que ofrece. Escuche a sus clientes, hágalos sentir que le importa, cuando hable con sus clientes, centre toda su atención. Nada más ofensivo que hablar con alguien que está molesto por algo sencillo. Esto quiere decir que el personal cumple con el servicio al ofrecer un trato amable a los clientes, ya que un trato amable crea un ambiente de confianza, siendo clave para el éxito y crecimiento del restaurante, es importante que los restaurantes o cualquier negocio tenga como objetivo ofrecer un buen trato de manera respetuosa con cada cliente.

Producto de calidad: El 50% indicaron que siempre el restaurante ofrece productos de calidad, tal como lo indica Córdova (2020), quién manifiesta que el 83% el restaurante si ofrece productos de calidad, como hospedajes. Tal como manifiesta Acuña (2020), la calidad del producto es muy importante en los negocios, digamos que es el pilar principal donde caerán todos los otros. Esto quiere decir que los productos de calidad si garantizan la satisfacción del cliente y la marca se percibe y diferencia del resto de competidores, esto es imprescindible cuando se negocia con un cliente.

Servicios adicionales: El 67% indicaron que siempre el restaurante ofrece servicios adicionales, Acuña (2020), quién manifiesta que el 61% de los encuestados indicaron que ofrecen servicios adicionales, como hospedajes. Tal como manifiesta Ramírez (2020), los servicios adicionales son todo lo que viene con el producto, tiene como objetivo cubrir todas las necesidades del cliente, actualmente los clientes están muy bien informados porque las empresas y/o empresas necesitan más en lo que respecta a sus servicios adicionales. Esto quiere decir que los restaurantes suelen utilizar esto a su ventaja para crear un vínculo con sus clientes y construir relaciones duraderas, éste es el éxito de cualquier negocio.

Los precios del producto son los adecuados: El 75% indicaron que los precios de los productos que brinda el restaurante siempre son los adecuados, estos resultados coinciden con la investigación de Acuña (2020), quién manifiesta que el 80% de los encuestados indicaron que los precios del producto son los más cómodos y están al alcance de los clientes. Tal como manifiesta Ramírez (2020), el precio de venta de un producto o servicio que cubre los costes incurridos e incluido el margen de beneficio, incluso cuando incluimos un descuento, ya sea por fidelización o promoción concreta. Estos valores deben estudiarse a fondo, respetando el margen de beneficio predeterminado. Esto quiere decir que los restaurantes brindan precios adecuados, pero antes que nada calculan minuciosamente el margen de venta para asegurar de que el descuento o el bajo de costos por el servicio o producto no afecte negativamente al margen de beneficio.

Infraestructura adecuada: El 75% indicaron que los restaurantes siempre cuentan con una infraestructura adecuada, estos resultados coinciden con la investigación de Silva (2021), quién manifiesta que el 89% de los encuestados indicaron que el restaurante si tiene una infraestructura en buenas condiciones. Tal como manifiesta Ramírez (2020), la infraestructura hace referencia a todo el aglomerado de recursos y sistemas que una empresa necesita para funcionar correctamente y alcanzar sus objetivos. Esto quiere decir que los restaurantes si cumplen con la infraestructura, esto hace que el cliente se sienta cómodo y satisfecho, y esto es una ventaja para la empresa, ya que proporciona los recursos necesarios para lograr los objetivos y seguir en el mercado competitivo.

## **Plan de mejora de la Competitividad para mejorar la Gestión de Calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes,2023.**

El contenido de esta propuesta de mejora se enfoca a la competitividad y gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes,2023

### **1. Datos generales:**

Restaurantes de Aguas verdes.

**Dirección:** En el centro de Aguas Verdes, frontera con Ecuador.

#### **Historia:**

Los restaurantes en Aguas Verdes son muy importantes para el distrito debido a la gran población de distintos niveles económicos, incluyendo turistas de diferentes partes de Perú y del extranjero que vienen a experimentar platillos diferentes a su costumbre. La gran parte de los restaurantes son negocios familiares, que vienen de generación tras generación, que se esfuerzan por cubrir las necesidades de sus clientes, una gran parte de los propietarios son de la ciudad, empresarios que quieren avanzar con la intención de dar un servicio de calidad, con buena atención y en especial, con precios accesibles para todo tipo de clientes.

### **2. Misión:**

Superar las perspectivas de nuestros clientes para dar a darse cuenta de nuestro nombre como experiencia memorable, ser una opción notable y diferente. Mantener la mejor calidad en nuestros platos.

### **3. Visión:**

Ser reconocidos entre los mejores restaurantes locales y nacionales por nuestra oferta culinaria, ambiente y servicio, dar confianza y hacer sentir cómodo dando seguridad a los clientes que adquiere el servicio.

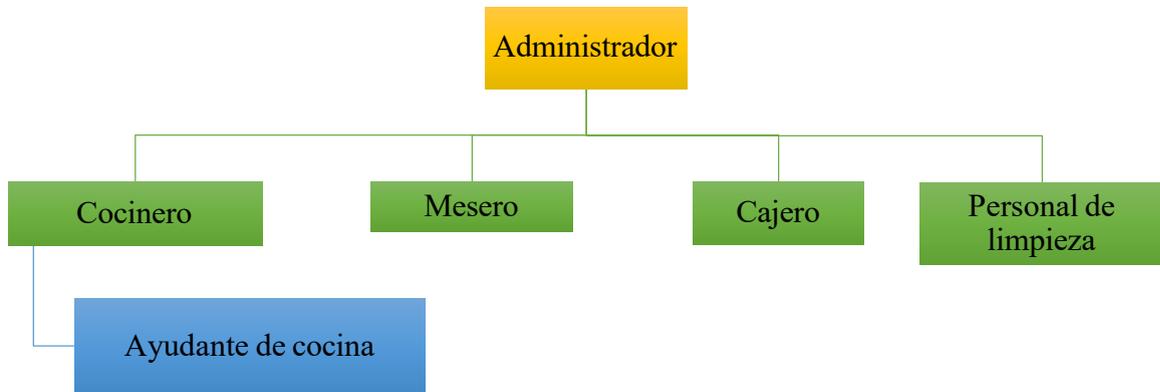
### **4. Objetivos Estratégicos:**

- Mejorar el nivel de capacitación laboral.
- Mejorar el trabajo conjunto con todo el personal del restaurante.
- Mejorar la productividad y la competitividad.

## 5. Servicios

Los restaurantes que se dedican a ofrecer servicios de venta de alimentos, comidas y bebidas.

## 6. Organigrama



### 6.1. Descripción de Funciones

Cargo	Perfil	Funciones
Administrador	<ul style="list-style-type: none"><li>• Licenciado en la carrera de administración.</li><li>• Experiencia laboral mínima de 3 año.</li><li>• Que sepa liderar.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gestionar al personal de cocina, personal de caja.</li><li>• Mejorar los tiempos y procesos operativos en el negocio.</li><li>• Gestionar la parte contable y financiera del negocio.</li></ul>

Cargo	Perfil	Funciones
Cocinero	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tener conocimientos en cocina.</li><li>• Experiencia laboral mínima de 3 año.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Elaborar los platos de acuerdo a las recetas y estándares de calidad del restaurante.</li><li>• Trabajar de forma eficiente para garantizar que los platos se sirvan a tiempo y con un alto nivel.</li></ul>

<b>Cargo</b>	<b>Perfil</b>	<b>Funciones</b>
Ayudante de cocina	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia laboral mínima de 1 año.</li> <li>• Tener conocimientos básicos en cocina.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar los ingredientes para cocinar.</li> <li>• Mantener la higiene y el orden de limpieza en la cocina.</li> <li>• Realizar otras tareas en la cocina según se le asigne.</li> </ul>

<b>Cargo</b>	<b>Perfil</b>	<b>Funciones</b>
Mesero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia laboral mínima de 1 año.</li> <li>• Tener habilidades en comunicación.</li> <li>• Buena memoria.</li> <li>• Actitud positiva.</li> <li>• Ser proactivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar su área de trabajo.</li> <li>• Asegurar de que los platos, vasos, tazas, cubiertos y utensilios u otros alimentos estén limpios y en el lugar correcto.</li> <li>• Colocar los cubiertos, servilletas, saleros y pimientos correctamente en las mesas que servirá antes de que lleguen los clientes.</li> <li>• Atender a los clientes.</li> </ul>

<b>Cargo</b>	<b>Perfil</b>	<b>Funciones</b>
Cajero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia laboral mínima de 3 años.</li> <li>• Honestidad.</li> <li>• Sentido de responsabilidad.</li> <li>• Capacidad de trabajar en equipo.</li> <li>• Habilidades numéricas y operaciones aritméticas básicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar el fondo de caja.</li> <li>• Mantener y equilibrar el cajón de efectivo a diario contabilizando los importes desembolsados, recibidos y desembolsados.</li> </ul>
<b>Cargo</b>	<b>Perfil</b>	<b>Funciones</b>

Personal de limpieza	<ul style="list-style-type: none"><li>• Experiencia laboral mínima de 1 a 3 años.</li><li>• Ser amable con los clientes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Revisar que las instalaciones están en buen estado.</li><li>• Realizar una adecuada limpieza del restaurante, tanto interno como externo.</li></ul>
----------------------	--	---

## 7. Diagnóstico empresarial

<p style="text-align: center;"><b>AI</b></p> <p style="text-align: center;"><b>AE</b></p>	<p style="text-align: center;"><b><u>FORTALEZAS</u></b></p> <p><b>F1.</b> Precio accesible y calidad del producto.  <b>F2.</b> Ofrecen buena atención.  <b>F3.</b> La ubicación del negocio es excelente.</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>DEBILIDADES</u></b></p> <p><b>D1.</b> El personal no está capacitado para atender a los clientes.  <b>D2.</b> Falta de trabajo en equipo.  <b>D3.</b> Falta de conocimiento sobre gestión de calidad.</p>
<p style="text-align: center;"><b><u>OPORTUNIDADES</u></b></p> <p><b>O1.</b> Crecimiento del turismo en la región.  <b>O2.</b> Ofrecer una gama de productos.  <b>O3.</b> Capacitación de parte del estado.</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>FO</u></b></p> <p><b>01.</b> Aprovechar la excelente ubicación del restaurante, éste puede aprovechar mejor las oportunidades de visita de los turistas. <b>(F3, O1)</b>  <b>02.</b> Variar el menú del día, ofreciendo más platos a la carta, a precios accesibles con un producto de calidad. <b>(F1, O2)</b></p>	<p style="text-align: center;"><b><u>DO</u></b></p> <p><b>01.</b> Aprovechar las capacitaciones que ofrece el Mincetur para fortalecer el conocimiento sobre gestión de calidad. <b>(D3, O3)</b>.  <b>02.</b> Reforzar el trabajo en equipo con ayuda de una capacitación. <b>(D2, O3)</b></p>
<p style="text-align: center;"><b><u>AMENAZAS</u></b></p> <p><b>A1.</b> Entrada de nuevos competidores.  <b>A2.</b> Los precios de las materias primas están subiendo.  <b>A3.</b> Altibajos económicos que alteren los gastos de los clientes.</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>FA</u></b></p> <p><b>01.</b> Ofrecer un precio accesible con un producto de calidad, para competir contra otros nuevos competidores. <b>(F1, A1)</b>  <b>02.</b> Obtener clientes frecuentes por los precios accesibles y calidad del producto, para no afectar los gastos de los clientes. <b>(F1, A3)</b></p>	<p style="text-align: center;"><b><u>DA</u></b></p> <p><b>01.</b> Capacitar a los trabajadores en atención al cliente para así lograr un mejor desempeño, que se diferencie ante los competidores. <b>(D1, A1)</b>  <b>02.</b> Reforzar el conocimiento sobre la gestión de calidad, para sobre llevar el aumento del precio de materia prima. <b>(D3, A2)</b></p>

## 8. Indicadores de Gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores
Trabajo en equipo	La persona responsable cree que, debido a falta de coordinación efectiva entre los trabajadores, el trabajo en equipo no es el mejor enfoque.
Capacitación	Los colaboradores no cumplen con las exigencias del cliente, lo que puede generar quejas y reclamos de los participantes.
Productividad	El equipo de personal necesario no está disponible o no está adecuadamente preparado.

## 9. Problemas

Problemas encontrados	Surgimiento del problema
El 83% indicaron que muy pocas veces los trabajadores trabajan en equipo.	La persona responsable cree que, debido a falta de coordinación efectiva entre los trabajadores, el trabajo en equipo no es el mejor enfoque.
El 58% manifestaron que algunas veces los trabajadores están capacitados para dar atención al cliente.	Los colaboradores no cumplen con las exigencias del cliente, lo que puede generar quejas y reclamos de los participantes.
El 50% indicaron casi siempre el restaurante ofrece productos de calidad.	El equipo de personal necesario no está disponible o no está adecuadamente preparado.

## 10. Establecer soluciones

Indicadores	Problemas encontrados	Acciones de mejora
Trabajo en equipo	El 83% indicaron que muy pocas veces los trabajadores trabajan en equipo.	El personal de la empresa debe trabajar en equipo entre todos los que son parte del restaurante.
Capacitación	El 58% manifestaron que algunas veces los trabajadores están capacitados para dar atención al cliente.	Ofrecer capacitación a todo el personal para que así lograr alcanzar las exigencias de los clientes.
Productividad	El 50% indicaron casi siempre el restaurante ofrece productos de calidad.	Optimizar la gestión de las demandas del producto por el cliente.

## 11. Recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategia	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	El personal de la empresa debe trabajar en equipo entre todos los que son parte del restaurante.	Propietario Especialista Trabajadores	\$1,000.00	Computadora Material sobre el tema Uso de las TICS	1 mes
2	Ofrecer capacitación a todo el personal para que así lograr alcanzar las exigencias de los clientes.	Propietario Especialista Trabajadores	\$ 850,00	Computadora Uso de software	1 mes
3	Optimizar la gestión de las demandas del producto por el cliente.	Propietario Especialista Trabajadores	\$1,200.00	Material sobre el tema Computadora	1 mes
<b>Total</b>			\$3,050.00		3 meses

## 12. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	final
1	El personal de la empresa debe trabajar en equipo entre todos los que son parte del restaurante.	01/11/2023	01/12/2023
2	Ofrecer capacitación a todo el personal para que así lograr alcanzar las exigencias de los clientes.	01/01/2024	30/01/2024
3	Optimizar la gestión de las demandas del producto por el cliente.	01/02/2024	30/02/2024

## VI. CONCLUSIONES

Establecer una propuesta de mejora de la competitividad para mejorar la gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023. Es fundamental ya que la competitividad y la gestión de calidad son elementos esenciales en el éxito de los restaurantes, al ofrecer productos y servicios de calidad, se logrará mayores posibilidades de alcanzar el éxito, la rentabilidad a largo plazo y tener un buen posicionamiento en el mercado.

Determinar las características de la competitividad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023, se concluyó que la mayoría los trabajadores encuestados indicaron que el restaurante siempre cuenta con una ubicación accesible, con un adecuado clima y cultura laboral entre los trabajadores, siendo acogedor, manteniendo una adecuada limpieza y seguridad dentro del restaurante, gracias a la disciplina forjando un compromiso laboral, ofreciendo precios accesibles en relación con su calidad y variación de platos, aunque se pudo observar que muy pocas veces los trabajadores trabajan en equipo, esto ocurre con algunos trabajadores nuevos que por temor, no preguntan al resto del personal algunas inquietudes que tienen y eso les conlleva hacer las cosas por sí mismo, pero por otro lado, el personal está en la capacidad de mantener los utensilios u otros alimentos limpios y en el lugar correcto.

Determinar las características de la gestión de calidad del sector servicio rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023, se pudo concluir que la mayoría de los trabajadores encuestados siempre brindan una calidad de servicio adecuada, contando con un plan estratégico, y un manual de organización, los trabajadores del restaurante son coordinados, ofrecen a los clientes una atención rápida, demostrando empatía con los clientes al momento de brindar el servicio, aunque haciendo referencia a lo antes mencionado con la calidad de servicio el resto de trabajadores no están debidamente capacitados para dar atención al cliente, brindan un trato amable a los clientes, pero les falta mejorar, en cuanto a los productos de calidad, pero eso no evita que el restaurante que ofrezca servicios adicionales, ya que los precios de los productos son adecuados, contando con una buena infraestructura.

Con respecto a los resultados del estudio se desarrolló una propuesta de mejora de cuyo propósito es brindar a los restaurantes de Aguas Verdes, con herramientas, estrategias y técnicas administrativas que ayuden a mejorar la competitividad y gestión de calidad, para otorgar una calidad en los servicios prestados y satisfacer las necesidades de los clientes.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Dar capacitación al personal del rubro restaurantes, además motivar al personal con incentivos para así conseguir un rendimiento efectivo y desempeño eficiente, cumpliendo con los objetivos de la empresa.

Fomentar el trabajo en equipo mejorará la comunicación, la creatividad, la responsabilidad, la confianza y el compromiso. Del mismo modo permitirá a los equipos superar muchos obstáculos en beneficio del negocio.

Llevar a cabo la propuesta de mejora que fue desarrollada en base a cada uno de los resultados del trabajo de investigación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña Santur, J.C. (2020) *Gestión de calidad y competitividad en las Mypes rubro restaurantes del centro de Ayabaca, 2020*. [ Tesis posgrado, Universidad católica los ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17286>
- Córdova Lucero, T.M. (2019) *Caracterización de la calidad de servicio y la capacitación del personal de las mypes, sector servicio, rubro hospedaje, en el distrito Tumbes, 2019*. [Tesis Postgrado Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. [https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/14996/CALIDAD%20DE%20SERVICIO\\_CAPACITACION\\_CORDOVA\\_LUCERO\\_TATIANA\\_MI REYA.pdf?sequence=4](https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/14996/CALIDAD%20DE%20SERVICIO_CAPACITACION_CORDOVA_LUCERO_TATIANA_MI REYA.pdf?sequence=4)
- Estrada Gómez, K.L (2016). Competitividad. (5 de noviembre de 2019) Gerencie.com <https://www.gerencie.com/competitividad.html>
- Estupiñán Medina, M.R. (2019) *Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del centro de tumbes, año 2017*. [Tesis Postgrado Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18963>
- García Giménez, Jimena. (2012) *Sistema de Calidad para el Restaurante Tridente del Hotel Neptuno en Valencia, España*. [Tesis Posgrado, Universidad Simón Bolívar, Sartenejas]. <https://es.scribd.com/document/331467925/Servqual-Hotel-Neptuno>
- Hernández Sampieri, R. & Mendoza Torres, C.P. (2018) *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, Academia edu*. [Tesis Posgrado, Universidad Nacional Autónoma de México]. Recuperado el 3 de noviembre del 2023 de <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1292>
- Hurtado Bautista, F. (2019) *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las Mypes del sector servicio-rubro Restaurantes del óvalo de Santa Anita, distrito de Santa Anita, lima 2018*. [Tesis Postgrado Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11207>

- López Iparraguirre, K.P. (2019) *La gestión del talento humano en los procedimientos administrativos del sistema de tesorería de la Municipalidad Distrital de El Porvenir -2018*. [Tesis Posgrado Universidad Cesar Vallejo]. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/17669/lopez\\_ik.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/17669/lopez_ik.pdf?sequence=1)
- Morales Vera, R. (2019) *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPE's del sector servicio – rubro restaurantes, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos*. [Tesis de título profesional de licenciada en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11183>
- Parreño Grijalva, R.L. (2019) *Diseño de un sistema de gestión de calidad bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 para el restaurante “La Jama”, ubicado en el Cantón Duran de la provincia Guaya*. [Tesis Posgrado, Universidad Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/47146/1/BINGQ-ISCE-19P91.pdf>
- Ramos Morales, M.A. (2020) *Propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante de la av. 28 de julio y jirón el Carmen - Imperial – Cañete, 2020*. [Tesis Postgrado Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. [https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/18968/CALIDAD\\_COMPETITIVIDAD\\_GESTI%C3%93N\\_PROPUESTA\\_RESTAURANTE\\_RAMOS\\_MORALES\\_MIGUEL\\_ANGEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/18968/CALIDAD_COMPETITIVIDAD_GESTI%C3%93N_PROPUESTA_RESTAURANTE_RAMOS_MORALES_MIGUEL_ANGEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ramírez Rojas, J.A. (2020) *Análisis de la competitividad del sector restaurantes en la ciudad de Ibagué*. [Tesis Posgrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. [https://repository.ucc.edu\\_klmm,.co/handle/20.500.12494/28726](https://repository.ucc.edu_klmm,.co/handle/20.500.12494/28726)
- Rodríguez Puerta, A. (2020) *Las 4 teorías de la calidad principales y sus características* (4 de diciembre de 2020). <https://www.lifeder.com/teorias-calidad/>
- Roldan, P.N. (2020) *Definiciones de Competitividad*. <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>

- Silva, K.Y. (2021) *Calidad de servicio y competitividad de las Mypes, sector comercio rubro restaurantes del distrito de San Pedro de los Incas -2018* [Tesis Postgrado Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/23033>
- Velásquez Rojas, L.R. (2019) *La competitividad en las Mypes del sector Servicio – Rubro Restaurantes de la Av. Perú, distrito de San Martín de Porres, Lima 2018* [Tesis Postgrado Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11208>
- Zavala Alemán, E.I. (2019) *Características de la competitividad y gestión de calidad de los restaurantes de Tumbes, 2018*. [Tesis Postgrado Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].  
<https://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/handle/20.500.13032/20427>Cuyo
- Zavala Choez, F.N. (2020) *La gestión de calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios – Ecuador*, Revista científica Dominio de las ciencias. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1284>
- Zabaleta Estupiñán, M.E. (2019) *Características de la competitividad de los restaurantes de Tumbes, 2018*. [Tesis Postgrado Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].  
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/19624>

## ANEXOS

### Anexo 01. Matriz de Consistencia

Título: *La competitividad para mejorar la gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023*

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>Objetivo general:</b> Establecer una propuesta de mejora de la competitividad para mejorar la gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de aguas verdes, 2023.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> 1. Determinar las características de la competitividad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023. 2. Determinar las características de la gestión de calidad del sector servicio rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023? 3. Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad y la gestión de calidad del sector servicio rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023.</p>	<p>En la presente investigación titulada la competitividad para mejorar la gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023, no se planteó hipótesis por ser de nivel descriptivo de propuesta. (Hernández, 2018)</p>	<p>Gestión de la calidad</p> <p>Competitividad</p>	<p><b>Tipo de Inv.:</b> Cuantitativo.</p> <p><b>Nivel de Inv.:</b> Descriptivo.</p> <p><b>Diseño de Inv.:</b> No Experimental.</p> <p><b>Población:</b> Se aplicó la encuesta a 60 trabajadores.</p> <p><b>Muestra:</b> 5 restaurantes La muestra es no probabilística.</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta.</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario.</p>	

## Anexo 02. Instrumento de recolección de información



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

El cuestionario se aplicará a los clientes de los restaurantes de Aguas Verdes, 2023.

**Instrucciones:** A continuación, le presentamos las preguntas y lo invitamos a participar expresando su opinión personal marcando con un aspa (X) en la hoja de respuesta de acuerdo a su punto de vista en las alternativas planteadas.

NUNCA (1)	MUY POCAS VECES (2)	ALGUNAS VECES (3)	CASI SIEMPRE (4)	SIEMPRE (5)	
Nº	ÍTEMS				Alternativa
<b>V2: COMPETITIVIDAD</b>					
1	¿El restaurante cuenta con una ubicación accesible?				1 2 3 4 5
2	¿El ambiente del restaurante es acogedor?				1 2 3 4 5
3	¿El clima laboral entre los trabajadores es el adecuado?				1 2 3 4 5
4	¿Cree que el restaurante existe cultura laboral?				1 2 3 4 5
5	¿Hacen limpieza del local frecuentemente?				1 2 3 4 5
6	¿Cree usted que el local es seguro ante cualquier adversidad?				1 2 3 4 5
7	¿Cree usted que los trabajadores están comprometidos con el restaurante?				1 2 3 4 5
8	¿Los trabajadores son disciplinados?				1 2 3 4 5
9	¿El restaurante cuenta con precios accesibles en relación con su calidad?				1 2 3 4 5

10	¿Cuentan con disponibilidad de variación de menús al momento de ofrecer el servicio?	1	2	3	4	5
11	¿Los trabajadores del restaurante trabajan en equipo?	1	2	3	4	5
12	¿Tienen conocimiento de los utensilios a usar al momento de poner la mesa?	1	2	3	4	5
<b>VI: GESTION DE CALIDAD</b>						
1	¿La calidad de servicio que brindan en este restaurante es la adecuada?	1	2	3	4	5
2	¿El restaurante cuenta con un plan estratégico?	1	2	3	4	5
3	¿El restaurante cuenta con el manual de organización?	1	2	3	4	5
4	¿Los trabajadores del restaurante son coordinados?	1	2	3	4	5
5	¿Ofrecen a los clientes una atención rápida?	1	2	3	4	5
6	¿Los trabajadores son empáticos al momento brindar el servicio?	1	2	3	4	5
7	¿Los trabajadores están capacitados para dar atención al cliente?	1	2	3	4	5
8	¿Cree que el personal brinda un trato amable a los clientes?	1	2	3	4	5
9	¿Los productos ofrecidos por los restaurantes son de calidad?	1	2	3	4	5
10	¿El restaurante ofrece servicios adicionales?	1	2	3	4	5
11	¿Los precios de los productos que brinda el restaurante son los adecuados?	1	2	3	4	5
12	¿El restaurante cuenta con una infraestructura adecuada?	1	2	3	4	5

## Anexo 03. Validez del instrumento

### Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Uribe Cornelio Guido E.

N° DNI / CE: 70117561      N° Colegiatura: 12504

Teléfono / celular: -      Email:

---

Título profesional:

Magister en administración

Grado académico: Maestría  \_\_\_\_\_      Doctorado: \_\_\_\_\_

Especialidad:

Licenciado en Administración

Institución que labora:

Independiente

---

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

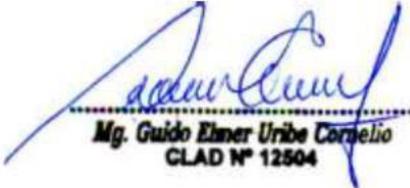
La competitividad para mejorar la gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023

Autor(es):

Morocho Suarez Marcia

Programa académico:

---



Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio  
CLAD N° 12504

Firma



Huella digital

### 4.6.3 Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*									
TÍTULO: La competitividad para mejorar la gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023									
Variable 1: Competitividad		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones	
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple		
<b>Dimensión 1: Ubicación</b>									
1	¿El restaurante cuenta tiene buena ubicación?	X		X		X			Mejorar la pregunta para que todos los encuestados puedan entender
2	¿El ambiente del restaurante es acogedor?	X		X		X			
3	¿El clima laboral entre los trabajadores es el adecuado?	X		X		X			
4	¿Cree que el restaurante existe cultura laboral?	X		X		X			
<b>Dimensión 2: Higiene</b>									
1	¿Hacen limpieza del local frecuentemente?	X		X		X			
2	¿Cree usted que el local es seguro ante cualquier adversidad?	X		X		X			
3	¿Cree usted que todos los trabajadores están comprometidos con el restaurante?	X		X		X			
4	¿Los trabajadores son disciplinados?	X		X		X			
<b>Dimensión 3: Accesibilidad</b>									
2	¿El restaurante cuenta con precios accesibles en relación con su calidad?	X		X		X			
3	¿Cuentan con disponibilidad de variación de menús al momento de ofrecer el servicio?	X		X		X			
4	¿Los trabajadores del restaurante trabajan en equipo?	X		X		X			
	¿Tienen conocimiento de los utensilios a usar al momento de poner la mesa?	X		X		X			

Variable 2: Gestión de calidad									
<b>Dimensión 1: Calidad</b>									
1	¿La calidad de servicio que brindan en este restaurante es la adecuada?	X			X				X
2	¿El restaurante cuenta con un plan estratégico?	X			X				X
3	¿El restaurante cuenta con el manual de organización?	X			X				X
4	¿Los trabajadores del restaurante son coordinados?	X			X				X
<b>Dimensión 2: Atención al cliente</b>									
1	¿Ofrecen a los clientes una atención rápida?	X			X				X
2	¿Los trabajadores son empáticos al momento brindar el servicio?	X			X				X
3	¿Los trabajadores están capacitados para dar atención al cliente?	X			X				X
4	¿Cree que el personal brinda un trato amable a los clientes?	X			X				X
<b>Dimensión 3: Producto</b>									
1	¿Los productos ofrecidos por los restaurantes son de calidad?	X			X				X
2	¿El restaurante ofrece servicios adicionales?	X			X				X
3	¿Los precios de los productos que brinda el restaurante son los adecuados?	X			X				X
4	¿El restaurante cuenta con una infraestructura adecuada?	X			X				X

**Recomendaciones:**

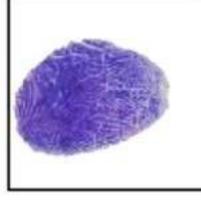
Se recomienda usar un lenguaje adecuado al momento de referirse a los encuestados, por el tema de respeto y entendimiento.

Opinión de experto: Aplicable (X) No aplicable ( )

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Uribe Cornelio Guido DNI 70117561



Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio  
CLAD N° 12504



Firma

Huella digital

**Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación**

Nombres y Apellidos:

Anaya Moreno Yuri.

N° DNI / CE: 43774068

N° Colegiatura: 07891

Teléfono / celular: - Email:

---

Título profesional:

Magister en administración

Grado académico: Maestría\_X\_\_\_\_\_

Doctorado: \_\_\_\_\_

Especialidad:

Licenciada en Administración

Institución que labora:

Municipalidad Provincial de Yungay

---

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

La competitividad para mejorar la gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023

Autor(es):

Morocho Suarez Marcia

Programa académico:

---



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE QUILLU  
YUNGAY - AYLUNDES  
Lic. Anaya Moreno Yuri Arquevaldes  
DNI N° 43774068  
JEFE DE LA OFICINA DE ABASTECIMIENTO Y PATRIMONIO

Firma



Huella digital

#### 4.6.3 Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

<b>FICHA DE VALIDACIÓN*</b>									
<b>TÍTULO:</b> La competitividad para mejorar la gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023									
<b>Variable 1: Competitividad</b>		<b>Relevancia</b>		<b>Pertinencia</b>		<b>Claridad</b>		<b>Observaciones</b>	
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple		
<b>Dimensión 1: Ubicación</b>									
1	¿El restaurante cuenta tiene buena ubicación?		X		X		X		
2	¿El ambiente del restaurante es acogedor?		X		X		X		
3	¿El clima laboral entre los trabajadores es el adecuado?		X		X		X		
4	¿Cree que el restaurante existe cultura laboral?		X		X		X		
<b>Dimensión 2: Higiene</b>									
1	¿Hacen limpieza del local frecuentemente?		X		X		X		
2	¿Cree usted que el local es seguro ante cualquier adversidad?		X		X		X		
3	¿Cree usted que todos los trabajadores están comprometidos con el restaurante?		X		X		X		
4	¿Los trabajadores son disciplinados?		X		X		X		
<b>Dimensión 3: Accesibilidad</b>									
2	¿El restaurante cuenta con precios accesibles en relación con su calidad?		X		X		X		
3	¿Cuentan con disponibilidad de variación de menús al momento de ofrecer el servicio?		X		X		X		
4	¿Los trabajadores del restaurante trabajan en equipo?		X		X		X		
	¿Tienen conocimiento de los utensilios a usar al momento de poner la mesa?		X		X		X		

<b>Variable 2: Gestión de calidad</b>										
<b>Dimensión 1: Calidad</b>										
1	¿La calidad de servicio que brindan en este restaurante es la adecuada?								X	
2	¿El restaurante cuenta con un plan estratégico?								X	
3	¿El restaurante cuenta con el manual de organización?								X	
4	¿Los trabajadores del restaurante son coordinados?								X	
<b>Dimensión 2: Atención al cliente</b>										
1	¿Ofrecen a los clientes una atención rápida?								X	
2	¿Los trabajadores son empáticos al momento brindar el servicio?								X	
3	¿Los trabajadores están capacitados para dar atención al cliente?								X	
4	¿Cree que el personal brinda un trato amable a los clientes?								X	
<b>Dimensión 3: Producto</b>										
1	¿Los productos ofrecidos por los restaurantes son de calidad?								X	
2	¿El restaurante ofrece servicios adicionales?								X	
3	¿Los precios de los productos que brinda el restaurante son los adecuados?								X	
4	¿El restaurante cuenta con una infraestructura adecuada?								X	

**Recomendaciones:**

Se recomienda usar un lenguaje adecuado al momento de referirse a los encuestados, por el tema de respeto y entendimiento.

Opinión de experto: Aplicable (X) No aplicable ( )

Aplicable después de modificar ( ) No aplicable ( )

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg. Anaya Moreno Yuri DNI: 43774068



**Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación**

Nombres y Apellidos:

Gomero Fernández Fátima Khaterin

N° DNI / CE: 72352442      N° Colegiatura: 06-3617

Teléfono / celular: -      Email:

---

Título profesional:

Magister en administración y Gestión Pública

Grado académico: Maestría\_X\_\_\_\_\_      Doctorado: \_\_\_\_\_

Especialidad:

Magister en Gestión Pública

Institución que labora:

UGEL- AJIA

---

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

La competitividad para mejorar la gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023

Autor(es):

Morocho Suarez Marcia

Programa académico:

---



Firma



Huella digital

#### 4.6.3 Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

<b>FICHA DE VALIDACIÓN*</b>							
<b>TÍTULO: La competitividad para mejorar la gestión de calidad del sector servicio, rubro restaurantes de Aguas Verdes, 2023</b>							
Variable 1: Competitividad	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
<b>Dimensión 1: Ubicación</b>							
1	¿El restaurante cuenta tiene buena ubicación?	X		X	X		
2	¿El ambiente del restaurante es acogedor?	X		X	X		
3	¿El clima laboral entre los trabajadores es el adecuado?	X		X	X		
4	¿Cree que el restaurante existe cultura laboral?	X		X	X		
<b>Dimensión 2: Higiene</b>							
1	¿Hacen limpieza del local frecuentemente?	X		X	X		
2	¿Cree usted que el local es seguro ante cualquier adversidad?	X		X	X		
3	¿Cree usted que todos los trabajadores están comprometidos con el restaurante?	X		X	X		
4	¿Los trabajadores son disciplinados?	X		X	X		
<b>Dimensión 3: Accesibilidad</b>							
2	¿El restaurante cuenta con precios accesibles en relación con su calidad?	X		X	X		
3	¿Cuentan con disponibilidad de variación de menús al momento de ofrecer el servicio?	X		X	X		
4	¿Los trabajadores del restaurante trabajan en equipo?	X		X	X		
	¿Tienen conocimiento de los utensilios a usar al momento de poner la mesa?	X		X	X		
<b>Variable 2: Gestión de calidad</b>							

<b>Dimensión 1: Calidad</b>									
1	¿La calidad de servicio que brindan en este restaurante es la adecuada?	X				X			X
2	¿El restaurante cuenta con un plan estratégico?	X				X			X
3	¿El restaurante cuenta con el manual de organización?	X				X			X
4	¿Los trabajadores del restaurante son coordinados?	X				X			X
<b>Dimensión 2: Atención al cliente</b>									
1	¿Ofrecen a los clientes una atención rápida?	X				X			X
2	¿Los trabajadores son empáticos al momento brindar el servicio?	X				X			X
3	¿Los trabajadores están capacitados para dar atención al cliente?	X				X			X
4	¿Cree que el personal brinda un trato amable a los clientes?	X				X			X
<b>Dimensión 3: Producto</b>									
1	¿Los productos ofrecidos por los restaurantes son de calidad?	X				X			X
2	¿El restaurante ofrece servicios adicionales?	X				X			X
3	¿Los precios de los productos que brinda el restaurante son los adecuados?	X				X			X
4	¿El restaurante cuenta con una infraestructura adecuada?	X				X			X

**Recomendaciones:**

Se recomienda usar un lenguaje adecuado al momento de referirse a los encuestados, por el tema de respeto y entendimiento.

Opinión de experto: Aplicable (X) No aplicable ( )

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Gomero Fernández Fátima Khaterin DNI: 72352442










RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

0,99 nuestro instrumento es de excelente confiabilidad

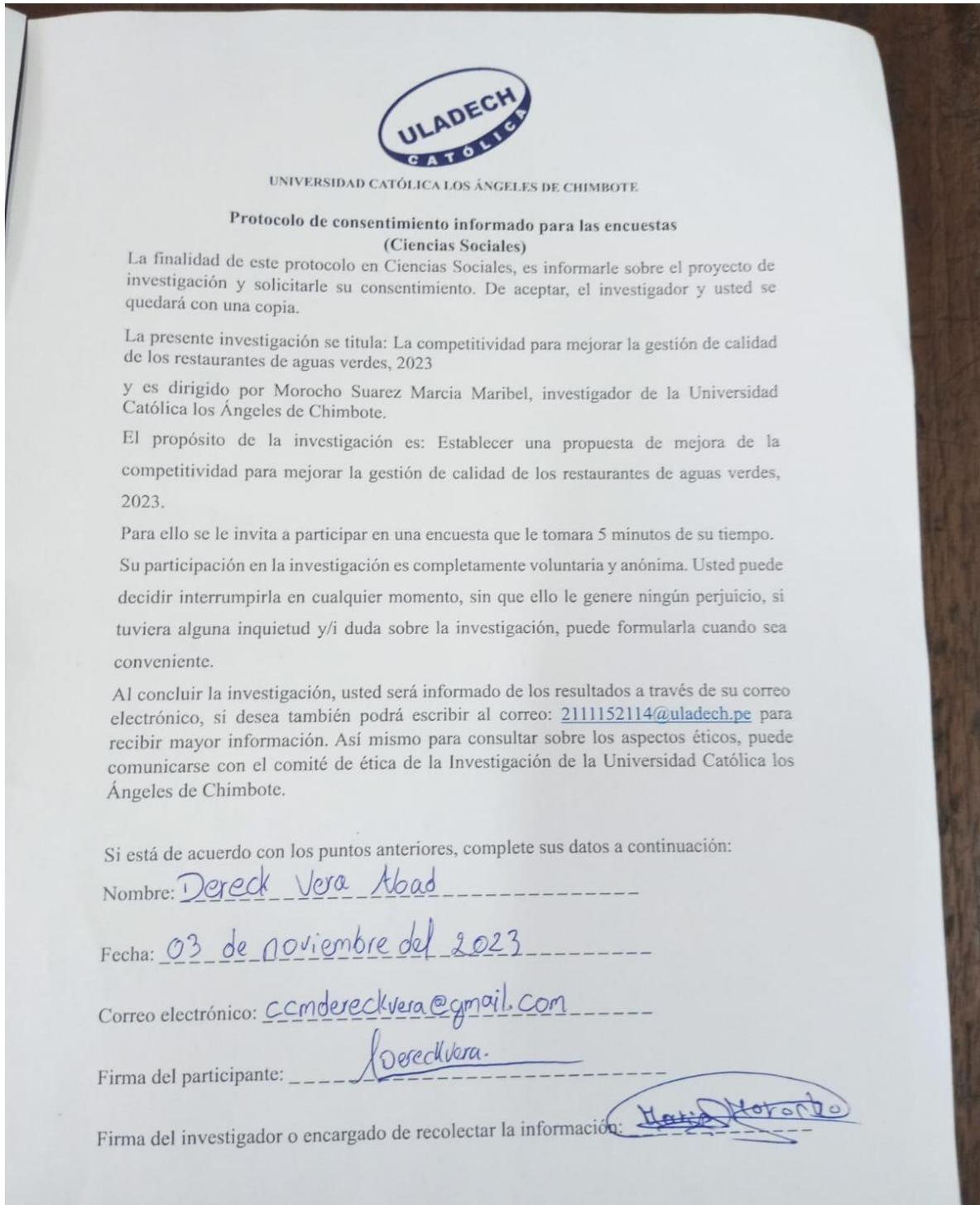
#### INTERPRETACIÓN

En la variable Competitividad se realizó una encuesta a 60 clientes de los restaurantes de Aguas Verdes, dando como resultado final de 0.99 según la fórmula alfa de Cronbach, lo que significa que el análisis de consistencia es excelente confiabilidad del instrumento.

#### INTERPRETACIÓN

En la variable Gestión de Calidad se realizó una encuesta a 60 clientes de los restaurantes de Aguas Verdes, dando como resultado final de 0.99 según la fórmula alfa de Cronbach, lo que significa que el análisis de consistencia es excelente confiabilidad del instrumento.

## Anexo 05. Formato de Consentimiento informado



  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

**Protocolo de consentimiento informado para las encuestas  
(Ciencias Sociales)**

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

La presente investigación se titula: La competitividad para mejorar la gestión de calidad de los restaurantes de aguas verdes, 2023

y es dirigido por Morocho Suarez Marcia Maribel, investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Establecer una propuesta de mejora de la competitividad para mejorar la gestión de calidad de los restaurantes de aguas verdes, 2023.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico, si desea también podrá escribir al correo: [211152114@uladech.pe](mailto:211152114@uladech.pe) para recibir mayor información. Así mismo para consultar sobre los aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Dereck Vera Abad

Fecha: 03 de noviembre del 2023

Correo electrónico: ccmdereckvera@gmail.com

Firma del participante: Dereck Vera

Firma del investigador o encargado de recolectar la información: Marcia Morocho



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

**Protocolo de consentimiento informado para las encuestas  
(Ciencias Sociales)**

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

La presente investigación se titula: La competitividad para mejorar la gestión de calidad de los restaurantes de aguas verdes, 2023

y es dirigido por Morocho Suarez Marcia Maribel, investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Establecer una propuesta de mejora de la competitividad para mejorar la gestión de calidad de los restaurantes de aguas verdes, 2023.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico, si desea también podrá escribir al correo: [211152114@uladech.pe](mailto:211152114@uladech.pe) para recibir mayor información. Así mismo para consultar sobre los aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Brithany Juleisy Granda

Fecha: 03 de noviembre del 2023

Correo electrónico: brithany.g.0129@gmail.com

Firma del participante: Brithany Granda

Firma del investigador o encargado de recolectar la información: Marcia R Morocho

**Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información.**

**CARTA DE ACEPTACIÓN**

Fecha: 7 de noviembre de 2023

Sra. Morocho Suarez Marcia Maribel.

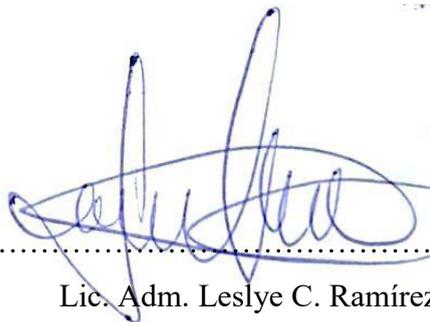
Estudiante Bach. Adm. de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

**ASUNTO:** Aceptación de la recopilación de información.

Es grato dirigirnos a Ud. con el propósito de expresar mi aceptación para la recopilación de información por nuestra empresa **Restaurante & Picantería " EL SOTANO "**, para que pueda realizar las encuestas para su trabajo investigación de tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, y logre sus objetivos profesionales y nos pueda facilitar una copia de la investigación realizada para así estar al tanto de los resultados en cuanto a la competitividad y gestión de calidad.

Esperando que nuestro aporte en la información sea de gran utilidad para su trabajo de investigación, me suscribo de Uds.

Atentamente:



.....

Lic. Adm. Leslye C. Ramírez  
**Gerente**



**Anexo 07. Evidencias de ejecución (declaración jurada, base de datos)**

**DECLARACIÓN JURADA**

En mi condición de Bach. Adm. **Marcia Maribel Morocho Suarez**, con PASAPORTE: **A84017017**, natural de la ciudad del Guabo – Ecuador, con código de estudiante: **2111152114** de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias e Ingeniería, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2023-02.

**DECLARO BAJO JURAMENTO:**

Que, he aplicado las encuestas a los clientes de los hospedajes de Aguas Verdes, que titula: **LA COMPETITIVIDAD PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE CALIDAD DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DE AGUAS VERDES, 2023**. Sometiéndome a las disposiciones legales vigentes de incurrir en falsedad de datos. Para que así conste y surta los efectos oportunos firma la presente declaración en la Ciudad del Guabo, el día 22 de diciembre del 2023.

**Firma del estudiante/bachiller**

Marcia Maribel Morocho Suarez

**PASAPORTE: A84017017**



**Huella Digital**



## BASE DE DATOS

B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Título de la aplicación: **LA COMPETITIVIDAD PARA MEJORAR LA GESTION DE CALIDAD DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DE AGUAS VERDES, 2023**

<b>Población:</b>	60	Trabajadores de los restaurantes de Aguas Verdes
<b>Muestra:</b>	3	Restaurantes
<b>Siempre</b>	5	
<b>Casi siempre</b>	4	
<b>Algunas veces</b>	3	
<b>Muy pocas veces</b>	2	
<b>Nunca</b>	1	

		ITEMS																						
ENCUESTADOS	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Q22	Q23	Q24
E1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

