



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN
DE CALIDAD DE LAS MYPE SECTOR SERVICIO
GASTRONÓMICO RUBRO RESTAURANTES COMIDA
MARINA, TALARA, AÑO 2018**

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

AUTORA:

KATHERINE JULIETT MEDINA VARGAS

ASESORA:

DRA: MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA-PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgr. Víctor Helio Patiño Niño

Secretario

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios por otorgarme vida y salud para seguir adelante

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, por acogerme y llenarme de conocimientos.

A mi asesora: Mercedes Reneé Palacios de Briceño, y a los docentes por la confianza y el apoyo que me brindaron para poder culminar mi tesis

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres por haber estado conmigo en todos los momentos de alegría y dificultades, quienes con su apoyo incondicional, confianza y esfuerzo me ayudaron a cumplir mi meta, dándome valor para seguir en la búsqueda de lo que más tarde significa bienestar y prosperidad para mi vida.

A mis amigos por el apoyo y ejemplo que me brindaron para poder cumplir con este gran proyecto

RESUMEN

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

Palabras claves: Competitividad y Gestión de Calidad

SUMMARY

The development of the thesis work is called: "Characterization of Competitiveness and Quality Management of the MSE sector Gastronomic service sector Talara seafood restaurants, year 2018 had as a general objective: Determine the Competitiveness and Quality Management of the SME sector Gastronomic service Talara seafood restaurant category, year 2018. Methodology was descriptive, level-quantitative, non-experimental design and cross-section. The population was considered three economic units, with 18 workers, of infinite character for the two variables, being the results of the sample obtained, 89 clients, using the technique of the survey, with the questionnaire instrument. After the applications of analysis of the results, it was concluded: the restaurants of Av. B de Talara use competitive advantages such as differentiation, the support activities of the value chain, the approach and application of advertising strategies; the types of competitiveness that apply are the structural, the business, and in regard to the importance of quality management focuses on procedures, employment and quality standards, and as benefits find satisfaction in attention and processes.

Keywords: Competitiveness and Quality Management

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
SUMMARY	vi
CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE CUADROS	xii
I.- INTRODUCCIÓN	1
II.- REVISIÓN DE LA LITERATURA	16
2.1.- ANTECEDENTES.....	16
2.1.1.- Variable Competitividad.....	16
2.1.2.- Variable Gestión de Calidad	23
2.2.- BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.2.1.- Competitividad.....	31
2.2.2.- Gestión de Calidad	45
III.- HIPÓTESIS	54

IV.-	METODOLOGÍA.....	55
4.1.-	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	55
4.2.-	POBLACIÓN Y MUESTRA	56
4.2.1.-	Población.....	56
4.2.2.-	Muestra.....	56
4.3.-	DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	58
4.4.-	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	60
4.5.-	PLAN DE ANÁLISIS	60
4.6.-	MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	61
4.7.-	PRINCIPIOS ÉTICOS	62
V.-	RESULTADOS	63
5.1.-	RESULTADOS	63
5.1.1.-	Competitividad.....	63
5.1.2.-	Gestión de Calidad	69
5.2.-	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	75
VI.-	CONCLUSIONES	87
VII.-	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	90
VIII.-	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	90

ANEXOS	95
--------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Proveedores y Productos	63
Tabla N° 2 Precios	63
Tabla N° 3 Precios	64
Tabla N° 4 Gustos de Clientes	64
Tabla N° 5 Buena Atención	64
Tabla N° 6 Infraestructura Segura	65
Tabla N° 7 Insumos de Calidad	65
Tabla N° 8 Estrategias de Publicidad	66
Tabla N° 9 Poca Competencia	66
Tabla N° 10 Organigrama Formal	66
Tabla N° 11 Inversión en Capacidades	67
Tabla N° 12 Capacidad de Gestión	67
Tabla N° 13 Tecnología en Servicios	68
Tabla N° 14 Aplicación de Liderazgo	68
Tabla N° 15 Personal Capacitado	68
Tabla N° 16 Estándares de Calidad	69
Tabla N° 17 Procedimientos	69

Tabla N° 18 Procedimientos	70
Tabla N° 19 Mejora de Precios	70
Tabla N° 20 Brindan Confianza.....	70
Tabla N° 21 Permanencia en el Mercado	71
Tabla N° 22 Fuente de Empleo	71
Tabla N° 23 Generación de Utilidad.....	72
Tabla N° 24 Satisfacción por Calidad.....	72
Tabla N° 25 Uso de Planificación.....	72
Tabla N° 26 Buena Organización	73
Tabla N° 27 Variedad de Platos.....	73
Tabla N° 28 Diferentes Platos	74
Tabla N° 29 Productos Reciclados	74
Tabla N° 30 Ingreso por Productos Reciclados	74

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Relación de MYPE	56
Cuadro N° 2 Población y Muestra	56

I.- INTRODUCCIÓN

Esta investigación se titula “Caracterización de Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE sector servicio gastronómico, rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018. Se dice que Talara como provincia petrolera tiene una demanda turística debido a la variedad de recursos naturales que posee, Talara es una ciudad del departamento de Piura que se ubica en el noroeste del Perú, capital del distrito de Pariñas, situada a orillas del océano Pacífico. (Municipalidad provincial de Talara)

Según la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (2014), en la actualidad las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, tienen una gran significación por que aportan con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que genera; sin embargo, el desarrollo de dichas empresas se encuentra estancado, principal mente por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permita superar problemas de formalidad de estas empresas y que motiven el crecimiento sostenido de las mismas.

La Provincia de Talara tiene un área de crecimiento en cuanto a la pesca, la escala mundial es la acuicultura una actividad con alto potencial, la provincia de Talara utiliza esta ventaja de desarrollo para contribuir al incremento del consumo de pescado y mariscos en la población. Seguido el aporte del Ing. Wilber Reyes Gallardo señala que la acuicultura es muy importante, pero también es cierto que nuestros países vecinos han avanzado mucho y nos llevan una importante ventaja en la industria acuícola; el Perú y particularmente la zona costera de la Región Piura

como la provincia de Talara también cuenta con las características para hacerlo. En general es una actividad que el Ministerio de la Producción viene promoviendo en el marco del Plan de Diversificación Productiva.

Las MYPE operan mayormente en base a la intuición, teniendo una perspectiva de corto plazo y cuentan con información más de carácter cuantitativo, contable e interno, descuidando el análisis de los resultados en base a otros tipos de factores no contables o externos para la Toma de Decisiones o Proyecto.

La provincia de Talara es una ciudad del noroeste del Perú, capital del Distrito de Pariñas, departamento de Piura, situada a orillas del Océano Pacífico, con una población de 133 547 habitantes. Es tierra de tablazos desérticos, de bosques secos y chaparrales de algarrobo. Su altura es de 15 msnm. (Municipalidad provincial de Talara). Asimismo la ciudad de Talara cuenta con los puertos de Cabo Blanco y San Pedro, que alojan una numerosa flota pesquera, la cual provee de los recursos marinos, que son materia prima de los deliciosos platos a base de pescado que se preparan en los diversos restaurantes y en los hogares.

Se logra apreciar que éstas tienen una demanda en el mercado ya que los clientes de la ciudad de Talara gustan disfrutar la comida marina, variada y de buena calidad, en un ambiente adecuado, agradable, limpio y con una atención rápida.

Las personas cada día buscan en estos lugares, un factor que los diferencie de los demás, que les brinde un mejor y rápido servicio con productos de calidad, innovando en la preparación de los alimentos, consiguiendo así cubrir la necesidad insatisfecha de clientes exigentes, cuidando su salud y su seguridad al adquirirlas.

En el 2014 se iniciaron los trabajos de la modernización de la refinería de Talara donde se implementaron muchos puestos de trabajo, a la vez brinda oportunidades de servicios siendo el de alimentación una de los más importantes y necesarios. Es fundamental recalcar cambios demográficos y estilos de vida de las personas, que han conducido a la creación de una oleada de nuevas empresas, especializadas en el servicio de comida. Consumidores ocupados no tienen el tiempo de cocinar; es por esto que buscan alternativas diferentes, como salir a comer, o pedir a domicilio. Quieren el sabor de comidas frescas, sabrosas, nutritivas, sin platos que lavar y precios económicos. Con respecto a la competencia muchos de los consumidores tienen diferentes preferencias (Gustos, costumbres, comportamientos), lo que los lleva consumir sus productos en restaurantes variados y a precios más accesibles.

A pesar de existir muchos retos para introducirse en el mercado, existe muchas ganas de los emprendedores de generar negocio por las diferentes motivaciones que los impulsa a continuar satisfaciendo sus necesidades y de sus familiares, en el mercado laboral para ellos no existe espacio por lo que forman las empresas familiares pequeñas.

Para la investigación se ha considerado como unidades económicas en estudio a tres (3) MYPE, las mismas que se ha visto su entorno interno y externo. Respecto al **entorno interno** se pudo observar que los jefes de estas MYPE están muy a gusto con su personal, les brinda confianza y constantemente están orientándolos de tal manera que los clientes sientan el buen trato. Las MYPE investigadas rubro restaurantes están ubicada en Talara Av. B destacan por su ambiente amplio, mesas

y sillas con instalaciones modernas, baños implementados con jabón, toallitas para las manos, Papel Higiénico, los platos se entregan a las mesas en 15 a 20 minutos, su buena sazón y la calidad del producto que brindan hace que los clientes siempre lo prefieran, sus insumos son adquiridos en el mismo Talara, cuentan con una amplia gama de pescados y mariscos entre ellos tenemos: Pez espada, Ojo de uva, cabrillón, caballa sachurana, langostinos, calamar, pulpo, cangrejos y mero. Cada restaurante está integrado por 5 trabajadores, cuenta con vajilla decorada de última generación, se debe implementar un poco más en lo que es equipos de ventilación y decoración, también se pudo observar que hay un buen clima organizacional, buena comunicación y motivación tanto al personal como a sus clientes de una manera que los consumidores se van dando cuenta como es la calidad de la atención en estos lugares.

El financiamiento a que acceden es a la intermediación financiera con mayor énfasis en el sistema financiero no bancario, tienen preferencia por las Cajas Municipales, en Talara prima la Caja Sullana, es pionera otorgando créditos a corto plazo, apoyando el capital de trabajo. Seguidamente el liderazgo en la administración del local se nota un ambiente aceptable, los mozos están bien identificados, prestos a atender a sus clientes en el menor tiempo. La infraestructura en la que desarrollan las actividades de la gastronomía, el aforo es de pocas personas no mayor de 40. Las relaciones con sus clientes y proveedores son gratas ya que los trabajadores se identifican con la organización, lo primordial de estas MYPE es brindar un servicio de calidad.

Referente al aprovechamiento de la tecnología la aprovechan adecuadamente para facilitar a sus clientes las diferentes formas de pago, la comodidad, en el primer caso utilizan el internet con la finalidad de aprovechar el marketing y lograr beneficios, un sitio web representa un gran apoyo y les permite ser más eficientes en la atención directa y personalizada al cliente. En relación a lo segundo el aprovechamiento es mediante los equipos de ventilación con el único propósito que el cliente se sienta a gusto y cómodo en el ambiente que él elija. (El Peruano, 2010)

En relación al gerenciamiento las MYPE objeto de la investigación el personal tiene permanentemente disposición de mantener y cambiar la actitud la que siempre es positiva, el personal destaca en buena actitud lo que beneficia a otros y genera un camino viable al éxito de la organización, los pilares son: creen en ellos constantemente, son visionarios, buscan oportunidades, siempre están dispuestos a dar lo mejor de sí, son conscientes que el crecimiento de la pequeña MYPE está en el principal capital la calidad de actitud. Frente a un reclamo de un cliente se les presenta la valiosa oportunidad para identificar qué es lo que no se está haciendo bien aun trabajando en equipo, contribuye a identificar la estrategia para mejorar y corregir y prevenir los errores. (El Peruano, 2009)

En relación a la fuerza de ventas las MYPES del rubro de gastronomía restaurantes de Talara, se apoyan en la planificación para comprar estrictamente lo que se necesita en el día, conociendo a los clientes, generalmente Talara acoge en el día a muchos foráneos que llegan a comercializar diversidad de productos, otros son empresarios, de otro lado el control para evitar fugas o dejar de cobrar un producto a un cliente, resalta en estos emprendedores la capacidad de riesgo.

Relacionado al entorno externo se conoció primero los **Factores políticos legales**, el estado peruano ha generado acciones de fortalecimiento para apoyar a las MYPE, es conocido que en relación a ello no existe un buen avance por la desconfianza y los altos costos que representa formalizarse. El problema histórico de la MYPES es la escasa competitividad, de la que vienen siendo objeto, el estado peruano para ayudarles en este espacio creo las compras corporativas y brindo el acceso a las convocatorias de manera que lo exigible es la formalidad, a la cual las MYPE en su mayoría le tienen miedo, o ven la forma como establecer información sesgada al momento de establecer su declaración jurada.

Las leyes que establece un gobierno, con la finalidad de proteger a las organizaciones unas de otras y a la vez a los consumidores, pero primordialmente dar protección a los intereses de la sociedad en general. En laboral en los países se generan ambientes políticos enardecidos, derivados de conflictos de intereses entre los distintos gobiernos, las políticas salariales en Perú se dan a través del Ministerio de Trabajo, organismo que ha dictado diversidad de leyes para la regulación de los contratos, ha establecido el Sueldo Mínimo Vital, la gran mayoría de las MYPE pagan a sus trabajadores el SMV y otorga los beneficios que por mandato de ley les corresponde como gratificaciones por fiestas patrias y por navidad. En la ciudad de Talara las empresas familiares la responsabilidad social se ve afectada cuando los gobiernos cambian sus políticas económicas en un afán populista deciden nacionalizar empresas o cuando las economías empiezan a mostrar inestabilidad y no hay reglas de juego claras para su desarrollo y continuidad. Lo relevante de esta circunstancia es que las empresas familiares contribuyen sustancialmente al PIB y a

la generación de empleos sostenibles en la mayoría de los países, en condiciones políticas normales. (SEREBRENIK G, 2010)

En este mismo enfoque la Protección al Medio Ambiente, hoy en día los conflictos las críticas y propuestas de la ecología, la influencia y las presiones de los movimientos ecologistas, fuerzan a las organizaciones cualquiera sea su naturaleza y tamaño a crear políticas nacionales y estrategias en protección de la naturaleza, de los bienes y espacios públicos. La naturaleza es vista y tratada como objeto programado para la explotación; las tierras agrícolas como simples espacios de producción; los bosques como fuentes de madera; los lagos y ríos como reservas de agua y las personas como unidades productivas y consumidoras que se unen a la contaminación del ambiente con la pésima cultura que tienen para proteger el ambiente, las organizaciones poco o nada hacen por organizar la recolección de los residuos sólidos. (NICOLO, 2008)

Llegando a la financiación el gobierno garantiza a las MYPES un sistema de intermediación financiera de la cual forman parte activamente de ambos sistemas el bancario y no bancario; en este campo la estabilidad del gobierno, permite que las MYPE accedan a los sistemas de financiamiento para generar capital de trabajo y dar movimiento a su negocio de manera sostenible. La principal fuente de financiamiento son las Cajas Municipales por la rápida e inmediatez con la que consiguen el dinero. La tasa de interés que pagan por el valor del dinero es supervisado por la Superintendencia del Banco y Seguros – SBS a través de leyes, las agencias gubernamentales y los grupos de presión que influyen en los individuos y organizaciones de una sociedad determinada. (CALDERÓN, 2011)

Desde el conocimiento del Banco Mundial las MYPE en Perú son organizaciones que presentan un alto nivel de informalidad, y la mayor concentración de la mano de obra más barata, cada día incrementa la oferta laboral en el mercado MYPE, pero siempre prevalece la condicionante es el costo bajo de la mano de obra. Sin embargo las diferentes regiones del Perú siguen enfrentando retos en materia a lo laboral como: disminución de la productividad, poca mano de obra especializada, alta informalidad, presencia de trabajadores informales, presencia de muchos comerciales de carpa, lento crecimiento salarial, (Banco Mundial, 2010).

Siguiendo con lo relacionado a los **aspectos económicos** en las Mype de rubro restaurantes de la ciudad de Talara, En el Perú se estima que en el primer trimestre del año el Producto Bruto Interno (PBI) crezca en apenas 1,5%, sin embargo en el segundo semestre del año estaría en torno a 4,0%, impulsado por el despliegue del gasto público. De acuerdo con los estimados del MEF una vez iniciada la recuperación económica durante el segundo semestre del 2017, el crecimiento se consolidará en el 2018 con una expansión del PBI de 4,5%, el cual estará impulsado por un incremento de inversión pública (15,0%), Esto nos beneficiara mucho, ya que será un punto clave para la creación de nuevas MYPE con mayor sostenibilidad, En general las empresas de restaurantes tienen un crecimiento económico favorable de acuerdo a las condiciones macroeconómicas del país. (La república 2017).

De otro lado se tiene el detenimiento de la economía peruana aun castigada por la situación del freno generado por las actitudes de personas involucradas en la corrupción, en la ciudad de Talara la economía de las MYPE de Talara en lo que a

gastronomía está referida, se mueve en función a la necesidad de satisfacer gustos y preferencias, las familias Talareñas se movilizan a comer a restaurantes en especial a lo marino, liberándose la monotonía del hogar, con al afán de encontrar platos de comida distintos a lo común en casa.

El sistema económico local de la ciudad de Talara es movido en un alto porcentaje por comerciantes foranes, Cuando se da una vista al mercado de Talara se puede apreciar el desorden y desborde de los comerciantes por vender, estos mueven la actividad económica, la vida comercial en la gastronomía del mundo marino existen escasos restaurantes. No existe tendencia de economía de internacionalización por lo mismo que la actividad no es adecuada, pero si se comercializa e internacionaliza las especies enteras y/o procesadas, sin embargo no existe una tendencia en alza, esta actividad casi no se nota en el mundo del comercio.

Talara centro comercial y por estar en el litoral marítimo, se entiende que es de vida pesquera, pero prima por siempre la vida del oro negro (petróleo), las estacionalidad y los aspectos climáticos son los dueños del mar y determinan las especies por estaciones, los meros se puede decir están siempre en especial el mero de peña.

Las empresas de MYPEs en su gran mayoría se apoyan financieramente acudiendo a las entidades financiera, las tasas de interés son reguladas por el Banco Central de Reserva y supervisadas por la Superintendencia de Banca Seguros. Las Mypes se encuentran en pleno compitiendo en el mercado, la lucha es constante, algunas acuden a estrategias financieras para garantizar la continuidad del negocio. La tasa de interés que aprecian más las MYPE son las tasas de interés que ofrecen las

Cajas Municipales, estas entidades ofertan mayores productos, donde le permiten al gerente de MYPE poder seleccionar el producto y la tasa de interés que les asegure el valor de dinero más económico, que les permite ser competitivos, y brindar precios cómodos a sus clientes.

En lo relacionado **Factor sociocultural** tenemos que en la provincia de Talara la festividad de San Pedro del 29 de junio, participan grandes cantidades de personas pescadores y no pescadores, esta actividad se realiza frente al mar realizando la procesión del Santo Pescador y la realizan en el mar, con la Sagrada Imagen en bote, adecuándolo debidamente, esta festividad en el mar es seguida por inmensa cantidad de fieles y devotos en botes preparados para esta temporada estas tradiciones influyen mucho en los parroquianos de la zona o visitantes que son libres de escoger donde poder satisfacer su necesidad de hambre y sed.

Las MYPE rubro de restaurante en la Ciudad de Talara forman parte de un sector importante que mueven la economía e influyen en el producto bruto interno, generando así una fuente de ingreso económico importante, Los cambios en las actitudes, gustos, preferencias, hábitos, valores y creencias de las personas, modifican los hábitos de compra y de consumo, creen satisfacer las necesidades de sus clientes; por lo tanto, un cambio en dichas necesidades impactará las actividades de las mismas, obligándolas a adaptarse al nuevo entorno.

Dentro de este marco socio cultural marca gran importancia la influencia la mercadología para el desarrollo y sostenibilidad del negocio, el uso de redes sociales ayuda a cambiar a las personas de ciertas actitudes y comportamientos.

La demanda de personas que acuden a los restaurantes lo hace por salir de un momento estacionario a uno de mayor dinamismo y les permite desesterarse. La vida sociocultural vista en la praxis a través de realizaciones humanas, la interacción, el respeto, pilares de la vivencia de la vida de forma organizada comunitariamente. Continuando en lo referido al enfoque externo se tiene lo vinculado al aspecto de la **tecnología**, ver como en los restaurantes se implementa la tecnología para seleccionar, aplicar, administrar y controlar y mejorar, en la inversión, la logística de atención, la capacitación del personal. Los restaurantes de Talara y cualquier localidad se encuentran enfrentando la presencia de nuevos y novedosos productos, que les obliga a tomar rumbos distintos o aplicar estrategias diferentes para poder salir adelante ante la competencia. La tecnología y el cambio permanente de la misma ayuda a las empresas a tener grandes oportunidades de poder realizar cambios de adecuación de los ambientes, mejoramiento de los espacios, brindar seguridad en la estancia del cliente, mejorar las capacidades del personal, les garantiza acceder a capacitación permanente. Por ejemplo en ramo de alimentos les ofrece los mejores equipos de refrigeración para la conservación de las especies marinas, garantizando la calidad de los productos que se venden respaldados por la experiencia y tecnología de punta que permanentemente comercializan.

De otro lado la tecnología se pone de la mano con las organizaciones ella contribuye a tener en alto la imagen y la marca de los productos y del negocio. Sobre la obsolescencia de la tecnología se tiene que tener en cuenta que los emprendedores del rubro son bendecidos, los equipos que utilizan para conservar los insumos no son costosos por tanto pueden acceder a reemplazar cada periodo garantizando la preservación de las especies marinas. Así se tiene que contribuye en lo que respecta a

la publicidad y promoción hoy por hoy es utilizada con mucha frecuencia, aprovechando todos los medios de comunicación con los que puede tener acercamiento con los consumidores.

Dada la exigente competitividad en el rubro de restaurantes en la Ciudad de Talara se creyó por considerar a Porter, (1998) con su aporte en el tema de la rivalidad surge de la presión u oportunidad percibida por algunos competidores por mejorar sus posiciones de mercado, La rivalidad dentro de ellas es fuerte por conseguir la mejor posición de mercado, el trabajo que ellos despliegan es de defensa de su organización por mantener posición y estabilidad en la zona a la que pertenece. De otro la presencia de productos sustitutos representa para las MYPEs una seria amenaza en el mercado. En lo relacionado al poder de negociación de los proveedores son una fuente de vital garantía de los productos de calidad que se ofrecen a los consumidores, así de otro lado la fuerza de poder de los clientes, el comportamiento de las personas es muy cambiante en algunos, indeciso en otros y por lo general es obvio que cliente esta donde es bien atendido y su bolsillo se ve protegido con precios acorde a su economía.

En Talara existe un mercado de oferta y demanda en lo que a gastronomía se refiere, de muy alta calidad en el rubro marino, los emprendedores acuden al sistema financiero cortoplacista, de tasa de interés bajos que les permite proteger la economía de su organización y del cliente. (Coquis, 2009).

Desde el enfoque interno los microempresarios del rubro de restaurante no apuestan mucho en el crecimiento de capacidades de sus colaboradores mediante un plan debidamente organizado y presupuestado, pero apuestan al 100% por que

ellos los colaboradores aporendan haciendo las tareas, la calidad de atención es resultado de los valores de cada uno de los integrantes y del respeto que ellos tienen por las personas. De otro lado la administración de los restaurantes de la Ciudad de Talara en su mayoría son gerenciados por los propios dueños, un bajo porcentaje la administración está en manos de tercero con la capacidad de poder tomar decisiones. Respecto a la infraestructura los ambientes son adecuados y amplios. (Barragan, 2002).

En la presente investigación se busca identificar características de algunas de las dimensiones de la competitividad y gestión de calidad, por ello se ha formulado el enunciado mediante pregunta interrogativa. ¿Cuáles son las características de la competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018? Así mismo se planteó el Objetivo general “Determinar cuáles son las características de competitividad y Gestión de calidad de las MYPE sector servicio gastronómico, rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018”. Seguidamente se formularon cuatro objetivos específicos que serán la guía para identificar algunas características de las dimensiones de cada variable en materia de investigación siendo estos: (a) Identificar cuáles son las ventajas de la Competitividad de las MYPE sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018. (b) Determinar el tipo de Competitividad en las MYPE sector servicio gastronómico, rubro restaurantes comida marina de Talara, año 2018. (c) Determinar la importancia de Gestión de Calidad en las MYPE sector servicio gastronómico, rubro restaurantes comida marina de Talara, año 2018. Y (d) Identificar los beneficios de Gestión de Calidad en las MYPE sector servicio gastronómico, rubro restaurantes comida marina de Talara, año 2018.

Según Bernal (2010) la justificación está referida a explicar las razones del por qué y para que se realiza la investigación, exponer en síntesis los motivos por los cuáles se hace importante la investigación. Se justifica teóricamente por que se busca aportar conocimiento de dimensiones de competitividad y gestión de calidad, evidenciando las características de las ventajas, y los tipos de la competitividad, y la importancia y los beneficios de la gestión de calidad en los restaurantes de la ciudad de Talara. De otro lado se justifica de manera práctica Según la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU), con la ley N° 30220 señala que todo profesional egresado del país a partir del 2014 debe realizar una tesis de investigación, constituye una función esencial y obligatoria de la universidad, que la fomenta y realiza. Así metodológicamente se justifica por la aplicación de métodos científicos y estadísticos orientados a demostrar la competitividad y el desarrollo de la gestión de calidad, y proponer mayor conocimiento valido y confiable. Socialmente se justifica permite conocer la maza laboral empleada tendiente a reducir los índices de pobreza y mejorar la calidad de vida de ese grupo humano.

Aplicando también el nivel Metodológico va permitir que la investigación utilice la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información.

Para lo cual se empleará la investigación de tipo descriptiva, nivel cuantitativa, diseño no experimental, de corte transversal, la investigación aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención

de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información.

II.- REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1.- Antecedentes

2.1.1.- Variable Competitividad.

Santana (2010) en su investigación denominada: “Innovación y competitividad en la industria azucarera de México” realizada en el Instituto Politécnico Nacional, cuya problemática es ¿Cuál es la relación que existe entre la competitividad e innovación de la industria azucarera en México?, teniendo así como objetivo general: conocer si actualmente, en México, se ha transformado la industria por medio de las innovaciones para agregar valor al producto. Finalmente concluye que en México, los bajos precios del azúcar en el mercado mundial deben ser un aliciente para buscar soluciones en la diversificación de la industria, produciendo subproductos y derivados, como en la diversificación del cultivo, programas de intercalación de cultivos con la caña, lo que resulta en rentabilidad del uso del suelo. La baja eficiencia de los ingenios mexicanos se debe en gran medida al rezago tecnológico que presentan los ingenios, México es un país competitivo en relación a su especialización en producción, rendimiento y exportaciones, pero se muestra que el rezago tecnológico ha generado que el valor de las ventas sea menor que el valor de la producción

Bustos (2010) en su investigación denominada “propuesta acerca de cómo aumentar la competitividad de CAESCA S.A, a través del mejoramiento y fortalecimiento de la cultura de servicio – Bogotá 2010” realizada en la Pontificia Universidad Javeriana, cuya problemática es: La propuesta se encuentra basada en la inconformidad de los clientes frente al servicio prestado en algunos concesionarios.

Es claro que los problemas de servicio se encuentran de manera frecuente en todo tipo de organizaciones, y aunque se han realizado diferentes estudios, hasta el momento no se han dado resultados definitivos sobre las causas del mal servicio. Sin embargo, estos estudios reflejan los problemas de comunicación interna de las entidades que pueden estar siendo generados por la falta de una cultura de servicio por parte de los empleados hacia el usuario final; teniendo así como objetivo general: Elaborar una propuesta acerca de cómo aumentar la competitividad de CAESCA S.A., a través del mejoramiento y fortalecimiento de la cultura de servicio. Finalmente concluye que al detectar los problemas que aquejan a CAESCA S.A. fue aplicado un instrumento de medición del clima de laboral, a través de él se hallaron varias fallas a nivel interno que estaban afectando el desempeño de los trabajadores. Al analizar los resultados de las encuestas se encontraron algunas fallas en los ejes de administración del talento humano, comunicación e integración, trabajo en grupo y medio ambiente físico. Debido a esto fue necesario profundizar en el tema para hallar las causales de dichos problemas y así, poder plantear soluciones al respecto.

Castillo (2010) realizó una investigación titulada: “Análisis comparativo internacional de los factores que determinan la Competitividad vinícola: caso México - Tijuana 2010” realizada en el instituto el Colegio de la Frontera Norte, cuya problemática es : El sistema vinícola mundial, y en especial el caso mexicano, enfrentan un problema de competitividad que se ha acrecentado a lo largo del período de estudio, Teniendo así como objetivo general: Generar un documento que aporte evidencia en la determinación de los factores que inciden en la competitividad vinícola en el ámbito nacional e internacional, mediante la elaboración de indicadores de competitividad para esos ámbitos, con base en la correcta elección y

clasificación de variables que consideren los aspectos más sobresalientes de las esferas de la producción del vino, para apoyar así la toma de decisiones estratégicas en la creación de políticas de desarrollo económico que sopesen la importancia de la competitividad vitivinícola en un entorno internacional cada vez más competitivo. Finalmente concluyeron que las condicionantes endógenas, condiciones climáticas y disponibilidad de agua son dimensiones obligadas en el análisis de la competitividad vinícola. Esto es interesante pues las variables que componen dichas dimensiones no son estrictamente de índole económica.

Palacios (2009) en su investigación denominada: “Desarrollo de un portal web como estrategia para el mejoramiento de la competitividad en la divulgación del conocimiento ambiental – Lima 2009” realizada en la Universidad Nacional Mayor De San Marcos, cuya problemática es ¿En qué medida el desarrollo de un portal web es una estrategia de mejoramiento de la competitividad en la divulgación del conocimiento ambiental del Instituto de Estudios Ambientales de la Pontificia Universidad Católica del Perú?, teniendo así como objetivo general : Determinar y analizar la influencia de un portal web como una estrategia que posibilita el mejoramiento de la competitividad en la divulgación del conocimiento ambiental del Instituto de Estudios Ambientales de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Su metodología descriptiva explicativa. Finalmente concluyeron que la mayoría de autoridades (60%) opinan en forma negativa acerca de la difusión del conocimiento del ambiente a través de Internet ya que no consideran sean concordantes con los objetivos de las políticas nacionales e internacionales de la conservación del ambiente, indicando que no hay información o esta no ofrece la confiabilidad del caso, asimismo tienen una posición indiferente ante la difusión del conocimiento. Sin

embargo el 100% considera que un portal web es una herramienta estratégica para difundir los conocimientos sobre medio ambiente, considerando que el aspecto principal es la calidad, confiabilidad y diversidad acerca el tema de ambiente, además de considerar que el principal problema es la falta de información (60%) y de objetividad. La mayoría de funcionarios (60%) considera que es buena la cantidad y calidad de contenidos que existe en la red y que a la información de temas de ambiente es adecuada

Gonzales (2014) en su investigación denominada: “Gestión empresarial y Competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de La Victoria - año 2013” realizada en la Universidad San Martín de Porres, cuya problemática es, ¿De qué manera influye la gestión empresarial en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013?, teniendo así como objetivo general: Determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria – 2013. Finalmente concluyeron que el mayor porcentaje de las empresas de este rubro no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que no favorece la evaluación de la gestión empresarial. La gran mayoría de las empresas cuenta con un deficiente o inexistente planeamiento empresarial lo que hace que influya negativamente en el mercado local y extranjero. Un gran número de empresas no cuenta con una organización empresarial, lo que les lleva a dejar de lado oportunidades de atender grandes pedidos, desaprovechando la posibilidad de asociarse con otras empresas en el marco de la Ley N° 28015. La mayoría de las

empresas no cuenta con una apropiada política empresarial, imposibilitando acceder a un financiamiento a través de las diversas entidades financieras.

Vivanco (2015) en su investigación denominada: “Estrategias para el fortalecimiento de la competitividad nacional en relación con la visión geopolítica nacional” realizada en la Universidad Mayor de San Marcos, cuya problemática es, ¿En qué nivel se relaciona la visión geopolítica nacional y la competitividad nacional en el Consejo Nacional de Competitividad en el periodo 2002-2014?, teniendo así como objetivo general: “Determinar en qué nivel se relaciona la visión geopolítica nacional y la competitividad nacional en el Consejo Nacional de Competitividad en el periodo 2002-2014”. Finalmente concluyeron que Existe una relación directa de la Visión geopolítica nacional y la competitividad nacional, por lo que se puede concluir que ambas variables deberían tener puntos de coincidencia para articular en forma sistémica nuestra visión de país competitivo, que es la situación deseada, que el Estado define mediante el proceso político y lo proyecta al futuro. El avance del trabajo del Consejo Nacional de Competitividad (CNC) en el periodo de 2002-2014, tiene como función guiar las propuestas y priorización de técnicas para impulsar las reformas de la competitividad nacional a mediano y largo plazo, que se encuentran manifiestos hasta la fecha en la documentación de productividad del CNC, con los siguientes resultados: Las normas legales representan el 8.2 %. Los planes nacionales 19.67 %. Los avances normativos que representan 72.13%. Por lo que se puede inferir que la suma de las normas legales y planes nacionales representan solo el 27.87 de las iniciativas para mejorar la competitividad nacional quedando un 72.13% como avances normativos, que son solo las intenciones normativas pero no se encuentran articuladas en Normas legales aprobadas y en ejecución.

Peña (2016) en su investigación denominada “Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, año 2016” realizada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, cuya problemática es ¿Qué características tiene la capacitación y la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de la ciudad de Piura, año 2016?, teniendo así como objetivo general: Determinar las características que tiene la capacitación y la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de la ciudad de Piura, año 2016. Metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental. Finalmente concluyeron que el primer objetivo, respecto a los criterios de evaluación para medir el nivel de la capacitación que utilizan las MYPE, resultaron que los más representativos son: la preparación y autoevaluación así como las competencias y habilidades de los colaboradores. En función con el segundo objetivo, se identificó que más de la mitad de los colaboradores han recibido capacitación por intermedio de talleres, y la menor parte de estos trabajadores han sido capacitados a través de charlas, seminarios y programas relacionados con universidades. En función con el tercer objetivo, relativo a las ventajas competitivas que brindan las MYPE de estudio, se ha determinado que dentro de las actividades primarias de la cadena de valor que tiene la microempresa, inherente a la elaboración de los platos que se expenden en el restaurante, la mayor parte de los comensales consideran importante la calidad de los productos ofrecidos y en lo concerniente al marketing, es decir a los medios de publicidad que utiliza el establecimiento, esta acción se viene ejecutando mayormente por intermedio de volantes; en lo relacionado a las actividades de

apoyo, realizadas por los colaboradores, se ha identificado que la mitad de los clientes consideran que los trabajadores realizan una atención de calidad.

Castillo (2016) en su investigación denominada “Caracterización de la Capacitación y Competitividad de las MYPE rubro boticas, ubicadas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016” realizada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, cuya problemática es ¿Cuáles son las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE, del rubro Boticas en el distrito de Sullana - Piura. Año 2016?, teniendo así como objetivo general: Determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE, rubro Boticas En el Distrito de Sullana – Piura. Año 2016. Metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental. Finalmente concluyeron que Existe un consenso absoluto de las MYPE, en reconocer que los niveles de competitividad son altos, pues existe una preocupación constante por liderar el mercado estableciéndose en lugares estratégicos. Las características de la capacitación en las MYPE, se da por los cambios percibidos, genera niveles de desarrollo y se realiza con una frecuencia mensual. Por lo tanto las MYPE son competitivas, siendo necesario enfatizar como elementos el precio, calidad de atención al cliente, innovaciones y promociones de venta.

Romera & Guevara (2014) en su investigación denominada “Lineamientos estratégicos claves de competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, de las MYPES del sector artesanal en la Región de Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado” realizada en la Universidad de Piura, cuya problemática es ¿De qué forma se puede incrementar la competitividad de las

Mypes del sector Artesanal de la región Piura para su introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, ante las nuevas tendencias del mercado?, teniendo así como objetivo general: Presentar lineamientos estratégicos que permitan a las Mypes del sector Artesanal en la región de Piura, hacer frente a las nuevas tendencias del mercado, con el fin de mejorar su nivel de competitividad para su introducción y fortalecimiento a la actividad de exportación. Finalmente concluye que existen importantes oportunidades de negocio en el campo de la exportación de productos artesanales a diferentes países del mundo; los actuales Tratados de Libre Comercio y los vigentes Acuerdos Comerciales con países amigos y vecinos nos dan el marco adecuado y legal para poder incursionar en el campo de la comercialización internacional de productos artesanales de la región Piura.

2.1.2.- Variable Gestión de Calidad.

Herrera (2008) en su investigación denominada: “Diseño de un sistema de Gestión de la Calidad para una microempresa – Xalapa 2008” realizada en la Universidad Veracruzana, cuya problemática es: La empresa Refaccionaria Master motor, comercializadora de partes y refacciones automotrices, presenta una disminución de venta acumulada del 13%, de acuerdo con los resultados de ventas históricos correspondientes al año 2004, 2005, 2006 y 2007, a esto se observan deficiencias en el funcionamiento interno de la empresa, tales como: falta de documentación, falta de estandarización de procesos, deficiencias en la comunicación interna y ausencia de programas de capacitación, que se ven reflejados en constantes cancelaciones de venta por parte del cliente, a causa de equivocaciones en la venta del producto, teniendo así como objetivo general: Mejorar el

funcionamiento interno e incrementar las ventas de la empresa Refaccionaria Mastermotor, a través de la implantación de un sistema de gestión de la calidad con base en la norma ISO 9001:2000. Finalmente concluyeron el diagnóstico realizado a la empresa Refaccionaria Master motor, se determina que las debilidades de la organización se centran en el tipo de gestión, ya que, se tienen deficiencias en el proceso administrativo que es utilizado actualmente, estas se observan específicamente en las etapas de planeación, organización, dirección, control y personal. En este sentido la empresa no planifica, ni cuenta con una organización definida; además de caracterizarse por la falta de aplicación de teorías de motivación y un tipo de liderazgo autocrático de acuerdo con Vromm y Yago (1988). La empresa no cuenta con programas de formación y desarrollo, debido al desinterés en el recurso humano. No existen indicadores de desempeño o algún tipo de control necesario para asegurar el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Por otra parte, se determina que el factor que impacta a la organización de manera externa, es la competencia, ya que esta crece a un ritmo acelerado y constante, logrando acaparar a una parte importante del mercado. La competencia implementa otros servicios, considerados como ventajas competitivas

Quijada (2007) realizó una investigación denominada: “Sistema de documentación del sistema de Gestión de la Calidad para una empresa nacional de transporte de encomiendas – Caracas 2007” realizada en la Universidad Católica Andrés Bello, cuya problemática es: ¿Cómo diseñar un sistema documental, de los procesos de transporte de encomiendas que integre los servicios ofrecidos por Documentos Mercantiles S.A. (DOMESA), en conformidad con la norma Venezolana COVENIN-ISO 9001:2000 “Sistema de Gestión de la Calidad.

Requisitos” y CONVENIN-ISO 9001:2002 “Directrices para la documentación de Sistema de Gestión de la Calidad”? teniendo así como objetivo general: Diseñar un Sistema de Documentación, para el Sistema de Gestión de la Calidad de la empresa de transporte de encomiendas DOMESA, Finalmente concluyeron que los procesos están claramente definidos a través de su mapa de procesos donde se puede visualizar la interacción de sus procesos, como en el Proceso de Gestión de Operaciones están definidos los subprocesos de recogida, sorteo, transporte despacho y entrega; de igual manera en los procedimientos se pueden observar las interacciones y responsabilidades involucradas. Debido al tamaño de la organización y al tipo de actividad que realiza se deberá invertir: tiempo, dedicación, participación y compromiso del personal para levantar y documentar la faltante para implementar el sistema documental. El desarrollo de un sistema documental como el propuesto disminuye las desviaciones de los procesos por desconocimiento de los mismos, permite normalizar y estandarizar la documentación, mejorar la comunicación, aprovechar eficazmente los recursos, mejorar su productividad, rentabilidad y la satisfacción del cliente.

Bracho (2007) en su investigación denominada “Gestión de Calidad en las empresas del sector azucarero del occidente de Venezuela – 2007” realizada en la Universidad Rafael Bellosó Chacín, cuya problemática es ¿Cómo es la Gestión de Calidad en las empresas del sector azucarero en el occidente de Venezuela, según los principios de calidad enunciados por las Normas ISO 9000, versión 2000?, teniendo así como objetivo general: Analizar la Gestión de Calidad en las empresas del sector azucarero en el Occidente de Venezuela, según los principios de calidad de las normas ISO 9000, versión 2000. Finalmente concluyeron que hoy, la calidad y la

gestión de la calidad es un punto importante en cualquier negociación con los clientes, tanto en la industria manufacturera como en el sector Servicios. A lo largo del siglo XX y lo que va del XXI, muchos autores han realizado aportes valiosos para la consecución de sistemas que permitan lograr los productos y servicios en la calidad esperada tanto por el cliente o consumidor como por el dueño o directivo del negocio. En el año de 1947, se creó en Suiza la ISO, Organización Internacional de Normalización, con la finalidad de desarrollar estándares internacionales de calidad comunes en diferentes áreas. Estas normas aportan las reglas básicas para desarrollar un Sistema de la Calidad, independientemente de las actividades de la empresa o del producto y/o servicio que proporcione. Son aceptadas en todo el mundo como un lenguaje común que garantiza la calidad de todo aquello que una organización ofrece. Las normas ISO 9000 son un conjunto de normas y directrices internacionales para la Gestión de la Calidad que, desde su publicación, han obtenido una gran aceptación global como base para el establecimiento de Sistemas de Gestión de la Calidad.

Mego (2011) en su investigación denominada “Propuesta de un sistema de Gestión de Calidad para la mejora del servicio en la municipalidad provincial de Chiclayo, Lambayeque, 2011- Trujillo 2011” realizada en la Universidad Nacional de Trujillo, cuya problemática es ¿Cómo mejorar la calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Chiclayo, Lambayeque, 2011?, teniendo así como objetivo general: Proponer un sistema de gestión de la calidad para mejorar el servicio en la Municipalidad Provincial de Chiclayo, 2011. Finalmente concluyeron que en la percepción general del servicio municipal la mayoría de los usuarios (el 57.8%), califican, en la escala de valoración utilizada, como regular y deficiente la

calidad del servicio que reciben de la Municipalidad Provincial de Chiclayo; quienes muestran su disconformidad tanto en calidad como en cantidad, por no cubrir sus expectativas de recibir un buen servicio municipal. Los servicios más cuestionados por los usuarios a nivel de cada servicio, teniendo en cuenta el factor regular son Transito, vialidad y transportes público, organización del espacio físico y uso del suelo y saneamiento salubridad y salud; pero a nivel general y dimensionado los servicios más cuestionados son: Desarrollo económico local, seguridad ciudadana y Educación, cultura, recreación, deportes y recreación. El servicio deficiente que presta la Municipalidad Provincial de Chiclayo es debido a su inadecuada infraestructura, desactualizada organización y funciones, falta de coordinación con los usuarios para conocer su percepción y satisfacer sus expectativas. Es posible mejorar la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Chiclayo aplicando la propuesta descrita que se basa en el enfoque de la calidad total.

Flores (2014) en su investigación denominada “Diseño y desarrollo del sistema de Gestión de la Calidad según la norma ISO 9001:2008 para mejorar las actividades de los servicios administrativos que ofrece la empresa CONSOLIDATED GROUP DEL PERÚ S.A.C – Trujillo 2014” realizada en la Universidad Privada Antenor Orrego, cuya problemática es ¿De qué manera el diseño y desarrollo del Sistema de Gestión de la calidad según la norma ISO 9001:2008 mejoraría las actividades y procesos de los servicios administrativos que ofrece la empresa Consolidated Group del Perú S.A.C.?, teniendo así como objetivo general: Elaborar el diseño y desarrollo del Sistema de Gestión de la calidad según la norma ISO 9001:2008 para mejorar las actividades y procesos de los servicios administrativos que ofrece la empresa Consolidated Group del Perú S.A.C.

Finalmente concluyeron el Diagnóstico realizado, utilizando la Norma ISO 9001:2008 en cada uno de los procesos de los servicios administrativos que ofrece la empresa Consolidated Group del Perú S.A.C. ha permitido conocer el nivel de cumplimiento que tiene cada proceso de la empresa con respecto a los requisitos establecidos en la norma. Aunque Consolidated Group del Perú S.A.C; aún no ha solicitado la certificación a ningún ente certificador, el diseño del sistema de gestión de la calidad le ha permitido obtener algunos beneficios tales como: la coordinación en todas las etapas de la realización de la prestación del servicio mejorando el desempeño de cada uno de sus procesos. El diseño y desarrollo del sistema de gestión de la calidad en la empresa permitirá estandarizar las actividades para la prestación del servicio, habiéndose logrado el compromiso de la Alta dirección.

García (2012) en su investigación denominada “Análisis de los sistemas de Gestión de Calidad y la administración pública en la presidencia del consejo de ministros- Lima 2011” realizada en la Universidad Nacional de Ingeniería, cuya problemática es ¿De qué manera el análisis de los sistemas de gestión de calidad tiene implicancia en la administración pública en la Presidencia del Consejo de Ministros en el año 2011?, teniendo así como objetivo general: Determinar si, el análisis de los sistemas de gestión de calidad tiene implicancia en la administración pública en la Presidencia del Consejo de Ministros en el año 2011. Finalmente concluyeron Los resultados obtenidos de la investigación han permitido determinar que la planificación de gestión de la calidad si tiene implicancias favorables en la gestión para resultados en la Presidencia del Consejo de Ministros en el año 2011, debido a que al planificar las futuras acciones de la entidad se logra estimar lo que se necesitara para poder realizar el trabajo con calidad así se reducirán los costos con

buenos resultados. Se ha determinado que el análisis de los sistemas de gestión de calidad si tiene implicancia positiva en la administración pública en la Presidencia del Consejo de Ministros en el año 2011, debido a que la gestión de calidad se encargara que todos los procesos dentro de una organización se desarrollen adecuadamente en este caso de la administración pública.

Agurto (2014) en su investigación denominada “Sistema de Gestión de Calidad del área de recursos humanos de la empresa ADEN – Piura 2014” realizada en la Universidad de Piura, cuya problemática es ¿Radica en la ausencia de un área que gestione el capital humano, por ende la falta de los correspondientes procesos de gestión? Teniendo así como objetivo general: Es Establecer un Sistema de Gestión de Calidad cuyo alcance es el área de recursos humanos. Finalmente concluyeron que la empresa vio la necesidad de ordenar su trabajo, trayendo esto como consecuencia un aumento en la calidad de los servicios brindados; se planteó la meta de establecer un Sistema de Gestión de Calidad. Conocidas estas necesidades, la gerencia decide trabajar con ambas en paralelo fusionándolas en un solo proyecto, originando el desarrollo de un Sistema de gestión de calidad aplicado a los procesos del área de recursos humanos, el cual se incluyó todos los requisitos dados por la norma ISO 9001, la cual se refiere a Calidad y la realización de los procedimientos que avalen un correcto desempeño de las actividades del área de recursos humanos.

Tamariz (2014) en su investigación denominada “Gestión de la calidad y liderazgo pedagógico de los Institutos de Educación Superior Pedagógico Públicos - Región Piura, 2014” realizada en la Universidad Cesar Vallejo, cuya problemática es: ¿En qué medida la gestión de la calidad se relaciona con el liderazgo pedagógico

de los directores de los Institutos de Educación Superior Pedagógico Públicos, Región Piura, 2014?, teniendo así como objetivo general: Establecer la relación significativa entre la gestión de la calidad y el liderazgo pedagógico de los de los Institutos de Educación Superior Pedagógico Públicos, Región Piura, 2014. Finalmente concluyeron Del análisis realizado mediante el cuestionario Fisher et al (2011) en los Institutos pedagógicos públicos de la Región Piura, se observó que presenta la menor calificación en los principios de “Mejorar constantemente y siempre el sistema de atención y servicio educativo”, “Implantar la capacitación”, “Derribar las barreras entre las jefaturas y coordinaciones”, “Eliminar los slogans, las metas y exhortaciones para la labor docente y administrativa” e “Eliminar los cupos numéricos”; los mismos que conforman las dimensiones de “Teoría de la variación” , “Teoría del conocimiento” y “Psicología del ser humano”, las cuales serán las dimensiones prioritarias a analizar y mejorar en el Sistema de Gestión de Calidad. La implementación del Sistema de Gestión de Calidad basado en Deming es muy práctica y se puede desarrollar a muy bajo costo en cualquier organización, ya que se enfoca en un cambio de la cultura organizacional y de la aplicación de los principios claves del éxito institucional.

Ángeles (2014) en su investigación denominada “Caracterización de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización el progreso, año 2014”, realizada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, cuya problemática es ¿ ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización El Progreso, año 2014?, teniendo así como objetivo general: Determinar las

principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización El Progreso, año 2014.

2.2.- Bases Teóricas de la Investigación

2.2.1.- Competitividad.

Porter (2010) sostiene que la competitividad está determinada por el rendimiento, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital.

Hoy en día el ser competitivo significa tener habilidades especiales que nos hacen ser elegidos para diversas empresas que se encuentran en un mismo mercado buscando ser contratados. Es marcar la diferencia por la calidad, las habilidades, las cualidades, la capacidad que tengamos de atraer, persuadir y saber atender a nuestros clientes, sean internos o externos, con nuestros bienes y servicios, lo cual se convertirá en un generador de riquezas. (Garcés, 2005)

Cebreros (1993) sostiene que la competitividad es un proceso de creación de ventajas competitivas, donde importa la capacidad de perfeccionar para obtener saltos tecnológicos, al tener la capacidad de perfeccionar los aspectos tecnológicos y anticipar las necesidades de los clientes; se obtiene la capacidad de organización, infraestructura y un marco jurídico. No sólo es un problema de tipo tecnológico y económico, sino involucra una gran variedad de aspectos como: territorio, elementos sociales, ambientales y políticas.

Pineiro, (1993) sostiene que la competitividad es un término que no tiene límites y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis nación, sector, firma, del tipo de producto analizado bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción y del objetivo de la indagación corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión, etc. (Garay, 1967)

La competitividad empresarial requiere un equipo directivo dinámico, actualizado, abierto al cambio organizativo y tecnológico, y consciente de considerar a los miembros de una organización como un recurso primordial que hay que cuidar, se puede afirmar que este suele ser uno de los puntos débiles de un elevado número de empresas que ha decaído o tienen problemas de supervivencia. Como se sabe, el equipo directivo determina el comportamiento de los miembros de la organización. La experiencia demuestra que las organizaciones que se mantienen fuertes en el tiempo de posiciones competitivas sostenidas, dedican una gran atención al futuro, al tiempo que vigilan constantemente su entorno. Michael Porter a partir de la definición de “cadena de valor” identifica las líneas de acción que la empresa puede tomar para diseñar su estrategia competitiva adecuada a sus necesidades. (Pérez, 2008)

Gimferrer (2010) sostiene que a los empleados se les debe capacitar constantemente para que la organización vaya en marcha de una manera unida, viendo progreso, así el empleador plasma sus ideas en cada una de sus actividades a la vez esto les permite ir creciendo tanto a corto plazo como a largo plazo . Estas características también facilitan el orden. (Gimferrer, 2010)

2.2.1.1.- Importancia de la competitividad.

La competitividad se define como la habilidad de una empresa o profesional para desarrollar y posicionarse en una parte del mercado, mantenerse a lo largo del tiempo y crecer constantemente. Se basa, en la creciente y sistemática innovación e incorporación de conocimientos en la organización, para responder eficazmente a los desafíos (internos y externos) y mantener sus ventajas comparativas.

Por esta razón, para el logro del éxito en el mundo competitivo de hoy, las empresas y profesionales están obligados a definir sus estrategias e incorporar, dentro de su proceso administrativo, las herramientas de gestión que garanticen su materialización. En tal sentido, es de vital importancia el diseño e implementación de un adecuado sistema de gestión y el desarrollo de alternativas innovadoras. Como negocios por Internet. (Vergara, 2009)

2.2.1.2.- Objetivos de la competitividad.

Toda organización tiene varios objetivos que alcanzar para seguir operando y evolucionar, pero la mayoría de estas no ha tomado conciencia de forma clara ni ha sentido la necesidad de evaluarlos, ponerlos por escrito y hacerlos de conocimiento de todo el personal, pero de manera implícita, en la forma de hacer las cosas.

La definición de los objetivos debe incluir los siguientes aspectos:

- ***Objetivos Comerciales:***

Este objetivo comprende la descripción total de los productos y servicios que ofrece: qué es lo que vende, a quién vende, en qué se diferencian o destacan sus productos y servicios de los que venden otros.

- ***Objetivos Técnicos:***

En este objetivo se aprecia el desarrollo de métodos de trabajo, procesos, equipos, sistemas administrativos; cómo los va a desarrollar, cuándo los va a implantar, qué efecto tendrán sobre su posición comercial y sobre sus resultados y finanzas.

- ***Objetivos Financieros:***

¿Qué cantidad de recursos ha de manejar? ¿Cómo estarán asignados entre los diversos renglones de su activo? y ¿cómo los va a obtener: en forma de crédito o capital?

- ***Objetivos Económicos:***

En este objetivo se logra ver lo que se ha propuesto obtener como utilidades, expresado como porcentaje de la inversión o en términos absolutos.

- ***Objetivo de desarrollo de la organización:***

En este objetivo se determina la definición del personal que requiera, sus características personales, su capacidad y experiencia. La manera en que los va a reclutar o a desarrollar dentro de la organización, su remuneración y sus estímulos.

- ***Objetivos Sociales:***

El objetivo se refiere a él plan que la organización tiene en relación con las personas que trabajan en ella y con todas aquellas con quienes entra en contacto en su operación, comprendiendo también el medio natural que soporta la vida en la tierra.

2.2.1.3.- Ventajas de la competitividad.

Según Porter (2004) la ventaja competitiva se construye sustentándola en estos tres conceptos:

- ***El liderazgo en costos totales bajos.*** Se logra manteniendo el costo más bajo frente a los competidores y lograr un volumen alto de ventas es el tema central de la estrategia. Por lo tanto la calidad, el servicio, la reducción de costos mediante una mayor experiencia, la construcción eficiente de economías de escala, el rígido control de costos y muy particularmente de los costos variables, son materia de escrutinio férreo y constante. Si la organización tiene una posición de costos bajos, se espera que esto la ayude a obtener mayor utilidades por encima del promedio de la industria. Los competidores menos eficientes serán los primeros en sufrir con la competencia.

- ***La Diferenciación.*** La estrategia aquí es la de innovar un producto o servicio que fuera percibido en toda la industria como único. La diferenciación es considerada como una barrera protectora contra los competidores debido a la lealtad de marca, la que como resultante debería producir un menor precio. Diferenciarse significa marcar la diferencia en el mercado y comprometerse en las actividades como la investigación, diseño del producto, materiales de alta calidad o incrementar el buen servicio al cliente. Debido a esto, la situación de incompatibilidad con la

estrategia de liderazgo de costos bajos no se daba en todas las industrias y había empresas que podían competir con costos bajos y precios comparables a los de la competencia. Compañías que se distinguieron en su momento por adoptar alguna forma de diferenciación fueron: Mercedes-Benz (diseño e imagen de marca), Caterpillar (red de distribución) y Coleman (tecnología), entre muchas otras.

- ***El Enfoque.*** Esta estrategia, se refiere en centrarse en un grupo específico de consumidores, en un determinado segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico. Se basa en la idea de que la empresa estaba en condiciones de servir a un objetivo estratégico más reducido en forma más eficiente que los competidores. Se determina que la empresa se diferencia de otras al atender mucho mejor las necesidades de un mercado-meta específico, o reduciendo los costos sirviendo a ése mercado, o ambas cosas. The Martin-Brower Co, uno de los grandes distribuidores de alimentos en los Estados Unidos, es un ejemplo en la adopción de la estrategia de enfoque cuando en su época, limitó su servicio solamente a las ocho principales cadenas de restaurantes de comida rápida (Hoy sólo le distribuye a McDonald's). (Carreto, 2008)

- ***Porter (2008) La Cadena de Valor y la Ventaja Competitiva.*** en muchas organizaciones no se logra comprender la cadena de valor, herramienta de mucha profundidad estratégica, sus actividades radican en dos campos las actividades de apoyo y las actividades primarias, se encuentra incrustada en el principal campo de la organización, es la guía de la distribución adecuada y buen rendimiento la división del trabajo por cada una de las diferentes áreas que conforman una organización.

Porter (2008) precisa que toda organización es un conjunto de actividades que se desarrollan orientadas a la producción de bienes y de servicios acorde a las necesidades del mercado. De manera más precisa la cadena de valor ayuda en el mercado a la producción distribución y entrega de los productos, en el marco de lo que conocido como una unidad de negocio estratégica. Para su mejor comprensión la actividad de apoyo está conformada por las áreas de administración, infraestructura, recursos humanos, abastecimientos, desarrollo de tecnología. Hay cinco categorías en las actividades primarias, logística interna, operaciones o producción, logística externa, mercadología y ventas, incluye además la acción de atención al cliente (servicio) la que desde todo punto de vista es el motor de conocer el resultado de las cuatro primeras.

Porter (2008) estableció que existen en cada una de las dos actividades de la cadena de valor tres tipos de actividades orientadas a conseguir la ventaja competitiva, a saber:

- a) Directas.- todos los componentes que actúan directamente la obtención del producto final, o sea se implican directamente en la creación de valor para el cliente.
- b) Indirectas.- aquellas actividades que hacen lo posible para que las actividades directas puedan desarrollar sus tareas y los procesos, para que estén logísticamente bien suministradas de los insumos que se requieren para producir, así como de los servicios que procuran el desarrollo de los equipos propulsores para la producción de bienes.

- c) Seguro de calidad.- acción empresarial muy positiva que consiste en asegurar la infraestructura de producción, asegurar las propiedades da garantía a la empresa frente a cualquier eventualidad de los equipos, maquinarias y otros. Se debe considerar que los seguros no son en ningún caso sinónimo de calidad de los productos. Es sinónimo de recuperar los bienes en caso de imprevistos o desastres.

Rojas (2014) asevera que toda empresa con sus recursos humanos bien preparados, son un reto para la competencia, dijo además que la productividad es el factor predominante para llegar a la competitividad, generando en ella diversidad de ventajas competitivas hoy en el siglo XXI tales como:

- Ser una empresa competidora que provee productos y servicios a un segmento de mercado-
- Tiene la capacidad de aplicar estrategias de marketing para el crecimiento de su producto y mercado.
- Tener el poder de ingresar al mercado internacional con firmeza.

Feijoo (2016) precisa que las ventajas de la competitividad se manifiestan en toda organización desde varias perspectivas significativas de la forma y manera de como una empresa está haciendo las cosas ello brinda ventajas como:

- Tener una posición de monopolio.
- Ser apreciada por los clientes internos y externos.
- Tener una ubicación mejor que los rivales

- Tener costos fijos bien administrados.
- Tener producto de calidad.

2.2.1.4.- Elementos de la competitividad

La competitividad en la empresa es una estrategia primordial para el logro de los objetivos y la visión de la compañía, ya que es sustancial fomentar, desarrollar y mantener, tanto a la organización, como a cada uno de los empleados:

1. Flexibilidad y adaptación a los cambios
2. Reflexión y análisis
3. Ruptura de paradigmas
4. Cambio e Innovación
5. Integración de pensamiento
6. Valores compartidos
7. Intercambio de información
8. Visión global
9. Trabajo en equipo
10. Liderazgo efectivo

Fomento y desarrollo de competencias, entendidas como el grupo de conductas que abarcan el conocimiento, habilidades, aptitudes, actitudes, motivos y

características de personalidad que influyen directamente en el rendimiento de un empleado, logrando un desempeño sobresaliente o efectivo.

2.2.1.5.- Tipos de competitividad

a) Competitividad nacional. La competitividad nacional incluye a toda una nación, para llevarla a cabo se utiliza el diamante nacional que se subdivide en cuatro elementos los cuales son:

- La dotación y el uso de factores.
- La rivalidad y la competencia entre las empresas.
- La creación de la demanda interna.
- Los sectores conexos y de apoyo.

b) Competitividad Sistémica. Se determina por tener un desarrollo industrial de éxito que se define por factores a nivel micro y macroeconómico.

También se caracteriza por la presencia de medidas determinadas por el gobierno y por las instituciones no gubernamentales que se enfocan en el fortalecimiento de la competitividad que tienen las organizaciones a nivel meta. La competitividad sistémica se desarrolla en cuatro niveles:

- Nivel meta: Los patrones de la organización económica y política se orientan a la competitividad de la economía usando un nivel estructural cuyo objetivo es el desarrollo social de los empresarios, la creación de estrategias, fomentar la capacidad al aprendizaje y al cambio, conseguir la cohesión social y

obtener identidad nacional a través de la memoria colectiva, la organización debe alcanzar un estatus social, capacidad estratégica y política.

- Nivel macro: El ambiente legal y político se orienta a conservar la estabilidad usando políticas presupuestarias, cambiarias, fiscales, monetarias, antimonopólicas, comercial, competencias, de protección al cliente y de comercio exterior.

- Nivel Meso: Se llevan a cabo políticas de manera específica para conseguir ventajas competitivas en el desarrollo regional, en las exportaciones, fomentando la infraestructura estratégica, en la promoción del desarrollo y crecimiento económico que motiva el desarrollo industrial, agropecuario, de servicios privados y públicos y comercial, que aumentan el nivel de educación, incluya el mejoramiento ambiental y sean promotores del desarrollo tecnológico, política selectiva de importaciones y exportaciones.

- Nivel micro: Se realizan de manera permanente actividades en lo interno de las organizaciones que faciliten la formación de ventajas competitivas. Se mantienen alianzas de cooperación informal y formal que permitan crear cadenas de valor que tengan la iniciativa de promover los procesos de aprendizaje que favorezcan la detonación y crecimiento del desarrollo regional, capacidad de gestión, de aprendizaje conjunto, interacción entre proveedores, productores y usuarios; gestión de innovación, ciclo completo de producción (Desarrollo, producción y comercialización).

- c) ***Competitividad Estructural.*** Este tipo de competitividad se origina como un resultado de las ventajas competitivas nacionales. Se centra en especializar

la innovación tecnológica, la economía, los factores de localización y la calidad de las redes de distribución, todo esto es parte del estado de suministro de servicios y bienes. La competitividad suele hacer mejor el desarrollo de las economías y el desarrollo de una región en la que las organizaciones que forman parte contribuyan al avance regional.

d) Competitividad Empresarial Este tipo de competitividad hace referencia a todas las otras mencionadas, pues en las organizaciones se dan varios tipos de competitividad, esto depende del público al que vaya dirigido, igualmente si tienen exportaciones e importaciones. En las empresas debe existir innovación, tecnología, liderazgo, personal altamente capacitado y creativo, estas aptitudes forman parte de la competitividad empresarial. (Equipo de redacción, 2017)

Cabrera, López & Ramírez (2011) señalan que la competitividad en el nuevo mundo agresivo se ha convertido en una línea de acción en la gestión de la organización, centrándose más en las pequeñas empresas, de tal forma que tengan la capacidad de poder medir la competitividad.

Los autores Cabrera, López & Ramírez mencionan tipos de competitividad como:

1. La competitividad sistémica. Las empresas deben ver la competitividad como un todo en la organización y no separada de ninguno de sus componentes estructurales, este tipo de competitividad sistémica, está formado por cuatro niveles, no operan de manera aislada, modelan su accionar de manera interactuando entre ellos haciendo más fuerte el

desempeño competitivo. Los niveles son: nivel meta, nivel macro, nivel meso y nivel micro

2. La competitividad país. Por el cual un país abre la oportunidad de producir bienes y servicios para ponerlos a disposición del comercio internacional y fortalecer las exportaciones, incrementando su comercio exterior conforme sus socios comerciales respondan.
3. Competitividad Región. Orientado al diagnóstico de las regiones, dentro de esta evaluación se busca mejorar la competitividad en lo que a mejorar la calidad de vida de las personas que conforman una región, las regiones desde una planificación adecuada y el conocimiento de las condiciones de vida de los pobladores busca ser competitiva en los servicios esenciales sin fines de lucro.
4. Competitividad industrial. Los autores Cabrera, López & Ramírez, mencionan a Porter en su diamante de las cinco fuerzas, esenciales a considerar en la competitividad industrial, pues se presenta la complejidad de desarrollo de una industria desde el contexto de su organización y formas de producir, además Porter hace mención de estrategias genéricas como: (bajos costos, diferenciación y enfoque).
5. Competitividad empresa. En todo mundo empresarial hoy globalizado y muy competitivo las que compiten, no son las regiones, las industrias, son únicamente las empresas, son ellas las que hacen a una nación competitiva, por el desempeño de su aparato productivo. Cuando se menciona competitividad empresarial se debe ver desde dos enfoques, la

perspectiva de la complejidad empresarial y de los recursos y sus capacidades.

Ubfal (2004) en su estudio habla de la competitividad sistémica considerándola como algo más que productividad, menciona a Krugman (1994) quien dijo que una economía no es abierta, si el nivel de comercio influye muy poco en la vida de la población, por ello recomienda el enfoque integrador de la competitividad sistémica, considerando cuatro niveles: nivel micro, nivel meso, nivel meta y nivel macro.

- Nivel Micro: relaciones de producción, información de mercado, costos laborales.
- Nivel Meso: manejo de políticas específicas y organizacionales, busca mejorar la competitividad.
- Nivel Meta: se centra en la estructura organizacional política y económica de una sociedad en la búsqueda del desarrollo de la capacidad de conducción.
- Nivel Macro: referida a la estabilidad de la macroeconomía de una nación para asegurar el desarrollo de la competitividad sistémica.

León & Carbajal (2006) para estos autores a lo largo de la historia de la competitividad, han distinguido tres etapas:

- La competitividad asociada a la ventaja comparativa. El comercio internacional se constituye en el pilar del desarrollo económico de un país.

- La competitividad asociada a la ventaja competitiva. La industria y el comercio se desarrollan fortaleciendo sus propios factores enfocados en la investigación, desarrollo, crecimiento y la búsqueda de la mejor calidad de vida de las personas.
- La competitividad sistémica. Basada en la articulación de los diferentes órganos de una empresa, considerando los sistemas de transformación de bienes, la transferencia de conocimiento, investigación y desarrollo, desde los cuatro niveles: meta, macro, meso y micro.

2.2.2.- Gestión de Calidad

Deming (1986) la define como un "predecible grado de uniformidad, a bajo costo y útil para el mercado". Lo cual es lógico teniendo en cuenta que es matemático y tratará siempre de cerrar las tolerancias de los procesos buscando una mayor uniformidad del proceso.

Philip (1988) Sostiene que la "Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad".

La Gestión de Calidad está compuesta por normas correspondientes a una organización, las cuales están relacionadas entre sí, debido a esto la organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma. La misión siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad. (UCHA, 2011)

2.2.2.1.- Principales estándares de Gestión de calidad

Se sabe que si la organización tiene un buen sistema de gestión de calidad, siempre le garantizará a la empresa satisfacer las expectativas de sus clientes, tanto en lo que respecta a la prestación del servicio o a lo que ofrece el producto en sí. Le permitirán a una empresa x que pueda validar su sistema de calidad a través de la ejecución de una auditoría por parte de algunos de estos estándares. Una de las normas más populares es la ISO 9001. (UCHA, 2011)

2.2.2.2.- Elementos de un Sistema de Gestión de Calidad

- **Estructura Organizacional.** Es la forma en que la empresa organiza a cada uno de sus empleados, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo así el papel que ellos juegan en la misma.

- **Planificación.** es el conjunto de actividades que permiten a la empresa proyectarse para llegar al logro de los objetivos y metas que se han ido planteado, permite responder las siguientes preguntas en una organización:

¿A dónde queremos llegar?

¿Qué vamos hacer para lograrlo?

¿Cómo lo vamos hacer?

¿Qué vamos a necesitar?

- **Recurso** es todo lo que se va a necesitar para poder alcanzar el éxito de los objetivos y metas de la empresa (personas, equipos, infraestructura, dinero, etc.).

- **Procesos** son todas las actividades que transforman elementos de entradas en producto o servicio. Todas las empresas tienen procesos, pero no siempre se encuentran identificados.

- **Procedimientos.** Es el conjunto de pasos detallados a realizar para poder transformar los elementos de entradas del proceso en producto o servicio. (Rafael J. M., 2014)

2.2.2.3.- Importancia de la Gestión de Calidad

Riquelme, (2011) La gestión de calidad garantiza la excelencia en los productos, servicios y procesos internos a las empresas que logren innovar programas de gestión de calidad consiguen usar la información de ellos para poder identificar cuáles son sus debilidades, fallas, áreas de mejora y fortalezas, establecer normas, hacer cambios cuando sea necesario y ofrecer un mayor valor global en razón de los clientes. Aunque el enfoque para resolver problemas de calidad varía con diferentes programas, el objetivo sigue siendo el mismo: crear un producto o servicio de calidad y alto rendimiento que satisfaga los requerimientos de los consumidores internos y externos

León, (2015) Lo importante de la gestión de calidad es cumplir con las expectativas que necesita el consumidor; Para desarrollar la calidad en tu empresa debes empezar y mantener 6 puntos:

1. Reducción de costos.

Los costos se minimizan ya que la empresa tendrá menos reproceso, con esto, las piezas que se desechaban, ahora se emplearan, las personas que se encargaban de

reprocesar las piezas, ahora podrán dedicar el tiempo a la producción, los podrán utilizar para crear nuevos productos o mejorar sus sistemas, también ocasionando un ahorro en el tiempo y los materiales ocupados para la elaboración del producto o servicio.

2. *Disminución en los precios.*

Debido a la reducción de costos que se ha ocasionado por el menor uso de materiales, por la reducción en los reprocesos, por el menor desgaste humano, la productividad aumenta considerablemente y el precio del producto o servicio puede ser menor.

3. *Presencia en el mercado.*

Se dice que una buena calidad que supere a la competencia, ya sea en precio competitivo, con productos diferentes y cada vez más perfeccionados, el mercado reconoce la marca creando una confiabilidad hacia los productos fabricados o servicio otorgados; lo que hace una presencia sobresaliente en el mercado.

4. *Permanencia en el mercado.*

Como resultante de las ventajas anteriormente mencionadas, la organización al ingresar al mercado un producto o servicio innovador y de alta calidad tiene la probabilidad de permanecer en el mercado con una fidelidad por parte de los consumidores.

5. *Generación de empleos.*

Cuando se mejora la calidad, ya sea con un precio competitivo, con presencia y permanencia en el mercado, se está proporcionando más empleos, que a su vez logra un crecimiento en la organización y cumple íntegramente con uno de los objetivos de la empresa.

6. *Objetivos de la calidad.*

Estos pueden ser vistos desde varios puntos de vista. En uno se busca la satisfacción de los consumidores para diferentes fines y en el otro puede ser el lograr la máxima productividad por parte de los miembros de la empresa que genere mayores utilidades, también se puede ver como un grado de excelencia, o bien puede ser parte de una estrategia para la permanencia en el mercado aunque no se esté convencido de los alcances de la calidad.

El objetivo fundamental y el motivo por el cual la calidad existe, es el cumplimiento de las expectativas y necesidades de los clientes. Establece de la siguiente manera: “Calidad es satisfacer al cliente. ¿Cómo? Cumpliendo con los requerimientos y prestando un servicio innovador. ¿Hasta dónde? Hasta donde la acción tomada ayude a la permanencia de la empresa en el mercado. Ese es el límite”. (León, 2015)

García (2012) precisa que debido a la globalización y los cambios acelerados de las economías y la libre competencia, aparece la necesidad de analizar el término de calidad, Juran se manifestó desde la perspectiva de la adaptación a las formas de

uso por parte del consumidor, y Deming lo plantea dicho término desde la satisfacción del cliente. Las organizaciones tienen como propósito mejorar los procesos e innovar de acuerdo a las exigencias de los clientes.

García (2012) dijo que todos los procesos pasan por un mejoramiento continuo, ofreciendo a la organización el incremento progresivo de ventajas competitivas, apoyada en la trilogía de los elementos básicos para alcanzar la calidad desde la concepción de Joseph Juran (1995) quien consideró: la planificación de la calidad, el control de la calidad y el mejoramiento de la calidad.

Por otra parte García expresó que la importancia de todo sistema de Gestión de Calidad se centra en:

- La calidad de las organizaciones.
- La satisfacción de los clientes.
- La buena planificación
- El desempeño
- El control
- La estandarización de procedimientos
- La gestión de los recursos.

2.2.2.4.- Beneficios de la Gestión de Calidad

Rafael, (2009) Al implementar un Sistema de Gestión de Calidad en la organización puede traer muy buenos beneficios, ya que lo hace con un alto nivel de compromiso por parte de la alta dirección e integrando a su cultura. Algunos ejemplos que se pueden citar son:

- **Aumentar la satisfacción de los clientes:** Este SGC logra que la empresa planifique sus actividades en base a las expectativas de los consumidores y no solamente en base a las expectativas que establece la empresa, sino por lo que la calidad se integra en el producto o servicio desde la planificación, Hay que saber que la calidad no es solo cumplir los requisitos sino tener a los consumidores satisfechos.

- **Reducir variabilidad en los procesos:** Debido a este SGC podemos homogeneizar los procesos de la empresa reduciendo así la inestabilidad que se presentan en estos, lo cual hace que aumente la capacidad de producir productos consistentes.

- **Reducir costes y desperdicios:** El SGC ha logrado crear una cultura proactiva y de análisis de datos, por lo que la empresa se enfoca en determinar las oportunidades de mejoras y corregir los problemas potenciales, lo que conlleva a que esta tenga numerosos ahorros en recursos.

- **Mayor rentabilidad:** El SGC logra que las empresas aumenten la satisfacción de los clientes, reduzcan costes y desperdicios, ya que al aumentar su rentabilidad produce mayores ingresos, mayor margen de beneficios, así como mejor posicionamiento en el mercado con la finalidad de lograr captar consumidores satisfechos y leales. (Rafael M. , 2009)

(Romero, 2010) Hablo de los beneficios que otorga la c gestión de calidad, dando relevancia a la información que se obtiene a nivel a análisis para enfrentar los cambios con decisión, hablo de algunos beneficios como:

- Reemplazar sus enfoques pragmáticos por otros más metódicos.

- Incrementar la formalización y uso de la información escrita, más registros y controles de los procesos.

- Mantener una Política de la Calidad definida, aplicada y evaluada, tiene fuerte impacto en los programas de formación interna, lo que muestra más preocupación para fortalecer planes de promoción de los empleados y compromete a todos los miembros de la Organización.

- La implantación de un S.C logra un trabajo en equipo que desarrolla la comunicación y cooperación entre las diferentes áreas y especialistas.

- Las organizaciones que limitan sus objetivos a la competencia, o simplemente a la obtención del certificado ISO no generan efectos sociales sustanciales.

- Las organizaciones que han implantado SC tienden a ser más dinámicas, transparentes, capaces de reaccionar a corto y largo plazo, cuyos trabajadores muestran mayor profesionalidad, por tanto más adaptados y adaptables al mundo cambiante actual.

- El número de empleados tiende a un ligero aumento, cambiando las características y calificación de los mismos. (Romero, 2010)

2.2.2.5.- Principios de la Gestión de Calidad según la norma ISO

Chamorro (2016) sostiene que las normas ISO se determinan por la misma organización, para estandarizar los procesos de producción y control en empresas y organizaciones. En definitiva es la norma básica que regula los sistemas de gestión de la calidad, la ISO 9001.

Esta norma está basada en ocho principios:

- Orientación al cliente
- Liderazgo
- Participación del personal
- Enfoque basado en procesos
- Enfoque de sistema para la gestión.
- Mejora continua
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisión
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.

III.- HIPÓTESIS

No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo) no las requieren, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación. (GALÁN, 2009)

IV.- METODOLOGÍA

4.1.- Diseño de la Investigación

El tipo de investigación es descriptiva, ya que permite detallar situaciones y eventos, es decir como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno, busca especificar datos importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. (SAMPIERI, 1998)

El nivel de la investigación es cuantitativa, ya que debe haber claridad entre los elementos de investigación desde donde se inicia hasta donde termina. A la vez nos permite determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada. (Edelmira, 1995)

El diseño que se aplicara a la investigación será no experimental de corte transversal, Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se trata de estudios donde no se varía en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. (Hernández, Fernández y Baptista 2007)

4.2.- Población y Muestra

4.2.1.- Población.

Está conformado por tres unidades económicas (03) MYPE del rubro restaurantes ubicadas en la provincia de Talara (Av. Bolognesi) cada una de las MYPEs cuenta con cinco trabajadores independientemente del administrador quien es el dueño del restaurante, de acuerdo a la legislación peruana se considera un trabajador más.

Cuadro N° 1 Relación de MYPE

ITEM	NOMBRE	DIRECCIÓN	RUC	Número de trabajadores
1	Restaurant cevichera turístico Punta Pariñas SRL.	Avenida Bolognesi 52, Talara	10431466061	06
2	Restaurant cevichera Cabo Blanco EIRL.	Av. B - 64 Talara	20399389527	06
4	Mi rubia	Av. B - 6106, Talara	20483258474	06

Fuente: Investigador

4.2.2.- Muestra.

Por la naturaleza de las variables competitividad y gestión de calidad la muestra se considera infinita, para lo cual se debe aplicar la formula estadística.

Cuadro N° 2 Población y Muestra

VARIABLE	N (POBLACIÓN)	M (MUESTRA)
Competitividad	Clientes	INFINITA
Gestión de Calidad	Clientes:	INFINITA

Fuente: Investigador

APLICANDO LA MUESTRA.

Formula:

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

Datos:

$$Z = 91\% \text{ de Confianza}$$

$$p = 0.50 \text{ proporcion Esperada}$$

$$q = 0.50 \quad (1 - p)$$

$$e = 0.09\% \text{ error que se pudira cometer sobre 100}$$

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

$$n = \frac{2.89 * 0.50 * 0.50}{0.0081}$$

$$n = 89.1975$$

La muestra es de 89 personas a encuestar para ambas variables competitividad y gestión de calidad

Según Wigodski (2010) La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población

4.3.- Definición y Operacionalización de las Variables

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote								
Escuela Profesional de Administración								
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN - COMPETITIVIDAD								
Autora: KATHERINE JULIETT MEDINA VARGAS								
VARIABLES	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	INDICADORES	Pregunta	ESCALA	FUENTE	Metodología
COMPETITIVIDAD	Es la capacidad de una empresa para ofrecer un producto o servicio o cumpliendo o rebasando las expectativas de sus clientes, a través del manejo o más eficiente de sus recursos en relación a otras empresas del mismo sector. (Ramírez Oliver, 2015)	Ventajas	La dimensión “Ventajas” se medirá con sus indicadores: costos, diferenciación, enfoque, actividades de apoyo, primarias y estrategias” con la técnica de encuesta y el instrumento del cuestionario.	Costos	¿Considera que los proveedores que tienen los restaurantes de la Av. B de Talara les proveen productos de calidad?	Nominal	Cliente	Tipo: descriptivo
					¿Considera que los precios de los platos que ofertan los restaurantes de la Av. B de Talara son acorde a su economía??	Nominal	Cliente	
				Diferenciación	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, están innovando platos para atraer a sus clientes?	Nominal	Cliente	Nivel cuantitativo
					¿Cree usted que los administradores de los Restaurantes de la Av. B de Talara identifican que les gusta y encanta a sus clientes?	Nominal	Cliente	
				Enfoque	¿Considera que es bien atendido en los restaurantes de la Av. B de Talara?	Nominal	Cliente	Diseño experimental y de corte transversal
				De Apoyo	¿Considera que la infraestructura de los restaurantes es segura?	Nominal	Cliente	
				Primarias Estrategias	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara utilizan insumos de calidad para la preparación de los diferentes platos de comida?	Nominal	Cliente	
		¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, utilizan estrategias de publicidad?	Nominal		Cliente			
		Tipos	La dimensión “tipos” se medirá con sus indicadores: rivalidad y, sistemática, estructural y empresarial” con la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario	Rivalidad y competencia	¿Ud. considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen poca competencia?	Nominal	Cliente	Técnica encuesta
					¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara cuentan con estructura formal definida?	Nominal	Cliente	
				Sistemática	¿Cree usted que los propietarios de los restaurantes de la Av. B de Talara invierten en fortalecer las capacidades de sus trabajadores?	Nominal	Cliente	Instrumento Cuestionario
					¿Existe una buena gestión en los restaurantes de la Av. B de Talara?	Nominal	Cliente	
				Estructural	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara aplican tecnología digital para el suministro de servicios?	Nominal	Cliente	Muestra 89 clientes
				Empresarial	¿Considera que existe buen liderazgo en administración de los restaurantes de la Av. B de Talara?	Nominal	Cliente	
¿Cree usted que el personal que atiende en los restaurantes de la Av. B de Talara están capacitados para atender al público?	Nominal	Cliente						

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote								
Escuela Profesional de Administración								
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN - GESTIÓN DE CALIDAD								
Autora: KATHERINE JULIETT MEDINA VARGAS								
Variable	Definición conceptual	Dimensión	Definición operacional	Indicadores	Preguntas	Escala	Fuente	Metodología
GESTIÓN DE CALIDAD	Deming (1986) la define como un "predecible grado de uniformidad, a bajo costo y útil para el mercado". Lo cual es lógico teniendo en cuenta que es matemático y tratará siempre de cerrar las tolerancias de los procesos buscando una mayor uniformidad del proceso.	Impotancia	La dimensión "importancia" se medirá con los indicadores: estándares, procedimientos, costos, precios, presencia, mercado, empleos, objetivos, y calidad. Con la técnica encuesta y el instrumento cuestionario.	Estándares	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara maneja estándares que garantizan la calidad del producto?	Nominal	Cliente	Tipo: descriptivo
				Procedimientos	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen establecido procedimientos para producir un plato de comida?	Nominal	Cliente	
				Costos	¿La gestión de los restaurantes de la Av. B de Talara aplican un control adecuado para mejorar los costos de sus productos?	Nominal	Cliente	Nivel cuantitativo
				Precios	¿los productos reciclados en los restaurantes de la Av. B de Talara contribuye a la mejora de los precios de los productos?	Nominal	Cliente	
				Presencia	¿Generalmente acude a un restaurante preferido de los ubicados en la Av. B de Talara por la confianza que le brindan?	Nominal	Cliente	
				Mercado	¿Cree que los restaurantes ubicados en la Av. B de Talara tendrán larga permanencia en el mercado?	Nominal	Cliente	Diseño no experimental
				Empleos	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara son una fuente potencial de empleo?	Nominal	Cliente	
				Objetivos	¿Considera que el principal objetivo de los restaurantes de la Av. B de Talara es tener mayor utilidad?	Nominal	Cliente	
		Calidad	¿Se siente satisfecho por la calidad de los productos que le brindan en los restaurantes de la Av. B. de Talara?	Nominal	Cliente			
		Beneficios	La dimensión "Beneficios" se medirá con sus indicadores: satisfacción, procesos y desperdicios con la técnica de encuesta y el instrumento del cuestionario.	Satisfacción	¿Cree usted que los restaurantes de la Av. B. de Talara planifican para brindarle una mejor atención?	Nominal	Cliente	Técnica encuesta
					¿Cree que existe una buena organización entre gerente – empleado en los restaurantes de la Av. B. de Talara para garantizarle una buena estadía y se sienta confortable?	Nominal	Cliente	
				Procesos	¿Cree usted que los restaurantes de la Av. B. de Talara deben innovar cada cierto tiempo la variedad de sus platos?	Nominal	Cliente	Instrumento Cuestionario
					¿Los restaurantes de la Av. B. de Talara presentan diferentes platos de Cebiche?	Nominal	Cliente	
				Desperdicios	¿Considera usted que los productos reciclados son vendidos por los restaurantes de la Av. B. de Talara?	Nominal	Cliente	Muestra 89 clientes
¿La venta de los productos reciclados les permite tener un ingreso más a los restaurantes de la Av. B de Talara?	Nominal				Cliente			

4.4.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modificará el entorno ni controlará el proceso que está en observación. Los datos se obtendrán a partir de la realización de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

El cuestionario se obtendrá a partir de la operacionalización de las variables, utilizara un listado de preguntas escritas que se entregarán a los trabajadores y clientes según las variables, con el fin de que las contesten igualmente por escrito.

4.5.- Plan de Análisis

Una vez recopilados los datos, van a ser analizados y procesados con el programa Excel de Windows 2010. Luego se realiza el análisis y la interpretación.

4.6.- Matriz de Consistencia

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote									
Escuela Profesional de Administración									
MATRIZ DE CONSISTENCIA									
Autora: KATHERINE JULIETT MEDINA VARGAS									
Título	Problema-Enunciado	Objetivo general	Objetivo específicos	Hipótesis	Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Caracterización de competitividad y gestión de calidad de las MYPEs sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018	¿Cuáles son las características de competitividad y gestión de calidad de las MYPEs sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018?	Determinar cuáles son las características de competitividad y gestión de calidad de las MYPEs sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018	Identificar cuáles son las ventajas de la competitividad de las MYPEs sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018	No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo) no las requieren, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación. (GALÁN, 2009)	Competitividad	Es la capacidad de una empresa para ofrecer un producto o servicio cumpliendo o rebasando las expectativas de sus clientes, a través del manejo más eficiente de sus recursos en relación a otras empresas del mismo sector. (Ramírez Oliver, 2015)	Ventajas de la competitividad	costos, diferenciación, enfoque, actividades de apoyo, primarias y estrategias”	Tipo descriptiva
			Nivel cuantitativo						
			Diseño no experimental						
			Tipos de competitividad				Rivalidad y competencia, sistemática, estructural y empresarial	Corte transversal	
								Técnica encuesta	
			Gestión de Calidad				Deming (1986) la define como un "predecible grado de uniformidad, a bajo costo y útil para el mercado". Lo cual es lógico teniendo en cuenta que es matemático y tratará siempre de cerrar las tolerancias de los procesos buscando una mayor uniformidad del proceso.	estándares, procedimientos, costos, precios, presencia, mercado, empleos, objetivo, y calidad	Instrumento cuestionario
									Población infinita
									Muestra 89 clientes
			Beneficios de gestión de calidad				Satisfacción, procesos, y desperdicios:		

4.7.- Principios Éticos

En esta investigación Se respetara la propiedad privada, se está trabajando con la norma APA. La investigación se realiza con independencia de criterio, honestidad intelectual, imparcialidad, pluralismo y responsabilidad social.

V.- RESULTADOS

5.1.- Resultados

5.1.1.- Competitividad.

Tabla N° 1
Proveedores y Productos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	36	40%
NO	53	60%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Proveedores y productos, se observa que al 40% de los clientes consideran que los proveedores proveen de productos de calidad a los restaurantes de la Av. B de Talara

Tabla N° 2
Precios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	35	39%
NO	54	61%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Precios, se observa que al 39% de los clientes les parecen los precios acorde a su economía.

Tabla N° 3

Precios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	57	64%
NO	32	36%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Innovando platos, se observa que al 64% de los clientes de los restaurantes de la Av. B de Talara, están innovando los platos para atraer a los clientes

Tabla N° 4

Gustos de Clientes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	62	70%
NO	27	30%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Gustos de clientes, se observa que al 70% de los clientes les parece bien que los administradores se preocupen por identificar sus gustos y preferencias de los platos que ofertan

Tabla N° 5

Buena Atención

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	47	53%
NO	42	47%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Buena atención, se observa que al 53% de los clientes son bien atendidos en los restaurantes de la Av. B de Talara.

Tabla N° 6
Infraestructura Segura

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	60	67%
NO	29	33%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Infraestructura segura, se observa que al 67% de los clientes les parece que las instalaciones de la infraestructura de los restaurantes de la Av. B. de Talaba es buena.

Tabla N° 7
Insumos de Calidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	42	47%
NO	47	53
TOTAL	89	100

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Insumos de calidad, se observa que al 47 % de los clientes consideran que los restaurantes de la Av. B de Talara utilizan insumos de calidad en la preparación de los diferentes platos que ofertan.

Tabla N° 8
Estrategias de Publicidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	45	51%
NO	44	49%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Estrategias de publicidad, se observa que al 51 % de los clientes respondieron que los restaurantes de la Av. B de Talara si utilizan estrategias de publicidad.

Tabla N° 9
Poca Competencia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	56	63%
NO	33	37%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Poca competencia, se observa que al 63 % de los clientes consideran que los restaurantes de la Av. B de Talara cuentan con poca competencia.

Tabla N° 10
Organigrama Formal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	35	39%
NO	54	61%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Organigrama formal, se observa que al 39 % de los clientes consideran que los restaurantes de la Av. B de Talara si cuentan con una estructura organizacional formal.

Tabla N° 11

Inversión en Capacidades

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	44	49%
NO	45	51%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Inversión en capacidades, se observa que al 49 % de los clientes consideran que los propietarios de los Restaurantes de la Av. B de Talara si invierten en el fortalecimiento de capacidades de su personal.

Tabla N° 12

Capacidad de Gestión

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	37	42%
NO	52	58%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Capacidad de gestión, se observa que al 42 % de los clientes consideran que si existe capacidad de gestión, en los restaurantes de la Av. B de Talara.

Tabla N° 13
Tecnología en Servicios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	65	73%
NO	24	27%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Tecnología en servicios, se observa que al 73 % de los clientes si consideran que los restaurantes de la Av. B de Talara aplican la tecnología para brindar un mejor servicio.

Tabla N° 14
Aplicación de Liderazgo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	61	69%
NO	28	31%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Aplicación de liderazgo, se observa que al 69 % de los clientes si consideran que se aplica liderazgo en la administración de los restaurantes de la Av. B de Talara.

Tabla N° 15
Personal Capacitado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	39	44%
NO	50	56%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Personal capacitado, se observa que al 44 % de los clientes si creen que el personal que los atiende en los restaurantes de la Av. B de Talara cuentan con personal capacitado para brindarles la mejor atención.

5.1.2.- Gestión de Calidad

Tabla N° 16
Estándares de Calidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	51	57%
NO	38	43%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Estándares de calidad, se observa que al 57 % de los clientes consideran que los restaurantes de la Av. B de Talara si aplican estándares que garantizan la calidad del producto.

Tabla N° 17
Procedimientos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	56	63%
NO	33	37%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Procedimientos, se observa que al 63 % de los clientes consideran que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen establecidos procedimientos para producir un plato de comida.

Tabla N° 18
Procedimientos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	47	53%
NO	42	47%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: se observa que al 53% de los clientes dice que si aplica control

Tabla N° 19
Mejora de Precios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	41	46%
NO	48	54%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Mejora de precios, se observa que el 46 % de los clientes consideran que la gestión de los restaurantes de la Av. B de Talara contribuyen en la mejora de sus productos.

Tabla N° 20
Brindan Confianza

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	50	56%
NO	39	44%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Brindan confianza, se observa que el 56 % de los clientes asisten a los restaurantes de la Av. B de Talara por la seguridad y confianza que se les brinda.

Tabla N° 21
Permanencia en el Mercado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	45	51%
NO	44	49%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Permanencia en el mercado, se observa que al 51% de los clientes les parece que los restaurantes de la Av. B de Talara tendrán larga permanencia en el mercado.

Tabla N° 22
Fuente de Empleo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	53	60%
NO	36	40%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Fuente de empleo, se observa que al 60 % de los clientes afirman que los restaurantes de la Av. B DE Talara son una fuente potencial de trabajo.

Tabla N° 23
Generación de Utilidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	45	51%
NO	44	49%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Generación de utilidad, se observa que al 51 % de los clientes consideran que el principal objetivo de los restaurantes de la Av. B de Talara es obtener la mayor utilidad.

Tabla N° 24
Satisfacción por Calidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	46	52%
NO	43	48%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Satisfacción por calidad, se observa que al 52 % de los clientes están satisfechos por la calidad de los productos que les brindan en los restaurantes de la Av. B de Talara.

Tabla N° 25
Uso de Planificación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	48	54%
NO	41	46%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Uso de planificación, se observa que al 54 % de los clientes les parece que los restaurantes de la Av. B de Talara si planifican sus acciones para brindar y asegurar una mejor atención.

Tabla N° 26
Buena Organización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	62	70%
NO	27	30%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Buena organización, se observa que al 70 % de los clientes consideran que existe una buena organización gracias a la relación gerente - trabajador, garantizando buena estadía en los restaurantes de la Av. B de Talara.

Tabla N° 27
Variedad de Platos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	47	53%
NO	42	47%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Variedad de platos, se observa que al 53 % de los clientes les parece que los restaurantes de la Av. B de Talara deben innovar cada cierto tiempo variedad de platos a ofertar.

Tabla N° 28
Diferentes Platos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	49	55%
NO	40	45%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Diferentes platos, se observa que al 55 % de los clientes les satisface que los restaurantes de la Av. B de Talara, presentan variedad de platos de cebiche.

Tabla N° 29
Productos Reciclados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	56	63%
NO	33	37%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Productos reciclados, se observa que al 63 % de los clientes los productos reciclados en los restaurantes de la Av. B de Talara son vendidos.

Tabla N° 30
Ingreso por Productos Reciclados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	54	61%
NO	35	39%
TOTAL	89	100%

Fuente: cuestionario aplicado a clientes de los restaurantes de la Av. "B" de la ciudad de Talara

En la tabla denominada: Ingresos por productos reciclados, se observa que al 61% de los clientes los restaurantes de la Av. B venden los productos reciclados, para tener un ingreso más.

5.2.- Análisis de resultados.

Tabla 01 denominada: Proveedores y productos, el 40% respondieron que los restaurantes si se proveen de productos de calidad y el 60% dijeron que no. Resultado cercano a Gonzales (2014) quien dijo que las empresas del rubro no cuentan con adecuada capacidad de gestión. Por otro lado Porter (2014) quien habla de las ventajas de la competitividad en la que comprende la calidad del producto.

Tabla 02 denominada: Precios, el 39% de los encuestados dijeron que los precios que ofertan son acorde a su economía, el 61% dijeron que no son acorde. Resultado cercano a Gonzales (2014) quien dijo que las empresas del rubro no cuentan con adecuada capacidad de gestión. Por otro lado Porter (2014) quien habla de las ventajas de la competitividad en la que comprende los costos del producto.

Tabla 03 denominada: Innovando platos, el 64% de los encuestados respondieron que los restaurantes si innovan platos que ofertan para conservar al cliente, el 36% dijeron que no innovan. Resultado contrario a Gonzales (2014) quien dijo que las empresas del rubro no cuentan con adecuada capacidad de gestión y tecnología. Por otro lado Porter (2014) quien habla de las ventajas de la competitividad en la que comprende la innovación de productos.

Tabla 04 denominada: Gustos de Clientes, el 70% de los encuestados afirman que la administración de los restaurantes se preocupa por conocer los gustos y

preferencias de sus cliente, el 30% dijeron que no. Resultado contrario con Gonzales (2014) quien dijo que las empresas del rubro no cuentan con adecuada capacidad de gestión y tecnología. Por otro lado Porter (2014) quien habla de las ventajas de la competitividad en la que comprende la innovación de productos y la diferenciación.

Tabla 05 denominada: Buena atención, el 53% de los clientes respondieron que si reciben buena atención en los restaurantes, el 47% dijeron que no. Resultado contrario a Gonzales (2014) quien dijo que las empresas del rubro no cuentan con adecuada capacidad de gestión y tecnología y escasa logística empresarial. Por otro lado Porter (2014) quien habla de las ventajas de la competitividad en la que comprende la del enfoque pensando en el cliente.

Tabla 06 denominada: Infraestructura segura, el 67% de los clientes de los restaurantes respondieron que la infraestructura es segura, un 33% respondieron que no. Resultado contrario a Vivanco (2015) quien se manifestó en la relación a la visión de la competitividad empresarialmente. Por otro lado Porter (2014) quien habla de las ventajas de la competitividad en la que comprende la del enfoque pensando en el cliente.

Tabla 07 denominada: Insumos de calidad, donde el 47% de los encuestados dijeron que los restaurantes utilizan insumos de calidad para ofertar los platos, un 53% dijeron que no. Resultado diferente a Peña (2016) quien concluye que la mayor parte de comensales considera importante la calidad de los productos ofrecidos. Por otra parte Porte (2008) hablando de las ventajas competitivas en relación con las actividades de la Cadena de Valor.

Tabla 08 denominada: estrategias de publicidad, donde el 51% de los clientes consideran que los restaurantes explotan la estrategia de la publicidad, un 49% dicen que no. Resultado cercano a Peña (2016) quien en otra de sus conclusiones dice que las empresas deben manejar estrategias genéricas. Por otra parte Porte (2008) hablando de estrategias que se deben aplicar en las empresas.

Se observa que el análisis nos evidencia que el 70% de los clientes están de acuerdo que la administración de los restaurantes identifique sus necesidades y se proyecten en relación a ello, un 64% consideran positivo que innoven platos, el 67% se siente seguros por la infraestructura.

Es necesario que las MYPES en estudio dedicadas al rubro de restaurante, valoren los conceptos de ventaja competitiva de costos, mejoren la calidad de insumos en la preparación de platos.

Según Gonzales (2014) considera que las empresas deben mejorar la capacidad de gestión y la logística, para asegurar un mejor servicio.

Acudiendo a Gonzales y Peña se reconoce que la capacidad de gestión en las empresas de restaurantes en la Av. B de Talara se debe reforzar en la mejora de costos, estrategias y la logística de insumos de calidad, lo cual le brindara ventajas competitivas vinculados al primer objetivo específico de la investigación.

Tabla 09 denominada: Poca competencia, el 63% respondieron que los restaurantes tienen poca competencia, el 37% dijeron que no. Resultado cercano con Romero & Guevara (2014) quien concluye que existen importantes oportunidades de negocio en el campo de la exportación. Por otra parte se tiene que Cabrera, López &

Ramírez (2011) se refieren a la competitividad de región buscando la mejora de la calidad de vida de la persona.

Tabla 10 denominada: Organigrama formal, el 39% de los clientes respondieron que los restaurantes si tienen un organigrama formal. El 61% dijeron que no. Resultado cercano con Romero & Guevara (2014) quien concluye que existen importantes oportunidades de negocio. Por otra parte se tiene que Cabrera, López & Ramírez (2011) se refieren a la competitividad de región buscando la mejora del desempeño de las empresas.

Tabla 11 denominada: Inversiones en capacidades, el 49% de los clientes dijeron que si invierten en capacidades para el personal, un 51% respondieron que no. Resultado cercano con Romero & Guevara (2014) quien concluye que existen importantes oportunidades de negocio que obligan a medir el grado de conocimiento de las MYPEs, vista desde una competitividad de región. Por otra parte se tiene que Cabrera, López & Ramírez (2011) se refieren a la competitividad de región buscando la mejora de la calidad de vida de la persona.

Tabla 12 denominada: Capacidad de gestión, el 42% de los clientes respondieron que si existe, un 58% dijeron que no existe. Resultado cercano con Peña (2016) quien en otra de sus conclusiones dice sobre el nivel de capacitación que usan las MYPEs. Por otra parte Porte (2008) hablando de estrategias que se deben aplicar en las empresas, para mejorar la gestión.

Tabla 13 denominada: Tecnología de servicio, el 73% de los clientes dijeron que los restaurantes si aplican tecnología para el suministro de servicios. Un 27% respondieron que no. Resultado cercano Peña (2016) quien en otra de sus

conclusiones dice sobre el nivel de capacitación que usan las MYPES. Por otra parte Porte (2008) hablando de estrategias que se deben aplicar en las empresas, para mejorar la gestión del servicio.

Tabla 14 denominada: Aplicación de liderazgo, el 69% de los clientes respondieron que en la administración de los restaurantes si existe buen liderazgo. Un 31% dijeron que no. Resultado cercano con Castillo (2016) quien reconoce que los niveles de competitividad son altos, por la constante preocupación de liderar el mercado. Por otra parte Cabrera, López & Ramírez (2011) se refieren a la competitividad de región buscando la mejora de la calidad de vida de la persona relacionándola con la competitividad sistémica desde el nivel micro.

Tabla 15 denominada: Personal capacitado, el 44% de los clientes respondieron que el personal que atiende en los restaurantes están capacitados para atender al público. Un 56% dijeron que no. Resultado Castillo (2016) quien reconoce que la característica de la capacitación se da por los cambios percibidos. Por otra parte Cabrera, López & Ramírez (2011) se refieren a la competitividad de región buscando la mejora de la calidad de vida de la persona relacionándola con la competitividad sistémica desde el nivel micro.

Es necesario que las MYPES en estudio dedicadas al rubro de restaurante de la Av. B de Talara, conozcan la conceptualización del tipo de competitividad sistémica.

Según Romero & Guerra (2014) consideran que es importante medir el grado de conocimiento de las MYPES.

Según Peña (2016) considera la preparación y autoevaluación de las competencias y habilidades de los colaboradores.

Según Castillo (2016) consideró importante reconocer los niveles altos de competitividad liderando el mercado en lugares estratégicos.

Acudiendo a Romero & Guerra, Peña y Castillo, se reconoce que las Mypes en investigación deben trabajar más en el nivel interno de su organización, fortalecer las capacidades de sus colaboradores, e incrementar las capacidades de gestión y de los trabajadores en la atención directa al cliente, logrando de esta manera poder incrementar el nivel de atención y satisfacción de los consumidores, pudiendo así determinar el tipo de competitividad que pudiera asumir, relacionado con el segundo objetivo específico de la investigación.

Tabla 16 denominada: Estándares de calidad, el 57% de los encuestados consideran que los restaurantes de la Av. B de Talara si manejan estándares de calidad de productos. Un 43% dijeron que no. Resultado cercano a Herrera (2008) quien precisa que las debilidades de la organización se centran en el tipo de gestión. Por otra parte Riquelme (2011) quien habla de estándares de calidad en la aplicación de procesos.

Tabla 17 denominada: Procedimientos, un 63% respondieron que los restaurantes de la Av. B de Talara si consideran procedimientos para la preparación de los platos a ofertar. Un 37% dijeron que no. Resultado cercano a Quijada (2007) quien precisa que las organizaciones deben tener sus procesos a través de un mapa de procesos. Por otra parte Riquelme (2011) quien habla de estándares de calidad en la aplicación de procesos.

Tabla 18 denominada Aplicar control, el 53% de los encuestados dijeron que si aplican control en sus costos para mejorar los precios de sus productos. Un 47% respondieron que no lo hacen. Resultado cercano a Agurto (2014) quien vio la necesidad de ordenar el trabajo, trayendo un aumento en la calidad de los servicios brindados. Por otra parte León (2015) en su participación de costos para mejorar los servicios.

Tabla 19: Mejora de precios, el 46% de los encuestados respondieron que los productos reciclados contribuyen en la mejora de los costos del servicio. Un 54% dijeron que no sucede tal mejora. Resultado cercano a Agurto (2014) quien vio la necesidad de ordenar el trabajo, trayendo un aumento en la calidad de los servicios brindados. Por otra parte León (2015) en su participación de costos para mejorar los servicios.

Tabla 20 denominada: Brindan confianza, el 56% de los encuestados asisten al restaurante porque les brindan seguridad y confianza. Un 44% dicen que no les brinda confianza. Resultado cercano con Bracho (2007) considera que la calidad y la gestión de calidad son importantes en cualquier negocio, los sistemas permiten lograr los productos y servicios de calidad esperada por parte del cliente. Por otra parte García (2012) quien habla de presencia de la empresa con calidad como un beneficio para los clientes.

Tabla 21 denominada: Permanencia en el mercado, el 51% de los encuestados dijeron que los restaurantes pueden tener larga permanencia en el mercado. Un 49% dijeron que no. Resultado cercano con Bracho (2007) considera que la calidad y la gestión de calidad son importantes en cualquier negocio, los

sistemas permiten lograr los productos y servicios de calidad esperada por parte del cliente. Por otra parte García (2012) quien habla de presencia de la empresa con calidad como un beneficio para los clientes.

Tabla 22 denominada Fuente de empleo, el 60% de los encuestados considera que los restaurantes son una fuente de empleo. El 40% dijeron no lo son. Resultado cercano con Bracho (2007) considera que la calidad y la gestión de calidad son importantes en cualquier negocio, los sistemas permiten lograr los productos y servicios de calidad esperada por parte del cliente. Por otra parte García (2012) quien habla de presencia de la empresa con calidad como un beneficio para los clientes.

Tabla 23 denominada: Generación de utilidad, el 51% de los encuestados consideran que el principal objetivo de los empresarios de los restaurantes es obtener mayor utilidad. Un 49% dijeron que no. Resultado cercano a Quijada (2007) quien precisa que las organizaciones mejoran la comunicación, aprovechan eficazmente los recursos, mejorar su productividad, rentabilidad y satisfacción al cliente. Por otra parte García (2012) quien habla de presencia de la empresa con calidad como un beneficio para los clientes.

Tabla 24 denominada Satisfacción por calidad, el 52% de los encuestados respondieron que si encuentran satisfacción por la calidad de los platos. Un 48% dijeron que no. Resultado contrario a Mego (2011) quien dijo mostrar disconformidad tanto en la calidad como en la cantidad por no cubrir sus expectativas de recibir un buen servicio. Por otra parte García (2012) quien habla de presencia de la empresa con calidad como un beneficio para los clientes.

Es necesario que las MYPES en estudio dedicadas al rubro de restaurante de la Av. B de Talara, complementen la aplicación de procedimientos, estándares de calidad, la calidad y repotencien en la formulación de precios para mejorar la atención al consumidor.

Según Herrera (2008) considera que las debilidades de la organización se centran en el tipo de gestión de la administración.

Según Quijada (2007) considera que las organizaciones deben tener sus procesos a través de un mapa de procesos que les permite un orden en desarrollo de ellos.

Según Agurto (2014) considera la importancia de ordenar el trabajo, trayendo un aumento en la calidad de los servicios brindados en

Acudiendo a Herrera, Quijada y Agurto consideran la importancia, que la gestión de las organizaciones deben incidir en mejorar la estructura de costos, estándares de calidad, investigación de mercados, desarrollar mejores procedimientos en la elaboración de platos de comida, orientado a incrementar la productividad y por ende la rentabilidad, identificando plenamente la importancia de la gestión de calidad, vinculado al tercer objetivo específico de la investigación

Tabla 25 denominada Uso de planificación, el 54% de los encuestados consideran que los restaurantes planifican sus actividades para brindar un mejor servicio. Un 46% dijeron que no. Resultado cercano a Flores (2014) quien habla de los servicios administrativos estableciendo un modelo de gestión de calidad para

alcanzar las políticas organizacionales. Por otra parte Rafael (2009) quien se refiere a la satisfacción como un beneficio de la gestión de calidad.

Tabla 26 denominada Buena organización, donde el 70% de los encuestados respondieron que en los restaurantes si existe buena organización. Un 30% respondieron diciendo que no existe. Resultado cercano a Flores (2014) quien habla de los servicios administrativos estableciendo un modelo de gestión de calidad para alcanzar las políticas organizacionales. Por otra parte Rafael (2009) quien se refiere a la satisfacción como un beneficio de la gestión de calidad.

Tabla 27 denominada: Variedad de platos, el 53% de los encuestados dijeron que si existe variedad de platos. Un 47% dicen que no. Resultado cercano con García (2011) quien dijo que la planificación de innovar como parte de la gestión de calidad, tiene beneficios favorables para las futuras acciones de la empresa al poder realizar el trabajo con calidad así se reducirán los costos con buenos resultados. Por otra parte Romero (2010) quien manifiesta los beneficios que generan los procesos de innovación en el marco de la gestión de calidad.

Tabla 28 denominada: Diferentes platos, el 55% de los encuestados dijeron que los restaurantes si presentan variedad de platos de cebiche. Un 45% dijeron que no. Resultado cercano con García (2011) quien dijo que la planificación de innovar como parte de la gestión de calidad, tiene beneficios favorables para las futuras acciones de la empresa al poder realizar el trabajo con calidad así se reducirán los costos con buenos resultados. Por otra parte Romero (2010) quien manifiesta los beneficios que generan los procesos de innovación en el marco de la gestión de calidad.

Tabla 29 denominada: Productos reciclados, el 63% de los encuestados consideran que los productos reciclados son vendidos por la administración de los restaurantes. Un 37% opinaron en contrario. Resultado cercano con Flores (2014) quien precisa que algunos beneficios tal como el proceso de productos reciclados, en un sistema de gestión de calidad, la prestación de procesos diferentes ayudan a lograr el compromiso de la administración. Por otra parte Romero /2010) habla de los beneficios que genera los procesos diferentes en un sistema de gestión de calidad y de la contribución de estos en los resultados.

Tabla 30 denominada: Ingreso por productos reciclados, el 61% de los encuestados consideran que la venta de los productos reciclados permite tener un mayor ingreso a la administración de los restaurantes, el 39% dijeron que no. Resultado cercano con Flores (2014) quien precisa que algunos beneficios tal como el proceso de productos reciclados, en un sistema de gestión de calidad, la prestación de procesos diferentes ayudan a lograr el compromiso de la administración. Por otra parte Romero /2010) habla de los beneficios que genera los procesos diferentes en un sistema de gestión de calidad y de la contribución de estos en los resultados.

Es necesario que las MYPES en estudio dedicadas al rubro de restaurante de la Av. B de Talara, valoren los beneficios que trae el adecuado sistema de gestión de calidad en la satisfacción a los clientes, en la innovación de los procesos y la aplicación de procesos diferentes pero vinculados a la organización con resultados beneficios en los ingresos de la organización.

Según Flores (2014) considera que los beneficios de la gestión de calidad contribuyen de los servicios administrativos estableciendo un modelo de gestión de

calidad para alcanzar las políticas organizacionales, en la prestación de procesos diferentes ayudan a lograr el compromiso de la administración.

Según García (2011) considera que la planificación de innovar como parte de la gestión de calidad, conlleva beneficios favorables para las futuras acciones de la empresa al poder realizar el trabajo con calidad así se reducirán los costos con buenos resultados

Acudiendo a Flores y García consideran la importancia, de la gestión de estándares de calidad, procesos innovadores, mejora de procesos vigentes y la aplicación de procesos paralelos en beneficio de la gestión de calidad, vinculado al cuarto objetivo específico de la investigación

VI.- CONCLUSIONES

Con respecto a las ventajas de la competitividad se pudo concluir que en los restaurantes de la AV.B de Talara la mayor parte de los encuestados considera que prima la diferenciación, el enfoque, de apoyo y estrategias. Debido a que están atentos a las exigencias de los consumidores para innovar cada cierto tiempo y lograr mantener contento al cliente, los administradores tienen muy presente que la infraestructura, la limpieza del local y el ambiente juega un rol muy importante dentro de ello, la publicidad es un indicador con alta influencia, por ello se mantiene a los cliente.

Por lo tanto en relación a las ventajas de la competitividad de los restaurantes de la AV.B de Talara, se recomienda fortalecer el análisis de costos, así mismo potenciar el desarrollo de nuevos mercados, la mejora de los procesos administrativos y de producción y a la vez la mejora de las estrategias.

Con respecto a los tipos de competitividad se concluye que en los restaurantes de la AV.B de Talara la minoría de los encuestados identificaron que se determina por la rivalidad y competencia, estructural por la tecnología y empresarial por parte del liderazgo. Lo cual define que tiene muy poca competencia lo que hace que estos aún se mantengan en el mercado sin ser desplazados, un punto fuerte es que cuentan con tecnología digital actualizada para la optimización de los pedidos, el encargado del restaurante supervisa a los empleados para que estos puedan desarrollar sus tareas de una manera eficiente

Por lo tanto la recomendación sería que en relación a los tipos de competitividad de los restaurantes de la AV.B Talara, se recomienda fortalecer la competitividad sistémica y empresarial debido a la deficiencia que hay con la capacidad de gestión.

Con respecto a la importancia de la gestión de calidad se llegó a la conclusión que los restaurantes de la AV. B de Talara debido a la totalidad de los encuestados se pudo identificar: Estándares, procedimientos, costos, presencia por la confianza, mercadería, generadora de empleo, objetivos. Debido a que están preparados para la elaboración de un producto de acuerdo a sus procedimientos, tienen un control para que los costos de sus productos no varíen, esto hace que los clientes les de confianza, logrando así que la permanencia de estos restaurantes sea estable convirtiéndose en una fuente generadora de empleos, estos restaurantes al generar mayor utilidad los precios se mantienen.

Por lo tanto en relación a la importancia de la gestión de calidad de los restaurantes de la AV.B Talara, se recomienda fortalecer los precios debido a que la venta de productos reciclados va a generar mayor utilidad y disminuirán el costo de sus productos, a la vez mejorar sus objetivos y la calidad de producto.

Con respecto a los beneficios de la gestión de calidad se llegó a la conclusión que los restaurantes de la AV.B de Talara debido a la totalidad de encuestados se pudo identificar la: Satisfacción al cliente, por la variedad de sus procesos y productos reciclables. Debido a esto siempre están atentos para agradar a sus clientes, para garantizarle una buena estadía y que estos sientan la alegría de regresar pronto, Cuando un restaurante ingresa un plato nuevo e innovador al mercado

despierta en interés en los consumidores haciendo que esto sea una estrategia potencial, también se reciclan y venden los productos.

Por lo tanto en relación a los beneficios de la Gestión de Calidad de los restaurantes de la AV.B Talara, se recomienda fortalecer sus procesos en cuanto a la innovación de sus platos.

Finalmente se concluye que los restaurantes de la AV.B de Talara sus ventajas de la Competitividad son: La diferenciación, el enfoque, de apoyo y estrategias. Seguidamente los tipos de competitividad son: Rivalidad y competencia, estructural por la tecnología y empresarial por parte del liderazgo.

De otro lado la importancia de Gestión de Calidad se identifica por: Estándares, procedimientos, costos, presencia por la confianza, mercado, generador de empleo, objetivos, calidad. Seguidamente los beneficios de Gestión de Calidad son: Satisfacción al cliente, Variedad de sus procesos, desperdicios.

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

VIII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Añes. (2002). *catarina*. Obtenido de catarina:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/barrientos_m_1/capitulo_2.pdf

Arriba, M. (22 de Noviembre de 1985). *Aula Virtual*. Obtenido de Aula Virtual:

<http://uca.migueldearriba.net/tag/ventaja-competitiva/>

CALDERÓN, M. G. (21 de 10 de 2011). *gloriacalderon*. *gloriacalderon*, págs.

<https://gloriacalderon.wordpress.com/tag/entorno-politico-legal/>.

Carreto, J. (07 de 2008). *planeacion-estrategica*. Obtenido de planeacion-estrategica:

<http://planeacion-estrategica.blogspot.com/2008/07/ventaja-competitiva-de-porter.html>

CASTELMONTE. (2015). *centrocastelmonte*. *centrocastelmonte*, págs.

<http://centrocastelmonte.com/implementar-un-sistema-de-gestion-de-la-calidad.html>.

course. (2007). *ocwus.us.es*. Obtenido de ocwus.us.es: [http://ocwus.us.es/psicologia-](http://ocwus.us.es/psicologia-social/psicologia-de-los-recursos-humanos/temas/tema6cg/page_12.htm)

[social/psicologia-de-los-recursos-humanos/temas/tema6cg/page_12.htm](http://ocwus.us.es/psicologia-social/psicologia-de-los-recursos-humanos/temas/tema6cg/page_12.htm)

Edelmira, G. L. (1995). Metodología de la Investigación. *Metodología de la*

Investigación, págs.

<https://sites.google.com/site/51300008metodologia/caracteristicas-cualitativa-cuantitativa>.

Equipo de redacción, G. e. (25 de 07 de 2017). *lostipos*. *lostipos*, pág.

<http://www.lostipos.com/de/competitividad.html>.

Esmeralda, N. V. (06 de 2001). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis:

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/compe.htm>

Espinosa Ayala, E. (08 de marzo de 2009). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net:

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/eea/Competitividad.htm>

GABRIELA, L. (05 de 11 de 2013). *prezi*. *prezi*, págs.

<https://prezi.com/klf2wauro3g3/entorno-politico-y-legal-de-las-empresas/>.

GALÁN, A. M. (24 de 08 de 2009). *manuelgalan*. *manuelgalan*, págs.

<http://manuelgalan.blogspot.pe/2009/08/las-hipotesis-en-la-investigacion.html>.

Garay, L. J. (1967). *banrepcultural*. Obtenido de banrepcultural:

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industriatina/246.htm>

Garcés, P. (9 de febrero de 2005). Obtenido de

<http://www.sangrefria.com/blog/2005/02/09/porter-y-la-competitividad/>

Gimferrer, M. N. (16 de Agosto de 2010). *Eroski consumer*. Obtenido de Eroski

consumer: <http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/normativa-legal/2010/08/16/194635.php>

Guiltinan. (27 de 01 de 2012). *Merchandising y Rentabilidad*. Obtenido de

Merchandising y Rentabilidad:

<https://beatrizmenjivar.wordpress.com/2012/01/27/merchandising-y-rentabilidad/>

Haguenauer. (1990). *banrepcultural*. Obtenido de banrepcultural:

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/246.htm>

IRURITA ALZUETA, J. (28 de JUNIO de 2012). SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD. *SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD*, pág.

<file:///C:/Users/KATITA/Downloads/577761.pdf>.

Ivancevich. (1996). *cohep*. Obtenido de cohep:

http://www.cohep.com/contenido/biblioteca/portaldoc223_3.pdf?fc8501cd0ad3503ce678c60d0e786cfe

León, A. B. (11 de 12 de 2015). emprendices. *emprendices*, págs.

<https://www.emprendices.co/la-importancia-la-calidad-las-empresas/>.

Lira Segura, J. (21 de enero de 2014). *Gestion*. Obtenido de Gestion:

<http://gestion.pe/economia/peru-se-convertira-segunda-economia-latinoamerica-mayor-crecimiento-2086861>

MONDRAGON, V. (04 de 2016). diariodelexportador. *diariodelexportador*, págs.

<http://www.diariodelexportador.com/2016/04/el-factor-economico-financiero-politico.html>.

NICOLO, G. (2008). catarina.udlap. *catarina.udlap*, pág.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ledi/ordaz_a_ml/capitulo1.pdf.

- Pérez, B. V. (23 de setiembre de 2008). *degerencia.com*. Obtenido de degerencia.com:
http://www.degerencia.com/articulo/competitividad_empresarial_un_nuevo_concepto
- Petrella, R. (1996). *iri.edu.ar*. Obtenido de iri.edu.ar:
http://www.iri.edu.ar/revistas/revista_dvd/revistas/R11/R11-LECT.html
- Porter, M. (2011). *babel-logistica*. Obtenido de babel-logistica: http://www.babel-logistica.com/despliegue_articulo.php?nid=11
- Rafael, J. M. (06 de 07 de 2014). *qualitytrends*. *qualitytrends*, págs.
<http://qualitytrends.squalitas.com/index.php/item/108-sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i>.
- Rafael, M. (18 de 12 de 2009). *qualitytrends*. *qualitytrends*, págs.
<http://qualitytrends.squalitas.com/index.php/item/118-sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-ii>.
- Ramón, P. J. (05 de 2006). *eclac.cl*. Obtenido de eclac.cl:
<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/6/24506/L690.pdf>
- Riquelme, M. (2011). *webyempresa*. *webyempresa*, págs.
<https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>.
- Romero, A. L. (03 de 04 de 2010). *gestiopolis*. *gestiopolis*, págs.
<https://www.gestiopolis.com/ventajas-implementar-sistemas-gestion-calidad/>.

SAMPIERI, H. (1998). *ufg. ufg.*, págs.

<http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7841/5/362.829%20-B467f-CAPITULO%20IV.pdf>.

SEREBRENİK G, R. (24 de 03 de 2010). *dinero. dinero*, págs.

<http://www.dinero.com/opinion/opinion-on-line/articulo/entornos-politicos-afectan-empresas/93078>.

Servajeán, M. (04 de 12 de 2010). *maitenaservajeán*. Obtenido de maitenaservajeán:

<http://maitenaservajeán.wordpress.com/2010/12/04/competitividad-y-desarrollo-organizacional/>

UCHA, F. (05 de 05 de 2011). *definicionabc. definicionabc*, pág.

<https://www.definicionabc.com/?s=Gesti%C3%B3n%20De%20Calidad>.

Vergara, G. (30 de marzo de 2009). *mejoratugestion*. Obtenido de mejoratugestion:

<http://mejoratugestion.com/mejora-tu-gestion/importancia-de-la-gestion-empresarial-y-profesional-en-mejora-tu-gestion/>

ANEXOS



Anexo N° 1

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CUESTIONARIO

Estimado Cliente, estoy realizando un trabajo de investigación, solicito su colaboración, respondiendo con sinceridad el presente cuestionario. La prueba es totalmente anónima. El cuestionario tiene por objetivo: Determinar las características de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018.

A continuación encontrará preguntas las cuales agradezco de antemano responda de manera honesta y responsable, marcando con una (X) en la opción que usted verdaderamente considera que es lo correcto.

VARIABLE: COMPETITIVIDAD

OE01- Identificar cuáles son las ventajas de la competitividad de las MYPEs sector servicio Gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018

1.- ¿Considera que los proveedores que tienen los restaurantes de la Av. B de Talara les proveen productos de calidad?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

2.- ¿Considera que los precios de los platos que ofertan los restaurantes de la Av. B de Talara son acorde a su economía?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

3.- ¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, están innovando platos para atraer a sus clientes?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

4.- ¿Cree usted que los administradores de los Restaurantes de la Av. B de Talara identifican que les gusta y encanta a sus clientes?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

5.- ¿Considera que es bien atendido en los restaurantes de la Av. B de Talara?

SI	()
----	--------

NO	()
----	--------

6.- ¿Considera que la infraestructura de los restaurantes es segura?

SI	()
----	--------

NO	()
----	--------

7.- ¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara utilizan insumos de calidad para la preparación de los diferentes platos de comida?

SI	()
----	--------

NO	()
----	--------

8.- ¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, utilizan estrategias de publicidad?

SI	()
----	--------

NO	()
----	--------

OE02. Determinar el tipo de competitividad de las MYPEs sector servicio Gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018

9.- ¿Ud. considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen poca competencia?

SI	()
----	--------

NO	()
----	--------

10.- ¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara cuentan con estructura formal definida?

SI	()
----	--------

NO	()
----	--------

11.- ¿Cree usted que los propietarios de los restaurantes de la Av. B de Talara invierten en fortalecer las capacidades de sus trabajadores?

SI	()
----	--------

NO	()
----	--------

12.- ¿Existe una buena gestión en los restaurantes de la Av. B de Talara?

SI	()
----	--------

NO	()
----	--------

13.- ¿Los restaurantes de la Av. B de Talara aplican tecnología digital para el suministro de servicios?

SI	()
----	--------

NO	()
----	--------

14.- ¿Considera que existe buen liderazgo en administración de los restaurantes de la Av. B de Talara?

SI	()
----	--------

NO	()
----	--------

15.- ¿Cree usted que el personal que atiende en los restaurantes de la Av. B de Talara están capacitados para atender al público?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD

OE03. Determinar la importancia de Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio Gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018

16.- ¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara maneja estándares que garantizan la calidad del producto?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

17.- ¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen establecido procedimientos para producir un plato de comida?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

18.- ¿La gestión de los restaurantes de la Av. B de Talara aplican un control adecuado para mejorar los costos de sus productos?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

19.- ¿Los productos reciclados en los restaurantes de la Av. B de Talara contribuye a la mejora de los precios de los productos?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

20.- ¿Generalmente acude a un restaurante preferido de los ubicados en la Av. B de Talara por la confianza que le brindan?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

21.- ¿Cree que los restaurantes ubicados en la Av. B de Talara tendrán larga permanencia en el mercado?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

22.- ¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara son una fuente potencial de empleo?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

23.- ¿Considera que el principal objetivo de los restaurantes de la Av. B de Talara es generar mayor utilidad?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

24.- ¿Se siente satisfecho por la calidad de los productos que le brindan en los restaurantes de la Av. B. de Talara?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

OE04. Identificar los beneficios de Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio Gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018

25.- ¿Cree usted que los restaurantes de la Av. B. de Talara planifican para brindarle una mejor atención?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

26.- ¿Cree que existe una buena organización entre gerente-empleado en los restaurantes de la Av. B. de Talara para garantizarle una buena estadía y se sienta comfortable?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

27.- ¿Cree usted que los restaurantes de la Av. B. de Talara deben innovar cada cierto tiempo la variedad de sus platos?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

28.- ¿Los restaurantes de la Av. B. de Talara presentan diferentes platos de Cebiche?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

29.- ¿Considera usted que los productos reciclados son vendidos por los restaurantes de la Av. B. de Talara?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

30.- ¿La venta de los productos reciclados les permite tener un ingreso más a los restaurantes de la Av. B de Talara?

SI	()
----	-----

NO	()
----	-----

Anexo N° 2

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote									
Escuela Profesional de Administración									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Autora: KATHERINE JULIETT MEDINA VARGAS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE: COMPETITIVIDAD								
OE 1	Identificar cuáles son las ventajas de la competitividad de las MYPEs sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018								
1	¿Considera que los proveedores que tienen los restaurantes de la Av. B de Talara les proveen productos de calidad?								
2	¿Considera que los precios de los platos que ofertan los restaurantes de la Av. B de Talara son acorde a su economía??								
3	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, están innovando platos para atraer a sus clientes?								
4	¿Cree usted que los administradores de los Restaurantes de la Av. B de Talara identifican que les gusta y encanta a sus clientes?								
5	¿Considera que es bien atendido en los restaurantes de la Av. B de Talara?								
6	¿Considera que la infraestructura de los restaurantes es segura?								

7	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara utilizan insumos de calidad para la preparación de los diferentes platos de comida?								
8	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, utilizan estrategias de publicidad?								
OE2	Determinar el tipo de competitividad de las MYPEs sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018								
9	¿Ud. considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen poca competencia?								
10	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara cuentan con estructura organizacional definida?								
11	¿Cree usted que los propietarios de los restaurantes de la Av. B de Talara invierten en fortalecer las capacidades de sus trabajadores?								
12	¿Existe capacidad de gestión en los restaurantes de la Av. B DE Talara?								
13	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara aplican tecnología para el suministro de servicios?								
14	¿Considera que existe buen liderazgo en administración de los restaurantes de la Av. B de Talara?								
15	¿El personal que atiende en los restaurantes de la Av. B de Talara están bien capacitados para atender al público?								
	VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD								
OE3	Determinar la importancia de Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018								
16	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara maneja estándares que garantizan la calidad del producto?								
17	¿Considera que los restaurantes de la Av. B								

	de Talara tienen establecido procedimientos para producir un plato de comida?								
18	¿La gestión de los restaurantes de la Av. B de Talara aplican la logística inversa para mejorar los costos de sus productos?								
19	¿Los productos reciclados en los restaurantes de la Av. B de Talara contribuye a la mejora de los precios de los productos?								
20	¿Generalmente acude a un restaurante preferido de los ubicados en la Av. B de Talara por la confianza que le brindan?								
21	¿Cree que los restaurantes ubicados en la Av. B de Talara tendrán permanencia en el mercado?								
22	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara vienen generando empleo a personas jóvenes entre 18 a 25 años								
23	¿Considera que el principal objetivo de los restaurantes de la Av. B de Talara es tener utilidad?								
24	¿Se siente satisfecho por la calidad de los productos que le brindan en los restaurantes de la Av. B. de Talara?								
OE4	Identificar los beneficios de Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018								
25	¿Cree usted que los restaurantes de la Av. B. de Talara planifican detenidamente brindarle la mejor atención?								
26	¿Cree que existe organización corporativa en los restaurantes de la Av. B. de Talara para garantizarle una buena estadía y se sienta comfortable?								
27	¿Los restaurantes de la Av. B. de Talara le presentan variedad de presentaciones de un mismo plato?								
28	¿Retomando la pregunta anterior los restaurantes de la Av. B. de Talara presentan diferentes platos de Cebiche?								

29	¿Considera usted que los productos reciclados de todo nivel son vendidos por los restaurantes de la Av. B. de Talara?								
30	¿La venta de los productos reciclados les permite tener un ingreso más a los restaurantes de la Av. B de Talara?								

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote																													
Escuela Profesional de Administración																													
ESCALA DE VALIDACIÓN DE LOS NIVELES																													
Autora		KATY MEDINA VARGAS																											
Orde n	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN																											
		¿Es pertinente con el concepto?						¿Necesita mejorar la redacción?						¿Es tendencioso asquiescente?						¿Se necesita más items para medir el concepto?									
		Expert o 1		Expert o 2		Expert o 3		TOTAL	Expert o 1		Expert o 2		Expert o 3		TOTAL	Expert o 1		Expert o 2		Expert o 3		TOTAL	Expert o 1		Expert o 2		Expert o 3		TOTAL
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	COMPETITIVIDAD																												
OE0 1	Identificar cuáles son las ventajas de la competitividad de las MYPEs sector servicio Gastronómico																												

TOTALES	30	30	28	2	90	30	30	$\frac{1}{2}$	18	90	30	30	2	28	90	30	30	30	90
Escala evaluativa																			
Escala evaluativa EXCELENTE	3																		
Escala evaluativa BUENO	2																		
Escala evaluativa DEFICIENTE	1																		
Nivel	Escala evaluativa																		
¿Es pertinente con el concepto?	2.8	Excelente																	
¿Necesita mejorar la redacción?	2.60	Excelente																	
¿Es tendencioso aquiescente?	1.8	Excelente																	
¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	3.00	Excelente																	
	10.2																		

$10.2/4 = 2.55$
 Por tanto la validación se encuentra en la escala evaluativa de excelente

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote										
Escuela Profesional de Administración										
ESCALA DE VALIDACIÓN DE LOS NIVELES										
Autora: KATY MEDINA VARGAS				¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		SUPERACIÓN DE OBSERVACIONES
Orden	Pregunta			Experto 3		Experto 3		Experto 3		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	COMPETITIVIDAD									
OE01	Identificar cuáles son las ventajas de la competitividad de las MYPEs sector servicio Gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018									
1	¿Considera que los proveedores que tienen los restaurantes de la Av. B de Talara les proveen productos de calidad?									
2	¿Considera que los precios de los platos que ofertan los restaurantes de la Av. B de Talara son acorde a su economía??					x			¿Considera que los precios de los platos que ofertan los restaurantes de la Av. B de Talara son acorde a su economía??	

3	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, están innovando platos para atraer a sus clientes?							
4	¿Cree usted que los administradores de los Restaurantes de la Av. B de Talara identifican que les gusta y encanta a sus clientes?			x				¿Cree usted que los administradores de los Restaurantes de la Av. B de Talara identifican que les gusta y encanta a sus clientes?
5	¿Considera que es bien atendido en los restaurantes de la Av. B de Talara?							
6	¿Considera que la infraestructura de los restaurantes es segura?							
7	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara utilizan insumos de calidad para la preparación de los diferentes platos de comida?							
8	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, utilizan estrategias de publicidad?							
OE02	Determinar el tipo de competitividad de las MYPEs sector servicio Gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018							
9	¿Ud. considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen poca competencia?							
10	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara cuentan con estructura organizacional definida?							
11	¿Cree usted que los propietarios de los restaurantes de							

	la Av. B de Talara invierten en fortalecer las capacidades de sus trabajadores?						
12	¿Existe capacidad de gestión en los restaurantes de la Av. B DE Talara?						
13	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara aplican tecnología para el suministro de servicios?			x			¿Los restaurantes de la Av. B de Talara aplican tecnología digital para el suministro de servicios?
14	¿Considera que existe buen liderazgo en administración de los restaurantes de la Av. B de Talara?			x			¿Considera que existe buen liderazgo en administración de los restaurantes de la Av. B de Talara?
15	¿El personal que atiende en los restaurantes de la Av. B de Talara están bien capacitados para atender al público?						
	GESTIÓN DE CALIDAD						
OE03	Determinar la importancia de Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio Gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018						
16	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara maneja estándares que garantizan la calidad del producto?						
17	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen establecido procedimientos para producir un plato de comida?						

18	¿La gestión de los restaurantes de la Av. B de Talara aplican la logística inversa para mejorar los costos de sus productos?		x			x	¿La gestión de los restaurantes de la Av. B de Talara aplican un control adecuado para mejorar los costos de sus productos?
19	¿Los productos reciclados en los restaurantes de la Av. B de Talara contribuye a la mejora de los precios de los productos?			x			¿Los productos reciclados en los restaurantes de la Av. B de Talara contribuye a la mejora de los precios de los productos?
20	¿Generalmente acude a un restaurante preferido de los ubicados en la Av. B de Talara por la confianza que le brindan?						
21	¿Cree que los restaurantes ubicados en la Av. B de Talara tendrán permanencia en el mercado?			x			¿Cree que los restaurantes ubicados en la Av. B de Talara tendrán larga permanencia en el mercado?
22	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara vienen generando empleo a personas jóvenes entre 18 a 25 años			x			¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara son una fuente potencial de empleo?
23	¿Considera que el principal objetivo de los restaurantes de la Av. B de Talara es tener utilidad?		x			x	¿Considera que el principal objetivo de los restaurantes de la Av. B de Talara es generar mayor utilidad?
24	¿Se siente satisfecho por la calidad de los productos que le brindan en los restaurantes de la Av. B. de Talara?						
OE04	Identificar los beneficios de Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio Gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018						

25	¿Cree usted que los restaurantes de la Av. B. de Talara planifican detenidamente brindarle la mejor atención?			x				¿Cree usted que los restaurantes de la Av. B. de Talara planifican para brindarle una mejor atención?
26	¿Cree que existe organización corporativa en los restaurantes de la Av. B. de Talara para garantizarle una buena estadía y se sienta confortable?			x				¿Cree que existe una buena organización entre gerente - empleado en los restaurantes de la Av. B. de Talara para garantizarle una buena estadía y se sienta confortable?
27	¿Los restaurantes de la Av. B. de Talara le presentan variedad de presentaciones de un mismo plato?							
28	¿Retomando la pregunta anterior los restaurantes de la Av. B. de Talara presentan diferentes platos de Cebiche?			x				¿Los restaurantes de la Av. B. de Talara presentan diferentes platos de cebiche?
29	¿Considera usted que los productos reciclados de todo nivel son vendidos por los restaurantes de la Av. B. de Talara?			x				¿Considera usted que los productos reciclados son vendidos por los restaurantes de la Av. B. de Talara?
30	¿La venta de los productos reciclados les permite tener un ingreso más a los restaurantes de la Av. B de Talara?			x				¿La venta de los productos reciclados les permite tener un ingreso más a los restaurantes de la Av. B de Talara?
	TOTALES		2	12		2		

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbotes																																															
Escuela Profesional de Administración																																															
LIBRO DE CÓDIGOS																																															
AUTORA: KATY MEDINA VARGAS																																															
CODIGO	COMPETITIVIDAD PREGUNTA	Medición	ENCUESTADOS																																					Sumatoria	Total						
			46	46	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82			83	84	85	86	87	88
1	¿Considera que los proveedores que tienen los restaurantes de la Av. B de Talara les proveen productos de calidad?	SI			1					1			1	1		1	1		1				1	1		1	1	1								1						1	0	16			
		NO	2	2		2	2	2	2		2	2	2	2		2		2	2	2	2	2	2							2	2		2	2	2	2		2	2	2	2		2	2	2	2	0
2	¿Considera que los precios de los platos que ofertan los restaurantes de la Av. B de Talara son acorde a su economía?	SI			1			1		1		1					1							1												1								1	0	11	
		NO	2	2		2	2		2	2		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2					2	2	2		2	2		2	2		2	2		2	2	2	2	0	33	44
3	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, están innovando platos para atraer a sus clientes?	SI	1	1	1					1	1	1	1	1		1		1		1		1							1	1	1					1	1	1	1	1		1	1	1	0	24	
		NO				2	2	2	2					2	2		2	2	2	2	2	2	2					2	2					2	2	2	2			2	2		2	2	2	0	20
4	¿Cree usted que los administradores de los Restaurantes de la Av. B de Talara identifican que les gusta y encanta a sus clientes?	SI	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1		1								1				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	28		
		NO						2			2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				2	2							2			2	2		2	2		2	2	0	16
5	¿Considera que es bien atendido en los restaurantes de la Av. B de Talara?	SI	1		1	1	1			1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1						1		1	1	1	1				1		1		1		1	0	20		
		NO		2				2	2	2	2	2		2		2		2	2	2	2	2	2				2			2					2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	24	44
6	¿Considera que la infraestructura de los restaurantes es segura ?	SI	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	34		
		NO				2	2			2	2		2	2		2								2	2									2	2			2	2		2	2	2	2	0	10	44
7	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara utilizan insumos de calidad para la preparación de los diferentes platos de comida?	SI	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	26		
		NO		2	2	2			2	2		2	2		2	2		2	2											2	2					2	2		2	2		2	2	2	0	18	44
8	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, utilizan estrategias de publicidad?	SI	1	1	1	1	1				1				1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	20		
		NO					2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	24	44
9	¿Ud. considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen poca competencia?	SI	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	27		
		NO					2	2	2	2	2	2		2	2		2	2					2	2				2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	17	44	
10	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara cuentan con estructura formal definida?	SI	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	21			
		NO			2			2	2	2	2		2				2							2	2				2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	23	44		
11	¿Cree usted que los propietarios de los restaurantes de la Av. B de Talara invierten en fortalecer las capacidades de sus trabajadores?	SI				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	21			
		NO	2	2	2	2	2			2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	23	44		
12	¿Existe capacidad de gestión en los restaurantes de la Av. B DE Talara?	SI			1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	20			
		NO	2	2	2		2	2		2	2		2				2	2									2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	24	44	
13	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara aplican tecnología para el suministro de servicios?	SI			1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	30			
		NO	2	2	2		2	2		2	2				2					2							2	2							2			2			2		0	14	44		
14	¿Considera que existe buen liderazgo en administración de los restaurantes de la Av. B de Talara?	SI	1				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	29			
		NO	2	2	2	2			2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	15	44		
15	¿Cree usted que el personal que atiende en los restaurantes de la Av. B de Talara están capacitados para atender al público?	SI	1				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	15			
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	29	44		

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbotes								
Escuela Profesional de Administración								
RESUMEN DE LIBRO DE CÓDIGOS VARIABLE COMPETITIVIDAD								
AUTORA: KATY MEDINA VARGAS								
COMPETITIVIDAD								
CODIGO	PREGUNTA	Medición	Consolidando				Porcentajes	
			01 al 45	46 al 89	Sumas	Total	Parcial%	Total%
1	¿Considera que los proveedores que tienen los restaurantes de la Av. B de Talara les proveen productos de calidad?	SI	20	16	36		40%	
		NO	25	28	53	89	60%	100%
2	¿Considera que los precios de los platos que ofertan los restaurantes de la Av. B de Talara son acorde a su economía?	SI	24	11	35		39%	
		NO	21	33	54	89	61%	100%
3	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, están innovando platos para atraer a sus clientes?	SI	33	24	57		64%	
		NO	12	20	32	89	36%	100%
4	¿Cree usted que los administradores de los Restaurantes de la Av. B de Talara identifican que les gusta y encanta a sus clientes?	SI	34	28	62		70%	
		NO	11	16	27	89	30%	100%
5	¿Considera que es bien atendido en los restaurantes de la Av. B de Talara?	SI	27	20	47		53%	
		NO	18	24	42	89	47%	100%
6	¿Considera que la infraestructura de los restaurantes es segura ?	SI	26	34	60		67%	
		NO	19	10	29	89	33%	100%
7	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara utilizan insumos de calidad para la preparación de los diferentes platos de comida?	SI	16	26	42		47%	
		NO	29	18	47	89	53%	100%
8	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, utilizan estrategias de publicidad?	SI	25	20	45		51%	
		NO	20	24	44	89	49%	100%
9	¿Ud. considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen poca competencia?	SI	29	27	56		63%	
		NO	16	17	33	89	37%	100%
10	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara cuentan con estructura formal definida?	SI	14	21	35		39%	
		NO	31	23	54	89	61%	100%
11	¿Cree usted que los propietarios de los restaurantes de la Av. B de Talara invierten en fortalecer las capacidades de sus trabajadores?	SI	23	21	44		49%	
		NO	22	23	45	89	51%	100%
12	¿Existe capacidad de gestión en los restaurantes de la Av. B DE Talara?	SI	17	20	37		42%	
		NO	28	24	52	89	58%	100%
13	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara aplican tecnología para el suministro de servicios?	SI	35	30	65		73%	
		NO	10	14	24	89	27%	100%
14	¿Considera que existe buen liderazgo en administración de los restaurantes de la Av. B de Talara?	SI	32	29	61		69%	
		NO	13	15	28	89	31%	100%
15	¿Cree usted qué el personal que atiende en los restaurantes de la Av. B de Talara están capacitados para atender al público?	SI	24	15	39		44%	
		NO	21	29	50	89	56%	100%

LIBRO DE CÓDIGOS

AUTORA: KATY MEDINA VARGAS

CODIGO	PREGUNTA	Medición	ENCUESTADOS																																				Sumatoria	Total											
			46	46	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81			82	83	84	85	86	87	88	89	0		
16	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara maneja estandares que garantizan la calidad del producto?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	24					
		NO																																															0	20	44
17	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen establecido procedimientos para producir un plato de comida?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	30			
		NO				2	2										2	2	2	2	2	2																													0
18	¿La gestión de los restaurantes de la Av. B de Talara aplican un control adecuado para mejorar los costos de sus productos?	SI		1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	22		
		NO	2		2	2						2	2																																					0	22
19	¿Los productos reciclados en los restaurantes de la Av. B de Talara contribuye a la mejora de los precios de los productos?	SI	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	20			
		NO		2		2						2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	24
20	¿Generalmente acude a un restaurante preferido de los ubicados en la Av. B de Talara por la confianza que le brindan?	SI	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	19			
		NO		2																																														2	25
21	¿Cree que los restaurantes ubicados en la Av. B de Talara tendrán larga permanencia en el mercado?	SI			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	27		
		NO	2	2			2																																												0
22	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara son una fuente potencial de empleo	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	29		
		NO					2	2																																											0
23	¿Considera que el principal objetivo de los restaurantes de la Av. B de Talara es generar mayor utilidad?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	25		
		NO				2	2	2																																											0
24	¿Se siente satisfecho por la calidad de los productos que le brindan en los restaurantes de la Av. B. de Talara?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	22		
		NO																																																	0
25	¿Cree usted que los restaurantes de la Av. B. de Talara planifican para brindarle una mejor atención?	SI	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	20		
		NO		2				2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	24
26	¿Cree que existe una buena organización entre gerente - empleado en los restaurantes de la Av. B. de Talara para garantizarle una buena estadia y se sienta confortable?	SI	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	28		
		NO					2	2																																										0	16
27	¿Cree usted qué los restaurantes de la Av. B. de Talara deben innovar cada cierto tiempo la variedad de sus platos?	SI	1				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	21		
		NO		2	2	2																																													0
28	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara presentan diferentes platos de cebiche?	SI				1			1			1			1			1			1			1			1			1			1			1			1			1			1		0	21			
		NO	2	2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2	0	23	44	
29	¿Considera usted que los productos reciclados son vendidos por los restaurantes de la Av. B. de Talara?	SI	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	31			
		NO		2																																														0	13
30	¿La venta de los productos reciclados les permite tener un ingreso más a los restaurantes de la Av. B de Talara?	SI	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	28			
		NO			2	2																																												0	16

RESUMEN DE LIBRO DE CÓDIGOS VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

AUTORA: KATY MEDINA VARGAS

GESTIÓN DE CALIDAD		Consolidando					Porcentajes	
CODIGO	PREGUNTA	Medición	01 al 45	46 al 89	Sumas	Total	Parcial%	Total%
16	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara maneja estandares que garantizan la calidad del producto?	SI	27	24	51		57%	
		NO	18	20	38	89	43%	100%
17	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen establecido procedimientos para producir un plato de comida?	SI	26	30	56		63%	
		NO	19	14	33	89	37%	100%
18	¿La gestión de los restaurantes de la Av. B de Talara aplican un control adecuado para mejorar los costos de sus productos?	SI	25	22	47		53%	
		NO	20	22	42	89	47%	100%
19	¿Los productos reciclados en los restaurantes de la Av. B de Talara contribuye a la mejora de los precios de los productos?	SI	21	20	41		46%	
		NO	24	24	48	89	54%	100%
20	¿Generalmente acude a un restaurante preferido de los ubicados en la Av. B de Talara por la confianza que le brindan?	SI	31	19	50		56%	
		NO	14	25	39	89	44%	100%
21	¿Cree que los restaurantes ubicados en la Av. B de Talara tendrán larga permanencia en el mercado?	SI	18	27	45		51%	
		NO	27	17	44	89	49%	100%
22	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara son una fuente potencial de empleo?	SI	24	29	53		60%	
		NO	21	15	36	89	40%	100%
23	¿Considera que el principal objetivo de los restaurantes de la Av. B de Talara es generar mayor utilidad?	SI	20	25	45		51%	
		NO	25	19	44	89	49%	100%
24	¿Se siente satisfecho por la calidad de los productos que le brindan en los restaurantes de la Av. B. de Talara?	SI	24	22	46		52%	
		NO	21	22	43	89	48%	100%
25	¿Cree usted que los restaurantes de la Av. B. de Talara planifican para brindarle una mejor atención?	SI	28	20	48		54%	
		NO	17	24	41	89	46%	100%
26	¿Cree que existe una buena organización entre gerente - empleado en los restaurantes de la Av. B. de Talara para garantizarle una buena estadia y se sienta comfortable?	SI	34	28	62		70%	
		NO	11	16	27	89	30%	100%
27	¿Cree usted que los restaurantes de la Av. B. de Talara deben innovar cada cierto tiempo la variedad de sus platos?	SI	26	21	47		53%	
		NO	19	23	42	89	47%	100%
28	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara presentan diferentes platos de cebiche?	SI	28	21	49		55%	
		NO	17	23	40	89	45%	100%
29	¿Considera usted que los productos reciclados son vendidos por los restaurantes de la Av. B. de Talara?	SI	25	31	56		63%	
		NO	20	13	33	89	37%	100%
30	¿La venta de los productos reciclados les permite tener un ingreso más a los restaurantes de la Av. B de Talara?	SI	26	28	54		61%	
		NO	19	16	35	89	39%	100%

FOTOS

Restaurante: Cabo Blanco



Restaurante: Punta Pariñas



Restaurante: Mi Rubia



RESULTADO DEL TURNITIN

AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOR	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/> Rosmery Chumacero Ho...	CHUMACERO HOLGUIN ROSMERY	0%				902632689	14-ene.-2018
<input type="checkbox"/> Jean Rivas Jean Riva...	jean rivas	0%				932141040	18-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Katherine Cordova Ka...	katherine cordova	0%				931817115	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Leslie Garrido Lesli...	leslie garrido	0%				931816862	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Medina Vargas Medina...	medina vargas	0%				931793835	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Gladys Martinez More...	gladys martinez more	4%				931817291	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Martin Silva	martin silva zatan	5%				931813872	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Yahaira Bances Bance...	yahaira bances	8%				931793245	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Cruz Maria Cordova C...	cruz maria cordova	10%				932932944	19-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Eliana Pilar Orihuel...	ELIANA PILAR ORIHUELA APONTE	10%				932913345	19-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Karla Aldana Huaman ...	karla aldana huaman	10%				931968782	18-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Isolina Ramirez Isol...	isolina ramirez	11%				932912072	19-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Isabel Jimenez River...	isabel jimenez rivera	12%				931968974	18-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Flor Correa	flor correa	13%				931813589	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Mayra Gomez Moran	GOMEZ MORAN	13%				901843230	11-ene.-2018
<input type="checkbox"/> Edith Sandra Palomin...	edith sandra palomino cambi	14%				931969237	18-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Karina Saba Chulle K...	karina saba chulle	45%				934656638	22-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Karina Saba Chulle5 ...	karina saba chulle5	45%				935083048	23-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Karina Saba Chulle K...	karina saba chulle	46%				934425260	22-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Carmen Cecilia Suárez...	CARMEN CECILIA SUÁREZ HERRERA2	58%				935081255	23-mar.-2018
<input type="checkbox"/> Carmen Cecilia Suárez...	CARMEN CECILIA SUÁREZ HERRERA	59%				934657003	22-mar.-2018

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Manuel Gerardo Memo Hinojosa, identificado con DNI 02659237, Magister en Ciencias Políticas y Económicas en Administración por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante **Br. KATHERINE JULIETT MEDINA VARGAS**, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestral) seleccionada para el trabajo de investigación:

CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPES SECTOR SERVICIO GASTRONOMICO RUBRO RESTAURANTES COMIDA MARINA, TALARA, AÑO 2018, que se encuentra realizando.

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

Piura, 16 de Febrero del 2018


Mg. Lic. Adm. Manuel G. Memo Hinojosa
CLAD 05862

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbotes									
Escuela Profesional de Administración									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Autora: KATHERINE JULIETT MEDINA VARGAS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso asquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
VARIABLE: COMPETITIVIDAD									
OE 1	Identificar cuáles son las ventajas de la competitividad de las MYPES sector servicio Gastronomico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018								
1	¿Considera que los proveedores que tienen los restaurantes de la Av. B de Talara les proveen productos de calidad?	X			X		X		X
2	¿Considera que los precios de los platos que ofertan los restaurantes de la Av. B de Talara son acorde a su economía??	X			X		X		X
3	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, están innovando platos para atraer a sus clientes?	X			X		X		X
4	¿Cree usted que los administradores de los Restaurantes de la Av. B de Talara identifican que les gusta y encanta a sus clientes?	X			X		X		X
5	¿Considera que es bien atendido en los restaurantes de la Av. B de Talara?	X			X		X		X
6	¿Considera que la infraestructura de los restaurantes es segura ?	X			X		X		X
7	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara utilizan insumos de calidad para la preparación de los diferentes platos de comida?	X			X		X		X
8	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, utilizan estrategias de publicidad?	X			X		X		X
OE 2	Determinar el tipo de competitividad de las MYPES sector servicio Gastronomico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018								
9	¿Ud. considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen poca competencia?	X			X		X		X
10	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara cuentan con estructura organizacional definida?	X			X		X		X
11	¿Cree usted que los propietarios de los restaurantes de la Av. B de Talara invierten en fortalecer las capacidades de sus trabajadores?	X			X		X		X
12	¿Existe capacidad de gestión en los restaurantes de la Av. B DE Talara?	X			X		X		X
13	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara aplican tecnología para el suministro de servicios?	X			X		X		X


 Mtro. Lic. Adm. Manuel G. Alanís Hinojosa

14	¿Considera que existe buen liderazgo en administración de los restaurantes de la Av. B de Talara?	X			X		X		X
15	¿El personal que atiende en los restaurantes de la Av. B de Talara están bien capacitados para atender al público?	X			X		X		X
	VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD	X							
OE3	Determinar la importancia de Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio Gastronomico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018								
16	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara maneja estandares que garantizan la calidad del producto?	X			X		X		X
17	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen establecido procedimientos para producir un plato de comida?	X			X		X		X
18	¿La gestión de los restaurantes de la Av. B de Talara aplican la logistica inversa para mejorar los costos de sus productos?	X			X		X		X
19	¿Los productos reciclados en los restaurantes de la Av. B de Talara contribuye a la mejoiira de los precios de los productos?	X			X		X		X
20	¿Generalmente acude a un restaurante preferido de los ubicados en la Av. B de Talara por la confianza que le brindan?	X			X		X		X
21	¿Cree que los restaurantes ubicados en la Av. B de Talara tendrán permanencia en el mercado?	X			X		X		X
22	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara vienen generando empleo a personas jóvenes entre 18 a 25 años	X			X		X		X
23	¿Considera que el principal objetivo de los restaurantes de la Av. B de Talara es tener utilidad?	X			X		X		X
24	¿Se siente satisfecho por la calidad de los productos que le brindan en los restaurantes de la Av. B. de Talara?	X			X		X		X
OE4	Identificar los beneficios de Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio Gastronomico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018								
25	¿Cree usted que los restaurantes de la Av. B. de Talara planifican detenidamente brindarle la mejor atención?	X			X		X		X
26	¿Cree que existe organización corporativa en los restaurantes de la Av. B. de Talara para garantizarle una buena estadáa y se sienta confortable?	X			X		X		X
27	¿Los restaurantes de la Av. B. de Talara le presentan variedad de presentaciones de un mismo plato?	X			X		X		X
28	¿Retomando la pregunta anterior los restaurantes de la Av. B. de Talara presentan diferentes platos de Cebiche?	X			X		X		X
29	¿Considera usted que los productos reciclados de todo nivel son vendidos por los restaurantes de la Av. B. de Talara?	X			X		X		X
30	¿La venta de los productos reciclados les permite tener un ingreso más a los restaurantes de la Av. B de Talara?	X			X		X		X


 Mdo. Lic. Adm. Manuel R. Pizarro Hernández

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Fernando Suárez Carrasco, identificado con DNI 02616283, Magister en Administración. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante. **Br. KATHERINE JULIETT MEDINA VARGAS**, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestral) seleccionada para el trabajo de investigación:

CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPES SECTOR SERVICIO GASTRONOMICO RUBRO RESTAURANTES COMIDA MARINA, TALARA, AÑO 2018, que se encuentra realizando.

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

Piura, 15 de Febrero 2018


Ltn. Fernando Suárez Carrasco Dr.
CIAD: 05461

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbotes

Escuela Profesional de Administración

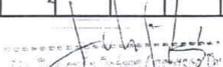
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Autora: KATHERINE JULIETT MEDINA VARGAS

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso asquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
VARIABLE: COMPETITIVIDAD									
OE 1	Identificar cuáles son las ventajas de la competitividad de las MYPEs sector servicio Gastronomico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018								
1	¿Considera que los proveedores que tienen los restaurantes de la Av. B de Talara les proveen productos de calidad?	X			X		X		X
2	¿Considera que los precios de los platos que ofertan los restaurantes de la Av. B de Talara son acorde a su economía??	X		X			X		X
3	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, están innovando platos para atraer a sus clientes?	X			X		X		X
4	¿Cree usted que los administradores de los Restaurantes de la Av. B de Talara identifican que les gusta y encanta a sus clientes?	X		X			X		X
5	¿Considera que es bien atendido en los restaurantes de la Av. B de Talara?	X			X		X		X
6	¿Considera que la infraestructura de los restaurantes es segura ?	X			X		X		X
7	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara utilizan insumos de calidad para la preparación de los diferentes platos de comida?	X			X		X		X
8	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, utilizan estrategias de publicidad?	X			X		X		X
OE2	Determinar el tipo de competitividad de las MYPEs sector servicio Gastronomico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018								
9	¿Ud. considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen poca competencia?	X			X		X		X
10	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara cuentan con estructura organizacional definida?	X			X		X		X
11	¿Cree usted que los propietarios de los restaurantes de la Av. B de Talara invierten en fortalecer las capacidades de sus trabajadores?	X			X		X		X
12	¿Existe capacidad de gestión en los restaurantes de la Av. B DE Talara?	X			X		X		X
13	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara aplican tecnología para el suministro de servicios?	X		X			X		X

Katherine Juliett Medina Vargas

14	¿Considera que existe buen liderazgo en administración de los restaurantes de la Av. B de Talara?	X		X			X		X
15	¿El personal que atiende en los restaurantes de la Av. B de Talara están bien capacitados para atender al público?	X			X		X		X
VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD									
OE3 Determinar la importancia de Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio Gastronomico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018									
16	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara maneja estandares que garantizan la calidad del producto?	X			X		X		X
17	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen establecido procedimientos para producir un plato de comida?	X							
18	¿La gestión de los restaurantes de la Av. B de Talara aplican la logistica inversa para mejorar los costos de sus productos?		X				X		
19	¿Los productos reciclados en los restaurantes de la Av. B de Talara contribuye a la mejoira de los precios de los productos?	X		X			X		X
20	¿Generalmente acude a un restaurante preferido de los ubicados en la Av. B de Talara por la confianza que le brindan?	X			X		X		X
21	¿Cree que los restaurantes ubicados en la Av. B de Talara tendrán permanencia en el mercado?	X		X			X		X
22	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara vienen generando empleo a personas jóvenes entre 18 a 25 años	X		X			X		X
23	¿Considera que el principal objetivo de los restaurantes de la Av. B de Talara es tener utilidad?		X				X		
24	¿Se siente satisfecho por la calidad de los productos que le brindan en los restaurantes de la Av. B. de Talara?	X			X		X		X
OE4 Identificar los beneficios de Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio Gastronomico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018									
25	¿Cree usted que los restaurantes de la Av. B. de Talara planifican detenidamente brindarle la mejor atención?	X		X			X		X
26	¿Cree que existe organización corporativa en los restaurantes de la Av. B. de Talara para garantizarle una buena estadáa y se sienta confortable?	X		X			X		X
27	¿Los restaurantes de la Av. B. de Talara le presentan variedad de presentaciones de un mismo plato?	X			X		X		X
28	¿Retomando la pregunta anterior los restaurantes de la Av. B. de Talara presentan diferentes platos de Cebiche?	X		X			X		X
29	¿Considera usted que los productos reciclados de todo nivel son vendidos por los restaurantes de la Av. B. de Talara?	X		X			X		X
30	¿La venta de los productos reciclados les permite tener un ingreso más a los restaurantes de la Av. B de Talara?	X		X			X		X



 Fecha: _____

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

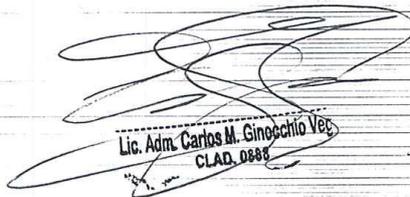
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Carlos Maura Ginoechio Vega, identificado con DNI
02867433, Magister en DL. J. D. N. C. E. A. D. Por medio de la
presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de
recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante. **Br. KATHERINE
JULIETT MEDINA VARGAS**, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población
(muestral) seleccionada para el trabajo de investigación:

**CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD DE
LAS MYPES SECTOR SERVICIO GASTRONOMICO-RUBRO RESTAURANTES
COMIDA MARINA, TALARA, AÑO 2018**, que se encuentra realizando.

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

Piura, 16 FEB.....2018


Lic. Adm. Carlos M. Ginoechio Vega
CLAD. 0888

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbotes									
Escuela Profesional de Administración									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Autora: KATHERINE JULIETT MEDINA VARGAS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso asquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE: COMPETITIVIDAD								
OE 1	Identificar cuáles son las ventajas de la competitividad de las MYPEs sector servicio Gastronomico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018								
1	¿Considera que los proveedores que tienen los restaurantes de la Av. B. de Talara les proveen productos de calidad?	/			/			/	/
2	¿Considera que los precios de los platos que ofertan los restaurantes de la Av. B. de Talara son acorde a su economía??	/			/			/	/
3	¿Los restaurantes de la Av. B. de Talara, están innovando platos para atraer a sus clientes?	/			/			/	/
4	¿Cree usted que los administradores de los Restaurantes de la Av. B de Talara identifican que les gusta y encanta a sus clientes?	/			/			/	/
5	¿Considera que es bien atendido en los restaurantes de la Av. B de Talara?	/			/			/	/
6	¿Considera que la infraestructura de los restaurantes es segura ?	/			/			/	/
7	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara utilizan insumos de calidad para la preparación de los diferentes platos de comida?	/			/			/	/
8	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara, utilizan estrategias de publicidad?	/			/			/	/
OE 2	Determinar el tipo de competitividad de las MYPEs sector servicio Gastronomico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018								
9	¿Ud. considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen poca competencia?	/			/			/	/
10	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara cuentan con estructura organizacional definida?	/			/			/	/
11	¿Cree usted que los propietarios de los restaurantes de la Av. B de Talara invierten en fortalecer las capacidades de sus trabajadores?	/			/			/	/
12	¿Existe capacidad de gestión en los restaurantes de la Av. B DE Talara?	/			/			/	/
13	¿Los restaurantes de la Av. B de Talara aplican tecnología para el suministro de servicios?	/			/			/	/

Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Vega
CLAD-0888

14	¿Considera que existe buen liderazgo en administración de los restaurantes de la Av. B de Talara?	/	/	/	/	/
15	¿El personal que atiende en los restaurantes de la Av. B de Talara están bien capacitados para atender al público?	/	/	/	/	/
VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD		/	/	/	/	/
OE3	Determinar la importancia de Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio Gastronomico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018					
16	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara maneja estandares que garantizan la calidad del producto?	/	/	/	/	/
17	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara tienen establecido procedimientos para producir un plato de comida?	/	/	/	/	/
18	¿La gestión de los restaurantes de la Av. B de Talara aplican la logistica inversa para mejorar los costos de sus productos?	/	/	/	/	/
19	¿Los productos reciclados en los restaurantes de la Av. B de Talara contribuye a la mejoiara de los precios de los productos?	/	/	/	/	/
20	¿Generalmente acude a un restaurante preferido de los ubicados en la Av. B de Talara por la confianza que le brindan?	/	/	/	/	/
21	¿Cree que los restaurantes ubicados en la Av. B de Talara tendrán permanencia en el mercado?	/	/	/	/	/
22	¿Considera que los restaurantes de la Av. B de Talara vienen generando empleo a personas jóvenes entre 18 a 25 años	/	/	/	/	/
23	¿Considera que el principal objetivo de los restaurantes de la Av. B de Talara es tener utilidad?	/	/	/	/	/
24	¿Se siente satisfecho por la calidad de los productos que le brindan en los restaurantes de la Av. B. de Talara?	/	/	/	/	/
OE4	Identificar los beneficios de Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio Gastronomico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018					
25	¿Cree usted que los restaurantes de la Av. B. de Talara planifican detenidamente brindarle la mejor atención?	/	/	/	/	/
26	¿Cree que existe organización corporativa en los restaurantes de la Av. B. de Talara para garantizarle una buena estadáa y se sienta confortable?	/	/	/	/	/
27	¿Los restaurantes de la Av. B. de Talara le presentan variedad de presentaciones de un mismo plato?	/	/	/	/	/
28	¿Retomando la pregunta anterior los restaurantes de la Av. B. de Talara presentan diferentes platos de Cebiche?	/	/	/	/	/
29	¿Considera usted que los productos reciclados de todo nivel son vendidos por los restaurantes de la Av. B. de Talara?	/	/	/	/	/
30	¿La venta de los productos reciclados les permite tener un ingreso más a los restaurantes de la Av. B de Talara?	/	/	/	/	/

Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Veg
CLAD. 0888

