



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**COMPETITIVIDAD Y CALIDAD DEL SERVICIO EN  
LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE LA CIUDAD  
DE PAITA, AÑO 2018**

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

**AUTORA:**

**DINA CRIS MENDOZA AVILA**

**ASESORA:**

**DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA – PERÚ**

**2018**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**COMPETITIVIDAD Y CALIDAD DEL SERVICIO EN  
LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE LA CIUDAD  
DE PAITA, AÑO 2018**

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

**AUTORA:**

**DINA CRIS MENDOZA AVILA**

**ASESORA:**

**DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA – PERÚ**

**2018**

## **FIRMA DEL JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

**Presidente**

Mgtr. Víctor Helio Patiño Niño

**Secretario**

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

**Miembro**

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

**Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

A los empresarios del rubro restaurantes de la ciudad de Paita

## **DEDICATORIA**

A Dios y a mis queridos padres

## RESUMEN

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

**Palabras clave:** Competitividad, Calidad del servicio, MYPE.

## **ABSTRACT**

The present research entitled "Competitiveness and quality of service in the MYPE sector restaurants of the city of Paita, year 2018" established as objective to identify the characteristics of competitiveness and quality of service in the MYPE of restaurants in the city of Paita, year 2018, the methodology of descriptive type of quantitative level was used, non-experimental design, cross section, being grouped the results according to the study objective. It was found that 90% say that the restaurant workers perform their functions successfully, 87.5% say that the activities carried out in the restaurant reflect order and organization, 91.54% of the MSEs manage an adequate time to attend to their needs. Customers, 81.20% of the Mses Show a timely interest in helping to resolve the doubts of the customers, 100% of the clients state that in their appetizers the cleanliness is reflected, 94% affirm that the treatment and the attention given to them they would return to the restaurant. What determines that the MYPE restaurants in the city of Paita are immersed in the competitive world of the market in which they have positioned themselves, counting on a good quality of service that should continue to be developed to provide a better service to the clients.

**Keywords:** Competitiveness, Quality of service, MSE

## CONTENIDO

<b>FIRMA DEL JURADO EVALUADOR Y ASESOR .....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>v</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>CONTENIDO.....</b>	<b>viii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1. Antecedentes.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.1. Variable competitividad .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.2. Variable Calidad del Servicio.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2. Marco teórico.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.1. Competitividad .....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.1.1. Competitividad empresarial.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.1.2. Características de la empresa competitiva.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.1.3. Elementos de la competitividad .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.1.4. Estrategias competitivas factor clave para el desarrollo de la</b> <b>            empresa.....</b>	<b>29</b>
<b>2.2.1.5. Nivel de efectividad .....</b>	<b>31</b>
<b>2.2.2. Calidad del Servicio .....</b>	<b>32</b>
<b>2.2.2.1. Calidad de materiales .....</b>	<b>33</b>



2.2.2.2.	<b>Importancia de la calidad del servicio al cliente.....</b>	34
2.2.2.3.	<b>Características del servicio de calidad .....</b>	35
2.2.2.4.	<b>Principios de la Atención al Cliente.....</b>	38
2.2.2.5.	<b>Beneficios de atender mejor al cliente .....</b>	39
<b>III.</b>	<b>HIPOTESIS.....</b>	40
<b>IV.</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	40
4.1.	<b>Diseño de la investigación.....</b>	40
4.1.1.	<b>Tipo de investigación.....</b>	40
4.1.2.	<b>Nivel de la investigación.....</b>	41
4.1.3.	<b>Diseño de la investigación.....</b>	41
4.2.	<b>Población y Muestra.....</b>	42
4.3.	<b>Definición y operacionalización de variables e indicadores.....</b>	44
4.4.	<b>Técnicas e instrumentos.....</b>	45
4.5.	<b>Plan de análisis.....</b>	46
4.6.	<b>Matriz de consistencia.....</b>	47
4.7.	<b>Principios éticos.....</b>	49
<b>V.</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	50
5.1.	<b>Resultados.....</b>	50
5.2.	<b>Análisis de resultados.....</b>	59
<b>VI.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	94
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	96

<b>ANEXOS</b> .....	98
<b>CONFIABILIDAD</b> .....	99
<b>ENCUESTA PARA LOS CLIENTES DEL RESTAURANTE</b> .....	134
<b>CROQUIS DE LA UBICACIÓN DE LAS MYPE BAJO ESTUDIO</b> .....	137
<b>MATRIZ DE INDICADORES Y PREGUNTAS</b> .....	138
<b>LIBRO DE CÓDIGOS</b> .....	141
<b>EVIDENCIA DEL TURNITIN</b> .....	152

## TABLA DE CONTENIDOS

5.1.1. Variable Competitividad.....	50
Tabla 5.1: Capacidad de las instalaciones.....	50
Tabla 5.2: Organización y Orden.....	50
Tabla 5.3: Planificación del tiempo.....	50
Tabla 5.4: Concurrencia de clientes.....	51
Tabla 5.5: De acorde a la decoración.....	51
Tabla 5.6: Infraestructural.....	51
Tabla 5.7: Recomendación del restaurante.....	51
Tabla 5.8: Tiempo oportuno.....	52
Tabla 5.9: Desarrollo de actividades.....	52
Tabla 5.10: Desempeño de Funciones.....	52
Tabla 5.11: Pedidos especiales.....	52
Tabla 5.12: Comunicación Cliente Trabajador.....	53
Tabla 5.13: Disponibilidad de tecnología.....	53
Tabla 5.14: Facilidad en el medio de Pago.....	53
Tabla 5.15: Video vigilancia.....	53
Tabla 5.16: Tiempo de espera.....	54
Tabla 5.17: Aperitivos Únicos.....	54
Tabla 5.18: Clima colaborativo.....	54
Tabla 5.19: Trato y atención.....	54
5.1.2. Variable Calidad del Servicio.....	55
Tabla 5.1: Insumos Frescos.....	55

Tabla 5.2: Salubridad.....	55
Tabla 5.3: Pulcritud de utensilios.....	55
Tabla 5.4: Adecuada cocción.....	55
Tabla 5.5: Aperitivos correctos.....	56
Tabla 5.6: Optimas condiciones.....	56
Tabla 5.7: Limpieza del restaurante.....	56
Tabla 5.8: Cuenta y Facturación.....	56
Tabla 5.9: Limpieza de los SS.HH.....	57
Tabla 5.10: Certificado de salubridad.....	57
Tabla 5.11: Vestimenta.....	57
Tabla 5.12: Nuevos Aperitivos.....	57
Tabla 5.13: Aperitivos.....	58
Tabla 5.14: Atención.....	58
Tabla 5.15: Atención Oportuna.....	58
Tabla 5.16: Servicio Oportuno.....	58

## **I. INTRODUCCIÓN**

La presente investigación titulada “Competitividad y Calidad del servicio en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018”, proviene de la línea de investigación “caracterización del financiamiento, capacitación, competitividad y rentabilidad de las MYPE” línea que es asignada por la Escuela de Administración de “ULADECH – PIURA” comprendiendo el campo disciplinar Promoción de la MYPE y se vincula con las variables competitividad y gestión de calidad que se utilizaran en esta investigación. La estructura de la investigación consta de VI capítulos, en donde en el capítulo I se encuentra la introducción, en el capítulo II la revisión de la literatura, capítulo III hipótesis, capítulo IV metodología, capítulo V resultados y capítulo VI conclusiones.

Es importante conocer el rol que las MYPE en el Perú realizan, debido a que estas contribuyen a promover el desarrollo basado en las actividades que realizan y en la constante inserción en los mercados en donde logran tener participación, generando miles de oportunidades de los puestos de trabajo en todo el país, el rubro de restaurantes ocupa uno de los primeros lugares en el sector de servicios, debido a la gran demanda que ha obtenido el sector gastronómico en los últimos años contribuyendo así a la generación de 330 mil empleos en todo el país, constituyendo el 15 % del Producto Bruto Interno durante el año 2012, generando que los consumidores sean más exigentes en cuanto al producto que eligen, llevando a las empresas a seleccionar de manera muy rigurosa los materiales a emplear en la elaboración de los productos que ofrecen y en la atención que brindan a los clientes al momento que estos adquieren los productos.

Las MYPE están siendo influenciadas por factores del ambiente que según Chapman (2008) se clasifican en factores externos e internos. Entre los factores externos se encuentra el factor político legal la Ley N° 30056 de las micro y pequeñas empresas, las que se podrán constituir en 72 horas, permitiendo que estas se formalicen y se constituyan, la norma antes mencionada permitirá que las MYPE sean exoneradas de aportar la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), gratificaciones, asignación familiar, participación en las utilidades y póliza de seguro de vida (Régimen Laboral Especial), estas formalidades ayudan a que la empresa pueda funcionar correctamente y que su gestión no se vea afectada ni impedida por temas de legalidad, siendo una empresa menos dentro de la informalidad empresarial, ya que, según COFIDE (2014), del total de MYPE registradas en la región Piura el 96 % son informales viéndose limitadas en el transcurso del ejercicio de sus actividades además de no poder ser beneficiados por los aspectos que la norma establece, debido a desconocer la existencia de la misma.

El sector financiero ha acompañado al crecimiento de Piura en los últimos años. El grado de profundización financiera, medido por el ratio Crédito/VAB (Crédito/Valor Agregado Bruto), creció de 11,2 % en el 2003 a 21,5 % en el 2012 y el número de oficinas se incrementó casi ocho veces entre el 2003 y el 2013. Los empresarios pueden acceder a pequeños préstamos por parte de algunas entidades financieras, las mismas que son onerosos en el cobro de los intereses, de tal manera que la deuda total de créditos para las MYPE creció en 8.1 % y el número de créditos otorgados alcanzó un aumento de 13.4 % en los últimos doce meses a nivel nacional, el rango de deudas de las micro y pequeñas empresas que más ha crecido en febrero del presente año son aquellas que van hasta los S/. 10,000, según información de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).

Según SBS, el rango de deudas que va hasta los S/. 10,000 representa el 73.1 % del total de deudas que se han registrado al cierre del segundo mes del 2015 y que van hasta los S/. 500,000, el rango de deuda que va hasta los S/. 10,000 ha experimentado un crecimiento de 14.7 % en número de créditos otorgados y 14.5 % en volumen de la deuda. Los empresarios del rubro restaurantes pueden considerar los diversos préstamos que las entidades financieras ofrecen a las MYPE esto debido al crecimiento económico que la región ha tenido en estos últimos años, lo cual se ha visto reflejado en un estilo de vida cada vez más acelerada, con una mayor demanda de los clientes, y una exigencia mayor hacia los proveedores de productos o servicios. Siendo las principales fuentes de ingreso que tiene la región Piura.

En la industria manufacturera el sector que mayor peso tiene, con 15,7 % del total de los ingresos de la región, destacándose también el comercio como la segunda actividad en orden de importancia, con una participación del 14,1 % en el VAB departamental. La tasa de crecimiento económico promedio anual en el período 2008-2013 fue del 5,8 %. El aporte de Piura al Valor Agregado Bruto (VAB) nacional, es del 4,3 % según (INEI, 2013), de otro lado, la Población Económicamente Activa (PEA) en 2012 fue de 898,3 mil personas; cabe señalar que, de la PEA ocupada, el 31,0 % pertenece al sector primario (agricultura, pesca y minería) y el 26,7 % al sector de servicios.

En el espacio geográfico se tiene que la zona de Paita tiene una extensión territorial la ciudad de 3.3 Km<sup>2</sup>, con un clima cálido seco tropical, cuya temperatura promedio es de 25°C y su máxima altitud de 3 msnm y sus coordenadas son 5°04'57" longitud oeste, contando con una producción diversificada y complementaria de su económica tales como: Producción de harina de pescado, pescado fresco, conservas de pescado, algodón espárragos, turismo.

Con respecto a los factores socioculturales, el comportamiento del consumidor está influenciado por la interacción con los miembros de los grupos a los que pertenece, conformados por la familia, amigos o compañeros de trabajo incluyendo la tasa de crecimiento de la población, la distribución por edades, el nivel de formación general y específica; los sistemas de valores y las normas de conducta que influyen en la demanda del sector.

En cuanto a la tecnología las MYPE dedicadas a este rubro en general manejan una tecnología semi-industrial, estandarizada en la preparación y presentación de sus platos, es decir, son uniformes. Este sector en específico no necesita de una tecnología compleja, solo requiere de una investigación continua en cuanto al uso de nuevas herramientas para la elaboración, manipulación de alimentos y para prestar un buen servicio, ya sea creando o incursionando en nuevos platos, fusiones, sabores o nuevas formas de captar y atender a los clientes; de modo que las MYPE de este rubro de servicios se provean de mecanismos en sistemas electrónicos para facilitar a los clientes pagar por el servicio que adquieren mediante el uso de tarjetas de crédito Point of sale, conocido como POS, para darle mayor facilidad al cliente al momento de realizar sus consumos.

Debido a la creciente competitividad que surge en las organizaciones, producto de las mayores exigencias del consumidor en cuanto a calidad, servicio y entrega que requiere por el servicio que le prestan; características propias de la situación problemática llevan a enunciar el problema general como: ¿Qué características tiene la competitividad y la calidad del servicio en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018?, Así el objetivo de la investigación es “identificar las características de la competitividad y la calidad del servicio en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018”. Además se han establecido como objetivos específicos: (a)



identificar los elementos de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018; (b) Conocer el nivel de efectividad en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018; (c) Conocer la calidad de los materiales que emplean las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2015; (d) Determinar qué calidad de servicio brindan las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018. Seguidamente la investigación queda delimitada desde la perspectiva:

- 1) Temática por las variables Competitividad y Calidad del Servicio.
- 2) Pictográfica por la población clientes de las 24 MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita.
- 3) Geográfica por situarse en la ciudad de Paita.
- 4) Temporal por realizarse en el año 2018.

Esta investigación sentara las bases para futuras investigaciones que podrán ser utilizadas a favor de los empresarios de MYPE o cualquier otra persona que desee usar esta información para bien. Desde el punto de vista teórico esta investigación generara reflexión en el rubro restaurantes para mejorar la realidad empresarial de las MYPE y discusión en las mismas ya que se confrontara el conocimiento y teorías ya establecidas, por otro lado, la investigación abrirá nuevos senderos a los empresarios para seguir en el mundo empresarial, por todo ello la presente investigación es importante porque permite cumplir a la vez con un requisito que la ULADECH CATÓLICA ha establecido para la obtención del título profesional.

También se justifica esta investigación porque ayudara a las MYPE, puesto que en Perú existe 1 millón 713 mil 272 unidades empresariales de las cuales el 99.6% son micro, pequeñas y medianas empresas, según INEI (2013), siendo favorable la investigación para las MYPE para ayudar a contribuir a que ellas logren entrar a competir en los diferentes mercados y puedan generarse una ventaja competitiva

desarrollando un excelente sistema de calidad que les permita posicionarse en el mercado.

## **II. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Variable competitividad**

Meraz (2014), presento una investigación denominada “Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe, en baja california, México” (Universidad autónoma de baja california), la metodología que sigue esta investigación es modelo mixto de tipo descriptiva – correlacional nivel cuantitativo diseño no experimental de corte transversal. Siendo los principales resultados que el 82.5%, de MYPE son de control familiar y el 17.5% constató que se conforman como empresas no familiares mostrando que la mayor parte de ellas han iniciado la actividad vitivinícola por un gusto familiar, el 72.2% de empresas dijo que son independientes, y el 22.8% que son parte de un grupo de socios, el 51.8% indicó que durante los últimos cinco años, si han realizado o establecido acuerdos de cooperación con otra u otras empresas vinícolas, y el 48.2% respondió que no han llevado a cabo este tipo de actividades, el 60% señaló que han sido a través de acuerdos informales, el 30% mediante ambos acuerdos, formales e informales, y solo el 10% con acuerdos de índole formal.

Concluyendo que los cambios originados a causa de la globalización están configurando un nuevo escenario en el que se destaca la aparición de nuevas tecnologías como instrumento de comercialización, ante estas tendencias, las MYPE, deben asumir

un papel que les permita obtener una posición de liderazgo en el mercado, que a su vez, puedan adaptarse con flexibilidad y rapidez a estos cambios, lo que da lugar a que las organizaciones encuentren en el cooperativismo interempresarial, el uso de las tecnologías de la información, la comunicación, y la oferta de actividades de enoturismo su mejor aliado, en orden de alcanzar un mayor nivel de competitividad.

Calderón (2015), realizó una investigación titulada “Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano” (Universidad nacional de Colombia), la investigación busca analizar la competitividad empresarial de las PYMES del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del estudio del capital humano y su contribución al mejoramiento de la competitividad empresarial de estas PYMES, la metodología que sigue esta investigación es cualitativa, donde se entrevistaron a 25 empresarios y colaboradores de las diferentes organizaciones.

Siendo las principales conclusiones que el capital humano es el principal elemento que influye en la competitividad desarrollada por las organizaciones del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá. Las políticas de competitividad diseñadas para el capital humano enfocadas a la cobertura escolar de la administración Uribe Vélez, fracasaron porque en la realidad los resultados muestran que en Colombia aún no se accede a la educación masivamente. El capital humano de las organizaciones es artesanal careciendo de capacitación formal que ha aprendido a realizar su labor empíricamente y en algunos casos este ha sido heredado de sus padres evidenciando la carencia de educación trayendo consecuencias para que estas empresas puedan crecer y progresar en el futuro.

Boundi (2014), realizo una investigación titulada “competitividad de la industria de bienes de equipo de España y Alemania (1993-2008): ventaja absoluta y costes relativos”(Universidad Complutense Madrid), llegando a las siguientes conclusiones: El determinante de las relaciones de intercambio entre las industrias de bienes de equipo alemana y española, es la productividad real y, por ende, las condiciones técnicas de producción, los costes laborales unitarios reales relativos son un potente instrumento analítico, en la medida en que los costes laborales unitarios nominales no parecen medir con exactitud los efectos de la productividad real.

La relación que establecen los costes laborales unitarios nominales es confusa por cuanto los aumentos de los costes laborales serán, por norma general, superiores a los aumentos reales de la productividad, una devaluación externa no parece ser la respuesta para mejorar la competitividad de la industria de bienes de equipo española, puesto que el precio de las importaciones de bienes de inversión se elevará, encareciendo, de este modo, los costes de producción, también se llegó a la conclusión que las medidas destinadas a mejorar la competitividad de la industria de bienes de equipo de España deben priorizar el diseño y la aplicación de métodos productivos más eficientes que eleven la productividad del trabajo, hagan un mayor uso del capital instalado y reduzcan los costes de producción.

Lizano (2016), realizo una investigación titulada “Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, año 2016” (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote), tiene como propósito fundamental determinar la relación que existe entre las variables, planificación estratégica y competitividad empresarial. Se empleó la metodología de investigación nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal. La

población estuvo conformada por las MYPE del rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, en total 03 MYPE con sus 15 colaboradores y una muestra desconocida de clientes, la técnica de recolección de datos fue la entrevista y la encuesta, el instrumento fue la guía de entrevista y el cuestionario.

Dentro de las principales conclusiones 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; así mismo se concluyó que los criterios de evaluación para medir el nivel de la capacitación que utilizan las MYPE de estudio, resultaron que los más representativos son: la preparación y autoevaluación así como las competencias y habilidades de los colaboradores, otra de las conclusiones presentadas es que 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 y que las características de la competitividad identificadas es la calidad, tanto de los productos ofrecidos como de la atención al cliente, el precio medio acorde con la competencia y la buena ubicación del establecimiento.

Machaca (2017), realizó una investigación titulada “Planificación estratégica y competitividad empresarial en el complejo recreacional ponceca ecoturístico del distrito de Andahuaylas, 2015” (Universidad Nacional José María Arguedas), tiene como

propósito fundamental determinar la relación que existe entre las variables, planificación estratégica y competitividad empresarial. Se empleó la metodología enmarcado en el enfoque cuantitativo del tipo de estudio descriptivo – correlacional y el diseño no experimental de investigación. Está a su vez subdividida en el tipo de diseño transeccional correlacional, debido a que las variables carecen de manipulación intencional y no poseen grupo de control ni mucho menos experimental.

Siendo las principales conclusiones que existe una relación significativa entre planificación estratégica y competitividad empresarial en el Complejo Recreacional Ponceca Ecoturístico del distrito de Andahuaylas, 2015, así mismo siendo otra de las conclusiones que el análisis filosófico se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en el Complejo Recreacional Ponceca Ecoturístico del distrito de Andahuaylas, 2015; el análisis ambiental se relaciona significativamente con la competitividad empresarial y concluye de que la formulación estratégica no se relaciona significativamente con la competitividad empresarial.

Gaona (2015), realizó una investigación titulada “Estrategias de diferenciación en el servicio como ventaja competitiva en el restaurant - pub el encanto de la Amazonía en la ciudad de Chiclayo-2015” (Universidad Señor de Sipán), donde se propone determinar la relación entre las estrategias de diferenciación en el servicio y la ventaja competitiva en el Restaurant-Pub El Encanto de la Amazonía. La metodología de la investigación se basó en un estudio de tipo descriptiva correlacional, ya que se buscó conocer la relación entre las variables diferenciación en el servicio y ventaja competitiva en el Restaurant-Pub El Encanto de la Amazonía, donde se consideró un diseño no experimental - Transeccional y se trabajó con una muestra de 150 personas.

Siendo las principales conclusiones, el análisis de las estrategias de diferenciación en el servicio y sus procesos en el Restaurant – Pub El Encanto de la Amazonía, se obtuvo como resultados positivos que el 62 % de los clientes si regresarían a consumir los productos, pese a que en algunos puntos muestran su indiferencia tales como en su satisfacción (51.33 %) y calidad de servicio (48 %) respectivamente. En la identificación del proceso de las ventajas competitivas del Restaurant – Pub El Encanto de la Amazonía se obtuvo resultados poco favorables ya que los clientes muestran su indiferencia en puntos importantes como la tecnología (50 %), los precios del producto (46.67 %) y la falta de recursos ( 66.6 %) para desarrollar sus actividades, así mismo, con respecto a la influencia y relación de las estrategias de diferenciación el servicio en la ventaja competitiva del Restaurant – Pub El Encanto de la Amazonía se determinó que la relación es altamente significativa ya que el valor de p es 0.01 para ambas variables.

Navarrete (2013), presento una investigación denominada “Caracterización de la Formalización y la competitividad de las MYPE del sector industria - rubro panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2010-2011” (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote), siendo los resultados los siguientes: el 56% de MYPE encuestadas del rubro panificadoras a competitividad, el 100% de MYPE encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, son competitivas, por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente, concluyendo así la investigación que la mayoría de MYPE encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, se encuentran formalizadas y son competitivas.

Román (2016), realizo una investigación denominada “Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicio rubro pizzería en el centro de

Piura, año 2016” (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote), donde se propone determinar las características de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicio rubro pizzería, se empleó la metodología de tipo no experimental descriptiva siendo los resultados agrupados de acuerdo a las características de la competitividad y la capacitación de personal.

Siendo las principales conclusiones que las MYPE estudiadas ofrecen productos de calidad, pero estos no satisfacen las expectativas de sus clientes debido a que no es un producto innovador. Las MYPE necesitan mejorar con respecto a la capacitación y preocuparse más por el desarrollo de los trabajadores, para tener a su personal más comprometido y por lo tanto harán más competitiva a la pizzería. Se identificó que en las clases de capacitación las MYPE solo cumplen con la primera clase que es la capacitación para el trabajo la cual consiste en capacitar a sus trabajadores al momento de ingresar a formar parte de su organización, por ello logran adaptarse rápido al trabajo, pero después pierden la motivación porque no se cumple la segunda y tercera clase de capacitación las cuales son, capacitación promocional y capacitación específica.

Se determinó que en los elementos de la competitividad las MYPE no usan la información como una herramienta básica para tomar sus decisiones. Las MYPE no le dan valor agregado al producto y servicio, todas ofrecen lo mismo y por lo tanto no se diferencian del resto. No se adaptan a los cambios y como consecuencia no son competitivas en el mercado. No se aplica innovación en el producto y servicio puesto que no tienen un producto diferente y no capacitan constantemente a su personal.

Caro & Gonzales (2016), realizó una investigación titulada “Nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año



2016” (Universidad Privada del Norte), tiene como propósito determinar el nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo para el año 2016 evaluando aspectos internos de los mismos. Se empleó la metodología de investigación Mapa de Competitividad del BID que contempla 8 dimensiones estratégicas por medio de las cuales se mide el nivel de competitividad de la empresa como son: planeación estratégica, producción y aprovisionamiento, calidad, comercialización, recursos humanos, contabilidad y finanzas, gestión ambiental y sistemas de información, tipo de investigación descriptiva, no experimental, con una muestra de 15 restaurantes de la ciudad de Trujillo.

Siendo las principales conclusiones que la competitividad es clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de cualquier empresa, especialmente en el sector servicios – restaurantes por ello la importancia de medirla y corregir los errores que impiden a los empresarios locales generar ventajas competitivas en forma interna, la competitividad medida por dimensiones nos permite determinar qué área de la industria cuenta con un nivel más elevado de competitividad para así tomar las medidas correctivas más asertivas, los resultados de esta investigación muestran que la competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016 es de nivel medio (regular) y que aún existen factores por trabajar para el surgimiento del sector en la región.

### **2.1.2. Variable Calidad del Servicio**

Báez (2016), realizó una investigación denominada “Diseño de un sistema de gestión de la calidad basado en la norma certificable ISO 9001:2015 con aplicación a la empresa Britel S.A.” (Universidad Internacional del Ecuador), siendo el propósito de la

investigación Diseñar un sistema de gestión de calidad en la empresa Britel S.A basado en la norma certificable. La metodología que sigue la investigación es teórica y explicativa para poder sustentar la investigación, apoyándose en los requisitos de la norma internacional ISO 9001:2015. Siendo las principales conclusiones que BRITEL S.A. es una empresa que ha sostenido su operación mediante la experiencia de sus colaboradores, la misma que se encuentra en un mercado altamente competitivo, donde quienes no se adapten a un crecimiento sostenido e inmediato, mediante un sistema de procesos que certifique su calidad en el mercado, podrían desaparecer; por lo que BRITEL S.A. debe diseñar e implementar un sistema de gestión de la calidad, para garantizar su permanencia en el mercado, alcanzando un nivel superior de gestión dentro de la misma.

Otra de las conclusiones declara que la norma internacional ISO 9001:2015, es la base de la estandarización de la calidad a nivel mundial, por lo que quienes apliquen esta norma en sus negocios, tienen una ventaja competitiva frente a sus competidores directos, ofreciendo de esta manera una oportunidad de acaparar el mercado al que está enfocado, otra de las conclusiones es que el sistema de gestión de la calidad, hace que las empresas se desenvuelvan de manera ordenada, sistemática, eficiente y certificable, dando así una alternativa al manejo de los negocios, garantizando la reducción en costos de operación, de tiempos muertos, errores continuos, elevando así los ingresos de las empresas, también se concluyó que un correcto funcionamiento depende de la revisión, el control, la ejecución y el mejoramiento continuo de sus procesos, tomando en cuenta que las actividades que se realizan a diario son rutinarias, un sistema de gestión de la calidad, hace que estos sean maximizados y por ende minimizados sus errores.

Cerezo (2016), realizó una investigación denominada “Diseño de un sistema de gestión de calidad ISO 9001 a una empresa procesadora y comercializadora de camarón.” (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil), siendo el propósito de la investigación diseñar un sistema de gestión de calidad con normativa ISO 9001 en una empresa procesadora y comercializadora de camarón, para sus principales procesos productivos, y con su respectivo manual de calidad lo que permitirá que este tipo de empresas puedan utilizar este material para su respectiva implementación. La metodología que sigue es investigación descriptiva y con investigación cualitativa, presenta características especiales que soportan la formulación del problema planteado.

Siendo la principal conclusión que las empresas procesadoras y comercializadoras de camarón cuentan con procesos comunes y específicos para las diferentes empresas que están en dicha actividad económica, adicionalmente, se identificaron que los principales procesos operativos para dichas empresas: recepción de materia prima, análisis organoléptico, clasificación, empaque / pesado, congelamiento, encartonado / almacenamiento y embarque. Pudiendo indicar que el cumplimiento de dichos procesos se deriva un servicio para garantizar producto de calidad al mercado internacional.

Espinosa (2014), realizó una investigación denominada “Auditoría del Sistema de Gestión en la norma internacional ISO 9001:2008, de los procesos de soporte en la empresa Redpartner S.A ubicada en Quito provincia de Pichincha por el periodo de Julio a Diciembre del 2013” (Universidad de las Fuerzas Armadas), siendo el propósito de la investigación realizar una Auditoría del Sistema de Gestión de la Calidad basado en la Norma Internacional ISO 9001: 2008, de los Procesos de Soporte: Gestión Financiera, Gestión de Talento Humano y Gestión de Tecnologías de la Información en la empresa Redpartner S.A, siendo la principal conclusión que la empresa debe

implementar en su gestión buenas prácticas para la mejora del desenvolvimiento de los procesos y de esta manera se alcance una mayor eficiencia en el uso de los recursos de la empresa.

Carbajal (2017), realizó una investigación titulada “Programa de las buenas prácticas para mejorar la calidad de atención al cliente en el restaurant al punto - v.e.s. 2014”, (Universidad Autónoma del Perú), donde se propone mejorar la calidad de atención al cliente en el restaurante al punto. La metodología de la investigación es de tipo aplicada de nivel explicativo diseño no experimental de tipo pre experimental y una población de 28 clientes del restaurante al punto.

Siendo las principales conclusiones el programa de las buenas prácticas influye en la mejora de la satisfacción de necesidades del cliente en el restaurant Al Punto – V.E.S. 2014. Al encuestar a los clientes, se presentaron resultados de mejora, con un 78,6% en el rango bueno, el programa de las buenas prácticas mejora la calidad de atención al cliente en el restaurant Al Punto – V.E.S. 2014, esto se debe al efecto del programa de las buenas prácticas, en la calidad de atención, por medio de la reformulación de los principios empresariales, así como de la filosofía de mejora continua, y de las estrategias al fomentar la filosofía de trabajar en base a la excelencia con ética, que son la base para lograr resultados positivos, y en este caso, se retribuye en la calidad de atención del restaurant Al Punto formuladas e implementadas en la presente tesis.

Cruz (2016), realizó una investigación titulada “La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del restaurante la huerta- punto, periodo 2015” (Universidad nacional del Altiplano), tiene como propósito analizar el nivel de satisfacción del cliente en base a la evaluación de la calidad de servicio utilizando el modelo SERVQUAL, determinando los niveles de expectativas y percepciones de los

clientes frente al servicio. Se empleó la metodología de investigación de tipo Descriptivo- correlacional, de diseño no experimental, cuantitativo, deductivo, como técnicas de recolección de datos se utilizaron la observación, la revisión de documentación y cuestionario empleando la herramienta del modelo SERVQUAL.

Siendo las principales conclusiones que el restaurante “La huerta”, ofrece un servicio regular con respecto a calidad de servicio, atendiendo moderadamente las necesidades de sus clientes, debido a que se identificó la existencia de aspectos que inciden de manera desfavorablemente en el nivel de satisfacción de los clientes, como se dio de manera gradual en la dimensión de Capacidad de respuesta (2,93) y seguridad (2,79), relacionado a la prestación del servicio de forma rápida, eficiente y sobre todo con la habilidad de poder transmitir confianza hacia nuestros clientes.

Existe una serie de importantes implicaciones en su mayoría para los empleados debido a que las percepciones de la calidad se encuentran por debajo de las expectativas de los clientes, evaluados según la escala de Likert 3 los clientes no quedarían ni insatisfechos ni satisfechos; por lo que considero indispensable poder implementar esos aspectos que se identificaron en cada dimensión SERVQUAL, para mejorar más aun la calidad de servicio que ofrece el Restaurante “La Huerta”; se determinaron lineamientos, que servirán para mejorar el nivel del servicio del restaurante “La huerta”, que permitirá orientar las acciones, decisiones e iniciativas que se deban tomar en cuenta, los lineamientos son los siguientes: Recibirlo bien, desarrolle una actitud amistosa, estar pendiente del cliente, comunicar el mensaje, tratar al cliente con el respeto y la importancia que merece, mantener la relación fresca con el cliente y tiempo de atención eficiente

Aguirre (2013), realizó una investigación titulada “El servicio de calidad de los restaurantes y la satisfacción del cliente en el distrito de la unión – dos de mayo 2013” (Universidad de Huánuco), tiene como propósito principal determinar la influencia en los servicios de calidad que brindan los restaurantes del Distrito de la Unión en el 2013. Se empleó la metodología descriptiva, de enfoque cualitativo se empleó la observación como método de la investigación.

Siendo las principales conclusiones que el La atención del personal de los restaurantes si influye en la satisfacción del cliente en el distrito de la Unión – Dos de Mayo 2013, por lo que, debe emplear las fórmulas de cortesía definidas por la empresa, tener un trato amable con los clientes, debe acudir a su puesto de trabajo aseado y vestir un uniforme, debe mantener una imagen de interés en el cliente priorizando la atención al cliente presencial y otras formalidades básicas. El trato y atención recibidos en el restaurante en el transcurso del servicio, se constituyen en factores clave de opinión en la valoración final del establecimiento; el ambiente físico de los restaurantes si influye en la satisfacción del cliente en el distrito de la Unión – Dos de Mayo 2013. Por eso, el ambiente físico debe: a) Asegurar la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas de consumo humano en las diferentes etapas de la cadena alimentaría: adquisición, transporte, recepción, almacenamiento, preparación y comercialización en los restaurantes y servicios afines.

b) Establecer los requisitos sanitarios operativos y las buenas prácticas de manipulación que deben cumplir los responsables y los manipuladores de alimentos que laboran en los restaurantes y servicios afines. c) Establecer las condiciones higiénicas sanitarias y de infraestructura mínimas que deben cumplir los restaurantes y servicios afines. La iluminación, la música, y el color son elementos adicionales del marketing y

la psicología que van adquiriendo mayor relevancia en crear un ambiente que influya en el comportamiento del consumidor. Los objetos y la manera de presentación de los platos o del producto terminado llaman la atención del cliente. En el caso de la música es algo muy parecido y todo es cuestión de psicología, es decir depende al mensaje que se le quiera mandar al cliente se pone un estilo o tipo de música que subliminalmente le manda un mensaje al cliente y la preparación de los alimentos en los restaurantes si influye en la satisfacción del cliente en el distrito de la Unión – Dos de Mayo 2013, debido a que la calidad del buen servicio recibido en el restaurante constituirá un mecanismo de mejora en su actividad diaria y un factor de fidelización a nivel de negocio. Además, la satisfacción del cliente se constituye en un instrumento clave de promoción gratuita del destino en los lugares de origen de los mismos.

Reyes & Jasmarines (2016), realizo una investigación titulada “Estrategias para impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa – 2015.” (Universidad Católica San Pablo), busca proponer estrategias para impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías de comida típica en la ciudad de Arequipa. Dichas estrategias lograrán una diferenciación anhelada en el mercado. Se empleó la metodología con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), y de tipo exploratoria y descriptiva. Para la investigación exploratoria cualitativa se consideró a los restaurantes picanterías pertenecientes a la Asociación Gastronómica de Arequipa (AGAR) y para la investigación descriptiva cuantitativa se consideró a la población de la provincia de Arequipa. La técnica aplicada es la entrevista, cuyo instrumento utilizado es la guía de preguntas, la misma que fue aplicada a los dueños de los restaurantes picanterías; de la misma forma se realizaron encuestas, cuyo instrumento es

el cuestionario, el mismo que fue resuelto por trescientos ochenta y cinco consumidores arequipeños.

Siendo las principales conclusiones que para impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa, se proponen doce estrategias genéricas de las cuales se desarrollaron sesenta y cinco actividades para lograr los objetivos de cada una de ellas. Entre las más importantes están primero las de carácter estratégico, dentro de la que se encuentra la de posicionamiento, referida a la innovación de los platos, lograr identidad con el cliente, entre otros; y segundo las estrategias de variables de marketing en las que se encuentran las de producto y servicio referidas a: la ampliación de la carta, incorporación de aperitivos, presentación de platos, estación de postres y un servicio de comida exprés.

Que el ambiente externo, sobre el sector de comida típica arequipeña, se pudo destacar que este tiene más oportunidades de ser competitivo gracias al: aumento de la afluencia a turistas a la ciudad, aumento del crecimiento urbano y el interés del Estado por promover la gastronomía peruana. También se identificó a un consumidor arequipeño que acude a los restaurantes picanterías en compañía de su familia, a quien le gusta y valora la comida nacional y en especial la comida arequipeña. Sin embargo, se pudo observar el ingreso de franquicias internacionales a la ciudad de Arequipa, el poco interés de los jóvenes por conservar las tradiciones arequipeñas y la pérdida de la identidad cultural.

Reyes & Silva (2016), realizó una investigación titulada “Calidad del servicio, como estrategia de marketing en el restaurant campestre “el huerto del sabor” de la localidad de san juan de la virgen – tumbes - 2016.” (Universidad Nacional de Tumbes), busca proponer mejorar la calidad del servicio como estrategia de marketing, se



empleó la metodología tipo de investigación fue: Aplicada, de diseño No Experimental - Transversal. A nivel Descriptiva y se aplicó los métodos Inductivo- Deductivo y Analítico- Sintético. Se aplicó la técnica de cuestionario a través de una encuesta a 80 comensales aleatoriamente, de diferentes edades y estatus social.

Siendo las principales conclusiones Nuestra propuesta de Gestión tiene influencia en la calidad del servicio en el restaurant campestre “El Huerto del Sabor” de la localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes, debido a que plantea soluciones para las deficiencias presentadas, como lo manifiestan los encuestados un porcentaje considerable prefiere una carta por mesa en la que se les facilite los pedidos con los precios; y los mozos con el uniforme de los trabajadores ya que si carecen de este, es difícil identificarlos; el tiempo de espera lo mejoraría ya que va desde 15 minutos a 20 minutos, es un factor importante de calidad, con nuestra propuesta esperamos sea reducido a un máximo de 10 minutos, como parte de mejora de la calidad del servicio, así mismo una parte manifiesta que la publicidad debe de ser más constante y en diferentes medios para enterarse de la variedad platos y eventos así como de algún souvenir que les recuerde su estancia en el restaurante, como parte de un excelente servicio de calidad.

Dentro de los componentes de la Calidad del Servicio en el Restaurant Campestre “El Huerto del Sabor” de la Localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes, se han podido identificar los principales que se aplican, como seguridad; referida al conocimiento del servicio y cortesía empleada; la empatía; que se refiere a brindar a los clientes una atención individualizada y cuidadosa; y la satisfacción del cliente; se pudo observar el grado de aceptación que tiene la calidad de la comida regional que se vende, dado 60% de encuestados regresaría por la excelente calidad de la comida. A través de

nuestra propuesta se plantea dar solución a las deficiencias encontradas por medio de estrategias tales como: marketing, promoción, distribución, diferenciación.

Espinoza (2014), realizó una investigación titulada “Caracterización de formalización y gestión de calidad de las MYPE comerciales rubro calzado, Piura año 2013”, (Universidad Católica los Ángeles Chimbote), la metodología que sigue esta investigación es de tipo descriptiva de nivel cuantitativo diseño no experimental de corte transversal. Llegando a las principales conclusiones, Se logró comprobar que la formalización si crea ventajas competitivas, en las MYPE del rubro calzado del mercado modelo de Piura, donde los pequeños empresarios expresan que la formalización les permite alcanzar nuevas alternativas para conectarse con el mercado actual, interactuando, aprendiendo, diseñando y aplicando estrategias que le han permitido competir con las grandes empresas, también se ha determinado que la formalización tiene un vínculo muy estrecho con la gestión de calidad.

Porque ambos componentes les ha permitido analizar las fortalezas y debilidades de su empresa, definiendo una acción innovadora con planes de mejora a corto plazo, así mismo los pequeños empresarios dan a conocer que el enfoque de una buena gestión de calidad basada en planificación les ha permitido alcanzar los objetivos programados, con este proceso de innovación emplearon ventajas competitivas de forma sistemática, las cuales facilitaron una rentabilidad mejorada para su empresa y por ende participan en la cadena productiva, contribuyendo asimismo con los indicadores económicos en la economía Peruana.

## **2.2. Marco teórico**

### **2.2.1. Competitividad**

Existen varias definiciones de competitividad dadas por diferentes autores a lo largo del tiempo, entre ellas la de Villareal (2006) citado en Quero (2008), donde argumenta que la competitividad representa un proceso dirigido a la generación y el fortalecimiento de las capacidades productivas y organizacionales, con el fin de afrontar los cambios del entorno, reemplazando las ventajas comparativas en competitivas a largo plazo, como condicionante indispensable para alcanzar niveles de desarrollo elevados y exitosos. Desde la perspectiva de Morales (2011), se define a la competitividad como la capacidad que tiene una industria de alcanzar sus objetivos, de forma superior al promedio del sector en referencia y de forma sostenible.

Desde el punto de vista de Reta (2008), define a la competitividad como la capacidad que posee cualquier organización, pública o privada, para perseverar de forma ordenada y precisa ventajas comparativas que le permitan alcanzar, mantener y desarrollar determinada posición en el entorno social y económico. Por lo tanto, se puede decir que la competitividad según las definiciones citadas anteriormente, no surge espontáneamente, sino que se logra mediante un proceso de aprendizaje y negociación impulsada por un grupo de personas u organizaciones que establecen una dinámica de conducta organizativa, en la que intervienen accionistas, directivos, empleados, clientes, entre otros según Morales (2011). Con el propósito de mantener la ventaja comparativa, de la cual carece su competidor.

### **2.2.1.1. Competitividad empresarial**

La Asociación Española de Contabilidad y Administración (AECA, 2010) define a la competitividad como la capacidad de una organización para obtener y mantener sistemáticamente unas ventajas comparativas que le permiten alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en que actúa. Desde la perspectiva de la Organización para la Competitividad y Desarrollo Económico (OECD, 2010) competitividad se define como el grado en que bajo condiciones de libre mercado, un país puede producir bienes y servicios, que superen el examen de la competencia internacional, y que permite mantener el crecimiento sostenido de la renta nacional.

### **2.2.1.2. Características de la empresa competitiva**

Según M & A (2006), ser una empresa competitiva comprende: a) ser elegida por un gran número de clientes, b) cada vez tiene que ser mayor el número de clientes, lo cual implica que la empresa, c) satisfaga aún más necesidades, es decir, poder darle al cliente lo que quiere, labor difícil para la empresa, ya que los requerimientos del cliente son cada vez más variables.

De manera que lograr empresas con tales características demanda de una innovación intensa en aspectos esenciales tales como: Gerencia, información eficaz, innovación permanente, mejoramiento continuo de los recursos humanos es decir deben estar en constante capacitación con el propósito de actualizar sus conocimientos a bien de poder desempeñar sus funciones de manera eficaz y eficiente, para que la empresa sea introducida en el entorno competitivo, de cooperación e integración de cada área de la empresa con el propósito de que esta sea cada vez más competitividad y reconocida

en el mercado en el que opera. Es por ello que por lo antes expuesto las empresas deben trabajar de manera intensa para poder entrar en el nivel de competitividad y seguir dentro del mercado en el que incursionan, y si desean poder ingresar en nuevos mercados en el marco nacional e internacional.

### **2.2.1.3. Elementos de la competitividad**

M & A (2006), Competitividad es la capacidad para competir, reto que enfrentan las empresas para aumentar esa capacidad más rápido que sus competidores porque de lo contrario perecerán: sus clientes no la preferirán, sus productos y servicios no serán adquiridos y por lo tanto la existencia de la empresa carecerá de sentido. Entonces ser una empresa competitiva comprende ser elegida por un gran número de clientes, cada vez mayor, lo cual implica que la empresa satisfaga aún más necesidades, es decir, poder darle al cliente lo que quiere, labor difícil para la empresa, ya que los requerimientos del cliente son cada vez más variables.

Por lo cual depende de seis esenciales elementos para que una empresa llegue a ser competitiva según M & A (2006), la gestión administrativa en sus dos áreas fundamentales de desempeño: la gestión estratégica, la gestión diaria, los aspectos relativos a la innovación y actualización tecnológica, mejoramiento de la productividad, cultura de la organización, desempeño y desarrollo del personal. Según el autor antes mencionado, detalla significativamente los elementos de la competitividad tales como:

a) La gestión estratégica, consiste en formular una visión que inspire e impulse a la acción además de que la visión sea compartida por todos los integrantes de la empresa siendo este el elemento de partida para enfocar e impulsar el mejoramiento de la

competitividad en la empresa, así, a partir de la visión y con un profundo conocimiento de los requerimientos de los clientes, de las acciones de la competencia, de las interacciones de las fuerzas competitivas en el sector económico en que se desempeña la empresa, de los posibles escenarios en que la empresa tendrá que actuar en el mediano futuro y de sus realidades internas ante estos aspectos, la gerencia determina la manera cómo va a competir, o sea, la estrategia competitiva que la diferencia de sus oponentes en la lucha por merecer el favor de los clientes.

b) Gestión diaria se constituye en el segundo elemento en la búsqueda de una mayor competitividad, aquí se debe atender tanto la ejecución de los objetivos operativos como los estratégicos, con los primeros se garantizan las utilidades de hoy, con los últimos, se potencializa la empresa para los resultados de mañana. Por esto, el control de gestión debe involucrar el seguimiento a los dos tipos de objetivos ya que ninguno de los dos se puede descuidar, puesto que, si no hay utilidades hoy, no habrá empresa mañana, pero si no se crea la lealtad del cliente a partir de una ventaja competitiva, no se está creando un potencial de utilidades para mañana y cuando la empresa llegue allí, los clientes preferirán a aquellas empresas que se preocuparon por buscar su lealtad. De esta manera, los otros elementos claves de la gestión diaria son: lograr la verdadera orientación de la empresa al cliente, y mejorar continuamente la calidad, que finalmente también redundan en beneficio de los clientes.

La primera tiene que ver con lograr en principio la disminución al máximo de las quejas y reclamos de los clientes y luego en aprender a manejar con éxito, todos los momentos de verdad que a diario se presentan en las relaciones con ellos. La herramienta clave para iniciar este manejo es la medición de la

satisfacción del cliente alrededor del ciclo del servicio puesto que con ella se identifican los momentos de verdad claves y a la vez sabemos cómo se siente el cliente con el manejo que le damos actualmente. Según lo dicho por el autor, se puede decir que al usar la medición de satisfacción de los clientes, podemos usar los resultados de dicha medición como indicadores para determinar si el cliente realmente está cómodo en cuanto al trato y a la atención que se le da.

c) Innovación o actualización tecnológica en los equipos de manufactura y del manejo de la información, es uno de los retos grandes que enfrenta la administración de la empresa para disponer de capital y poder cambiar o actualizar los equipos de tal manera que se puedan obtener los niveles de calidad y versatilidad requeridos por el mercado. Si esto ocurre con las tecnologías de transformación, en el campo del manejo de la información la situación es más dramática aún, y mantenerse actualizado es no sólo un reto de capital sino un reto a la flexibilidad de los sistemas de información y a la capacidad de asimilación y empleo de esa información.

Por ello según lo expuesto por el autor, podemos decir que es necesario contar con la innovación tecnológica y manejar la correcta información para que la empresa sea competitiva, del mismo modo es necesario que la empresa disponga de una buena gestión en cuanto al mejoramiento de cada uno de los equipo, procesos y actividades que se realizan para la producción de bienes o servicios.

d) Productividad de los equipos, tiene que ver con su eficiencia de operación, esto es con la elaboración de la cantidad de elementos por unidad de tiempo para la que está diseñada una máquina. En este aspecto juega un papel clave el mantenimiento de los equipos y la eliminación de pérdidas de tiempo que por cualquier concepto se presenten, por otra parte, la productividad de los procesos tiene que ver con el tiempo durante el

cual se realizan y con la calidad del producto generado. Por esto, la preocupación se debe centrar en si cada una de las actividades que conforman el proceso añaden o no valor para eliminar estas últimas, y en el aseguramiento de la calidad a nivel de todo el proceso, buscando nuevamente que cada actividad entregue al paso siguiente el producto de su trabajo, bien y a tiempo.

Por lo tanto según lo expuesto por el autor, puedo decir que la productividad de los equipos es esencial elemento para que se dé la competitividad en la empresa, puesto que, determinara la eficiencia de las operaciones en la empresa, para que entregue el bien o servicio en el tiempo correcto y que este sea de calidad, así, mismo se conocerá que proceso se deberá mejorar o añadir para bien de la empresa y del cliente, así como, también se conocerá que proceso no está aportando a la empresa y por ende si este se elimina no afectara a la calidad del bien servicio ni a la competitividad de la empresa.

M & A (2006), considera que el nivel de aporte al mejoramiento de la competitividad de los cuatro elementos anteriores está íntimamente relacionado con lo relativo al manejo, desempeño y desarrollo del personal de la compañía. La ejecución de las estrategias, el mejoramiento continuo, la selección de la tecnología adecuada para competir y los mejoramientos de la productividad, se hacen con la gente. No en vano se dice con frecuencia que el principal activo de una empresa es su gente y que en su desarrollo está la verdadera ventaja competitiva.

Por lo tanto, todo comienza con la fijación y ejecución de políticas de personal claras y que estimulen claramente el desarrollo que lleva a la polifuncionalidad; que abran espacios y permitan el empoderamiento; que fomenten la creatividad porque ésta es la clave para la innovación en todos los aspectos mencionados. Si esto no se da, todo



lo anterior funcionará dentro de un marco de restricciones que en el largo plazo impedirán el compromiso con la visión de que hablamos al principio.

#### **2.2.1.4. Estrategias competitivas factor clave para el desarrollo de la empresa**

En la actualidad empresarial han surgido una serie de cambios en la economía debido a eventos como: La globalización, descubrimientos científicos, avances tecnológicos, entre otros. Provocando que las empresas en todo el mundo opten por realizar grandes inversiones para integrar y posicionarse en nuevos mercados, trayendo consigo que las compañías puedan reestructurar sus estrategias competitivas para poder integrar un mercado internacional y aun para poder mantenerse dentro del mercado que opera.

Quero (2008), Considera que no hay duda que los cambios generados en la economía mundial obligan a las organizaciones a tomar acciones que le permitan adquirir ventajas frente a sus competidores y por ende una mejor posición en los mercados globales, esto hace absolutamente necesario que se dedique tiempo y recursos, en forma generosa, a la preparación o formación de los gerentes para ser capaces de conducir a la empresa con visión estratégica, es decir el gerente no solo debe ser una persona organizacional mente culta, sino además debe ser flexible y estar preparado para actuar en un ambiente de complejidad creciente y ser además capaz de formular estrategias considerando los riesgos existente y las oportunidades que se puedan aprovechar en la gestión general de la empresa.

Por ello por lo anteriormente descrito por el autor se debe tener en cuenta que el gerente de una empresa debe de estar cualificado, y poseer una serie de habilidades para

poder formular las debidas estrategias para la empresa, que le permita poder hacer frente a las diversas situaciones complejas del mundo empresarial cambiante. Es así, como Quero (2008), considera que uno de los aspectos de importancia que se debería considerar en las empresas actualmente, es el fortalecimiento de la formación gerencial como eje principal dentro de una organización que quiere actualizarse y alcanzar el éxito.

Quero (2008), afirma que es imprescindible identificar los factores claves del éxito o desarrollo empresarial así como gestionar para que las organizaciones se enfoquen hacia el mayor cumplimiento de sus objetivos, teniendo los instrumentos adecuados, que potencien la transformación de los comportamientos individuales de los miembros de la empresa para obtener los objetivos propuestos, en tal sentido, se observa, a las estrategias competitivas como una herramienta fundamental para los directivos de las organizaciones, con estas buscan alcanzar una posición favorable en el mercado a través de su creación y mantener ventajas competitivas, ya sea ofreciendo un producto al costo mínimo (ventaja de costo) u ofreciendo productos o servicios con atributos únicos apreciables por los clientes (ventaja de valor).

Es por ello que según lo que afirma el autor el factor clave del desarrollo de la empresa competitiva es implementar estrategias competitivas como herramienta primordial para que la empresa pueda hacer frente a los diferentes retos que trae consigo la competitividad, y por ende la empresa pueda lograr alcanzar los objetivos planteados. Es por ello que Quero (2008), considera que es de sumo interés considerar las estrategias competitivas como factor clave de éxito o desarrollo para que las organizaciones puedan consolidarse dentro de los mercados y afrontar los cambios del

entorno, asumiendo un papel proactivo generadores de impacto positivo en ellas y por ende en su entorno.

#### **2.2.1.5. Nivel de efectividad**

(Pfeffer y Salancik, 2003, citado en Cervera, 2011) adoptan el punto de vista de que “la efectividad es un estándar externo”, es decir refleja lo bien que se están satisfaciendo las demandas de los grupos de interés de la organización, puesto que se basa en la capacidad que tiene la organización de satisfacer sus demandas, desde sus perspectivas particulares y no las de la organización. De modo que si la organización es cuestionada por otros en su entorno empresarial, puede ser una señal de que no está siendo efectiva.

(Cameron, 2005, citado en Cervera, 2011) tratando de encontrar una definición del concepto de efectividad, propone que las diferentes visiones sobre este concepto se agrupen en cinco perspectivas: a) Modelo de metas: La organización es efectiva en el grado en que logra sus metas establecidas, b) Modelo de dependencia de recursos: La organización es efectiva en el grado en que logra sus recursos necesarios, c) El modelo de congruencia interna: La organización es efectiva en el grado en el cual su funcionamiento interno es consistente, eficientemente organizado, y sin tensión, d) Modelo de participantes estratégicos: La organización es efectiva en el grado en que satisface a sus participantes dominantes o grupos de interés estratégicos, e) Modelo de relaciones humanas: La organización es efectiva en el grado en el que atrae miembros y crea un clima colaborativo.

Entonces por lo anteriormente expuesto según los autores citados una empresa logra la efectividad si refleja lo bien que se están satisfaciendo las demandas de sus grupos de interés, así como dar cumplimiento a las metas que tiene establecidas, contar

con los recursos necesarios para seguir desarrollando sus actividades, ser consistente a nivel organizacional, satisfacer a los clientes y proporcionar un clima colaborativo para los miembros de la organización.

### **2.2.2. Calidad del Servicio**

Entre los principales exponentes más sobresalientes sobre el tema de la calidad tenemos a Joseph M. Juran, Deming, Philip B. Crosby y Kaoru Ishikawa quienes desarrollaron el término de la calidad cada uno desde un enfoque y perspectiva diferente. El concepto de calidad ha ido evolucionando durante la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad desde el control de calidad hasta gestión de la calidad total.

Según González& Arciniegas (2016), declara que la temática de la calidad ha pasado por toda una serie de concepciones, la mayoría de ellas basadas en momentos coyunturales, y que finalmente fueron pasando de moda por la falta de soporte científico y de aplicación universal. De acuerdo con (Bounds et al, 1994, citado en González& Arciniegas, 2016) la calidad ha evolucionado a través de cuatro eras: a) La inspección, cuyo propósito principal era la detección de los problemas generados por la falta de uniformidad del producto. b) El control estadístico del proceso, con el empleo de métodos estadísticos para la reducción de los niveles de inspección. c) El aseguramiento de la calidad, cuya filosofía consistió en el involucramiento de todos los actores de la organización en el diseño, planeación y ejecución de políticas de calidad. d) La administración estratégica por calidad total, movimiento que se acerca más al concepto moderno de gestión de la calidad.

Según (Pizzo, 2013, citado en el buzón de Pacioli, 2013) calidad del servicio “es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y

expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.”

Por otro lado para Juran (citado en Hernández, Chumaceiro, Atencio, 2009) calidad en el servicio se define como: “la capacidad de satisfacer al cliente en sus necesidades, expectativas y requerimientos, es la satisfacción que se le proporciona al cliente a través del servicio”

#### **2.2.2.1. Calidad de materiales**

Calidad “Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios“(Álvarez, 2006, citado en el Buzón de Pacioli, 2013).

Según la plataforma financiera Prendanet (2015), define a los recursos materiales como “todos aquellos bienes tangibles que permiten que las personas desarrollen su trabajo en la organización, como instalaciones, edificios, vehículos, maquinaria, etc.”, desde otra perspectiva el portal web Lifeder establece que “los recursos materiales están formados por todos aquellos bienes tangibles de los que dispone la organización, como maquinaria, inmuebles, vehículos, material de oficina, equipos informáticos, materias primas o el stock del almacén.” Los cuales se caracterizan por ser: a) tangibles es decir tales materiales se pueden ver, tocar o medir, b) pueden formar parte del proceso de

creación de otros recursos, es decir se puede hacer de forma directa (máquinas, equipos informáticos, etc.) o indirecta (terrenos, vehículos, etc.) y c) apoyan el proceso productivo, es decir participan en las actividades propias del proceso del bien o producto.

Entonces según las fuentes citadas anteriormente se puede decir que la calidad de los materiales se evidencia en un proceso que tiene como objetivo satisfacer las expectativas de los clientes, mediante la mejora de los materiales con los que cuenta la organización (tecnología, inmueble, etc), así como la preservación y cuidado de los materiales que se emplean en la elaboración de producto o servicio

#### **2.2.2.2. Importancia de la calidad del servicio al cliente**

López y Aceves, (2013), considera que el servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismo son quienes tendrán la última palabra para decidir. La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos, mencionados por Anónimo (2013):

La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado, b) Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación, c) Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido, d) Si un cliente queda

insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores, d) Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos, e) Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores. Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

### **2.2.2.3. Características del servicio de calidad**

Para (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985, citado en Álvarez, Chaparro & Bernal 2014) “las principales características del servicio serían: la intangibilidad, la no diferenciación entre producción y entrega (heterogeneidad), y la inseparabilidad de la producción y el consumo.” a) La intangibilidad: La mayoría de los servicios son intangibles (Lovelock, 1983, citado en Álvarez, Chaparro & Bernal 2014). No son objetos, más bien son resultados. Esto significa que muchos servicios no pueden ser verificados por el consumidor antes de su compra para asegurarse de su calidad, ni tampoco se pueden dar las especificaciones uniformes de calidad propias de los bienes.

Por tanto, debido a su carácter intangible, una empresa de servicios suele tener dificultades para comprender cómo perciben sus clientes la calidad de los servicios que presta (Zeithaml, 1981, citado en Álvarez, Chaparro & Bernal 2014). Un cliente juzgará el servicio por cómo y qué percibe, la combinación de ambos factores forman una imagen que tendrá efectos en los juicios posteriores (Cantú 2011).

Álvarez, Chaparro & Bernal (2014), “ b) la heterogeneidad: Los servicios - especialmente los de alto contenido de trabajo- son heterogéneos en el sentido de que

los resultados de su prestación pueden ser muy variables de productor a productor, de cliente a cliente, de día a día. Por tanto, es difícil asegurar una calidad uniforme, porque lo que la empresa cree prestar puede ser muy diferente de lo que el cliente percibe que recibe de ella” c) la inseparabilidad: En muchos servicios, la producción y el consumo son indisolubles (Grönroos, 1978, citado en Álvarez, Chaparro & Bernal, 2014). En servicios intensivos en capital humano, a menudo tiene lugar una interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa de servicios. Esto afecta considerablemente la calidad y su evaluación.

Según Aniorte (2013), algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes: Debe cumplir sus objetivos, debe servir para lo que se diseñó, debe ser adecuado para el uso, debe solucionar las necesidades, debe proporcionar resultados. López y Aceves (2013), así mismo, existen otras características más específicas mencionadas por Paz (citado en Verdú, 2013), las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

a) Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad, b) Iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas, c) Ambición: tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación, d) Autodominio: tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida, e) Disposición de servicio: es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad, f) Don de gentes: tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosas con los



demás, y además, disfrutarlo, g) Colaboración: ser una persona que gusta de trabajar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común, h) Enfoque positivo: es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo, i) Observación: es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.

j) Habilidad analítica: permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global, k) Imaginación: es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación, l) Recursos: tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas, m) Aspecto externo: es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente.

López y Aceves (2013), considera que la importancia de cubrir con la mayoría de las características mencionadas anteriormente, radica en que la calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra por dos razones: La competencia es cada vez mayor y atrae al cliente mediante una diversidad de servicios que añaden valor al producto que se ofrece. Se ha pasado del consumidor que favorecía los productos que estaban disponibles y eran de bajo coste, a un público más selectivo y mejor informado que puede elegir entre multitud de ofertas y servicios diferentes.

La actitud del cliente respecto a la calidad del servicio cambia a medida que va conociendo mejor el producto y mejor su nivel de vida. En un principio, suele contenerse con el producto base, sin servicios, y por lo tanto, más barato. Poco a poco, sus exigencias en cuanto a calidad aumentan hasta terminar deseando lo mejor. No

comprender este hecho ha llevado al fracaso de algunas empresas, que se han dado cuenta muy tarde del error cometido.

#### **2.2.2.4. Principios de la Atención al Cliente**

López y Aceves (2013), considera que como principios de la atención al cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe, cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente, esta satisfacción debe garantizarse en cantidad calidad, tiempo y precio, las exigencias del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios. El diseño del servicio que se realiza debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado. Las empresas deben reducir la diferencia entre la realidad de su oferta (productos o servicios) y las necesidades y preferencias del cliente.

El servicio se le brinda no a un cliente indistinto sino a una persona (grupo) específico y como tal debe tratarse. Esto permite la personalización de la atención a los clientes que los hace sentirse especiales. La política de atención al cliente va acompañada de una política de calidad. El cliente tiene derecho a conocer qué puede esperar del servicio brindado por la empresa.

La calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa. Así cada empresa desarrolla su propia estrategia de calidad de servicios teniendo en cuenta el sector en el que opera y el tipo de negocio que desarrolla. Para cada segmento de mercado debe diseñarse el nivel de servicio más adecuado, ya que no siempre un único diseño de

servicio al cliente es capaz de satisfacer todos los segmentos de mercado que debe atender la empresa.

#### **2.2.2.5. Beneficios de atender mejor al cliente**

Vartuli (2008), nos muestra 15 beneficios que las empresas pueden llegar a conseguir mediante una buena atención al cliente: 1. Mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios, 2. Incremento de las ventas y la rentabilidad, 3. Ventas más frecuentes, mayor repetición de negocios con los mismos clientes, usuarios o consumidores, 4. Un más alto nivel de ventas individuales a cada cliente, consumidor o usuario, 5. Más ventas, ya que los clientes satisfechos se muestran más dispuestos a comprar los otros servicios o productos de la empresa, 6. Más clientes nuevos captados a través de la comunicación boca-a-boca y, las referencias de los clientes satisfechos, 7. Menores gastos en actividades de marketing: las empresas que ofrecen baja calidad se ven obligadas a hacer mayores inversiones en marketing para “reponer” los clientes que pierden continuamente, 8. Menos quejas y reclamaciones y, en consecuencia, menores gastos ocasionados por su gestión, 9. Mejor imagen y reputación de la empresa, 10. Una clara diferenciación de la empresa respecto a sus competidores, 11. Un mejor clima de trabajo interno, ya que los empleados no están presionados por las continuas quejas de los consumidores, usuarios y clientes, 12. Mejores relaciones internas entre el personal ya que todos trabajan, unificados, hacia un mismo fin, 13. Menos quejas y ausentismo por parte del personal, por ende una productividad más alta, 14. Menor rotación del personal, 15. Una mayor participación de mercado.

### **III. HIPOTESIS**

“Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables y aun cuando no se formulen hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de investigación.” (Arias, 2006, citado en Arias, 2012). Según lo expuesto por el autor es por ello, que esta investigación por ser un estudio que describirá las características que tiene la competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paíta, año 2018 no es necesario formular una hipótesis, para aceptarla o rechazarla.

### **IV. METODOLOGIA**

#### **4.1. Diseño de la investigación**

##### **4.1.1. Tipo de investigación**

Arias (2012), “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.” El autor expone que la investigación de nivel descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el propósito de implantar su estructura o comportamiento. Es por ello que por lo anteriormente expuesto, esta investigación es de nivel descriptiva, ya que, busca especificar las características que tiene la competitividad y calidad del servicio en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paíta, recolectando datos sobre las variables de estudio, aspectos, dimensiones y otras cuestiones del fenómeno a investigar.

#### **4.1.2. Nivel de la investigación**

Según Hernández (2006), considera que la investigación es de nivel cuantitativo, puesto que, las variables se miden de manera numérica y se usa la estadística para establecer indicadores exactos. Por lo expuesto según el autor, esta investigación es de nivel cuantitativo de modo que permite una mejor toma de decisiones sobre las variables competitividad y calidad del servicio en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita mediante la medición numérica.

#### **4.1.3. Diseño de la investigación**

Según Palella y Martins (2010), la investigación no experimental se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable, el investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes, se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. Se clasifica por el número de veces que recolectan datos en transversal y longitudinales. Hernández, Fernández y Baptista (2010) el diseño transversal realiza observaciones en un momento único en el tiempo, teniendo como propósito describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado. Por ello el estudio adopta como diseño de la investigación no experimental de corte transversal pues se realizó en un solo momento y no hubo una manipulación de las variables competitividad y Calidad del Servicio en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, ya que estas fueron observadas y estudiadas directamente de la realidad.

## 4.2. Población y Muestra

De Barrera (2008), la población es un conjunto de seres que poseen la característica o evento a estudiar y que se enmarcan dentro de los criterios de inclusión. En la presente investigación, la población de estudio para las variables Competitividad y Calidad del servicio son los clientes de las 24 MYPE de rubro restaurantes de la ciudad de Paita. La misma que es una población infinita puesto que no se conoce el número exacto de los clientes de las MYPE, ya que, como expone Arias (2012), “es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de éstos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible.” Para la recolección de datos se tomara como fuente a los clientes de las MYPE que constituye una población infinita; siendo fuente de información para las variables de estudio competitividad y calidad del servicio.

Las unidades de análisis clientes de las 24 MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita bajo estudio cuentan con un promedio de edad de entre 18 a 70 años, de los cuales son turistas y residentes de la zona con grado de instrucción desde nivel primaria hasta el nivel superior técnico y universitario, de nivel socioeconómico bajo, medio y alto de sexo masculino y femenino.

La fórmula para el tamaño de muestra de una población infinita es:

$$n = \frac{Z^2 P Q}{E^2}$$

P= Proporción de personas que acuden a los restaurantes

P= 0.77 (77%)

Q= 0.23 (23%)

Z= 1.96

E=0.05 (5%)

Reemplazando en la formula resulta

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.77 \cdot 0.23}{0.05^2}$$

$$n = 272$$

Arias (2012), “una muestra representativa es aquella que por su tamaño y características similares a las del conjunto, permite hacer inferencias o generalizar los resultados al resto de la población con un margen de error conocido.” La muestra obtenida es producto de la fórmula para población infinita, la misma que para poder tener el valor de P, proporción de personas que acuden a los restaurantes y el valor de Q personas que no acuden a restaurantes se tuvo que realizar una prueba piloto en donde se preguntó a 30 personas ¿si acuden a restaurantes?, teniendo como alternativas de respuestas sí o no. La muestra estuvo conformada por los 272 clientes de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, y se empleó la fórmula de estadística general, para poblaciones infinitas, según Arias (2012).

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

#### 4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Definición Operacional	Escala	Metodología
COMPETITIVIDAD	Es la capacidad de una organización para obtener y mantener sistemáticamente unas ventajas comparativas que le permiten alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en que actúa (AECA, 2010)	Elementos	Gestión Administrativa	La dimensión elementos se medirá a través de los indicadores gestión administrativa, competencias y tecnología	Ordinal	Descriptiva, cuantitativa, no experimental de corte transversal
			Competencias		Nominal	
			Tecnología		Ordinal	
		Nivel de efectividad	Satisfacción del cliente	La dimensión nivel de efectividad se medirá a través de los indicadores satisfacción del cliente y clima colaborativo	Ordinal	
			Clima colaborativo			
CALIDAD DEL SERVICIO	Juran (citado en Hernández, Chumaceiro, Atencio, 2009) calidad en el servicio se define como: “la capacidad de satisfacer al cliente en sus necesidades, expectativas y requerimientos, es la satisfacción que se le proporciona al cliente a través del servicio”	Calidad de materiales	Bienes tangibles	La dimensión características se medirá a través de los indicadores bienes tangibles y Materia Prima	Nominal	
			Materia prima			
		Calidad del servicio	Atención al cliente	La dimensión características se medirá a través de los indicadores atención al cliente y servicio accesible	Ordinal	
			Servicio accesible			



#### **4.4. Técnicas e instrumentos**

La técnica que se aplicó en esta investigación es la encuesta, porque esta técnica permitió recoger datos inmediatos, así mismo la encuesta proporcionó una mejor accesibilidad hacia la población bajo estudio mediante la aplicación del instrumento cuestionario, el instrumento se pre diseñó para poder ser aplicado a la muestra representativa de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, con la que se trabajó en la investigación.

Se elaboró un cuestionario dirigido a los clientes de las MYPE con un total de 35 preguntas cerradas, de escala nominal, permitió recoger datos claros y precisos de la fuente (Clientes). El recojo de información en las MYPE se realizó en el turno de tarde, la política fue establecida por los propietarios puesto que era más conveniente para los clientes así como para ellos, ya que en las mañanas por lo general las personas tienen muchas actividades que realizar y sería perjudicial la pérdida de tiempo para sus clientes.

El instrumento la encuesta antes de ser aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita fue revisado y validado por tres expertos, también se procedió a realizar una prueba piloto.

#### **4.5. Plan de análisis**

En esta investigación los datos recolectados se procesaron en el programa Excel 2007 de Microsoft en un computador que usa Windows 7, posterior a la aplicación del instrumento que permitió obtener la información necesaria para dar respuesta a las interrogantes planteadas en esta investigación, para la presentación y tabulación de datos se hizo uso de estadística descriptiva, donde los datos recogidos fueron plasmados en tablas , los mismos que se presentaran en gráficos, y se interpretaran respectivamente a las variables de estudio competitividad y calidad del servicio.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Competitividad y Calidad del servicio en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018					
Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Marco teórico	Metodología
¿Qué características tiene la competitividad y la calidad del servicio en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018?	<p>Identificar las características de la Competitividad y de la Calidad del servicio en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018.</p> <p>01: Identificar los elementos de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018</p> <p>02: Conocer el nivel de efectividad en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año</p>	<p>La mayor parte de las investigaciones descriptivas no desarrollan hipótesis antes de recolectar datos, según (Hernández, 2006)</p>	<p>V1: Competitividad</p> <p>V2: Calidad del Servicio</p>	<p>Competitividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Competitividad empresarial</li> <li>- Características de la empresa competitiva</li> <li>- Elementos de la competitividad</li> <li>- Nivel de efectividad</li> <li>- Estrategias competitivas</li> </ul> <p>Calidad del Servicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad de materiales de Servicio</li> <li>- Calidad de servicio de calidad</li> </ul>	<p><b>Tipo de la investigación</b></p> <p>Descriptiva</p> <p><b>Nivel de la investigación</b></p> <p>Cuantitativa</p> <p><b>Diseño de la investigación</b></p> <p>No experimental transversal</p>

	<p>2018</p> <p>03: Conocer la calidad de los materiales que emplean las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018</p> <p>04: Determinar la calidad del servicio que brindan las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Importancia de la calidad de servicio</li> <li>- Principios de la atención del cliente</li> <li>- Beneficios de atender mejor al cliente.</li> </ul>	<p><b>Universo</b></p> <p>La población de estudio es infinita y está conformado por los clientes de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita.</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>Población infinita 272 clientes.</p> <p><b>Técnica e instrumento</b></p> <p>La técnica que se usara en la investigación es la encuesta y como instrumento el cuestionario.</p>
--	---	--	--	---	--

#### **4.7.Principios éticos**

Según García, J. (2005), considera que principio es una afirmación fundamental de la que se derivan una serie de consecuencias o conclusiones. No son algo añadido a la persona, como cualquier calificativo, sino que fluyen como atributos de su misma realidad y se fundamentan en su naturaleza. Es por eso que teniendo en cuenta este fundamento esta investigación debe ser autentica teniendo en cuenta principios éticos que caractericen esta investigación, tales como la veracidad y la honestidad que rijan a la investigación para que el estudio sea éticamente correcto, es por ello que en esta investigación se respetan los derechos de autor, referenciando la naturaleza, la fecha y el autor de la fuente a la que se consultó.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

#### 5.1.1. Variable Competitividad

*Tabla 5.1*

*Capacidad de las instalaciones*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	272	100%
NO	0	0%
TOTAL	272	100%

Fuente: Encuesta aplicada

*Tabla 5.2*

*Organización y orden*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	238	88%
NO	34	12%
TOTAL	272	100%

Fuente: Encuesta aplicada

*Tabla 5.3*

*Planificación del tiempo*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	8%
NO	250	92%
TOTAL	272	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Tabla 5.4

*Capacidad de instalaciones*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	7%
NO	254	93%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.5

*De acorde a la decoración*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	142	52%
NO	130	48%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.6

*Infraestructura*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	257	94%
NO	15	6%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.7

*Recomendación del restaurante*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	250	92%
NO	22	8%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.8

*Tiempo oportuno*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	249	91.54%
NO	23	8.76%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.9

*Desarrollo de actividades*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	253	93%
NO	19	7%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.10

*Desempeño de funciones*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	245	90%
NO	27	10%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.11

*Pedidos especiales*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	261	96%
NO	11	4%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada



Tabla 5.12

*Comunicación cliente trabajador*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	272	100%
NO	0	0%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.13

*Disponibilidad de tecnología*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	184	68%
NO	88	32%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.14

*Facilidad en el medio de pago*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	170	63%
NO	102	37%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.15

*Video Vigilancia*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	139	51%
NO	133	49%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.16

*Tiempo de espera*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	51	18.8%
NO	221	81.2%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.17

*Aperitivos únicos*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	207	76.1%
NO	65	23.9%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.18

*Clima colaborativo*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	243	89%
NO	29	11%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.19

*Trato y atención recibida*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	256	94%
NO	16	6%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

### 5.1.2. Variable Calidad del Servicio

Tabla 5.1

*Insumos frescos*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	272	100%
NO	0	0%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.2

*Salubridad*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	272	100%
NO	0	0%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.3

*Pulcritud de utensilios*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	272	100%
NO	0	0%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.4

*Adecuada cocción*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	272	100%
NO	0	0%
TOTAL	272	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.5

*Aperitivos correctos*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	262	96%
NO	10	4%
TOTAL	272	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Tabla 5.6

*Óptimas Condiciones*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	272	100%
NO	0	0%
TOTAL	272	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Tabla 5.7

*Limpieza del restaurante*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	260	96%
NO	12	4%
TOTAL	272	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Tabla 5.8

*Cuenta y facturación*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	272	100%
NO	0	0%
TOTAL	272	100%

Fuente: Encuesta aplicada

*Tabla 5.9*  
*Limpieza de los SS.HH*

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	272	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

*Tabla 5.10*  
*Certificado de salubridad*

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	215	79%
NO	57	21%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

*Tabla 5.11*  
*Vestimenta Indicada*

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	173	64%
NO	99	36%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

*Tabla 5.12*  
*Nuevos aperitivos*

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	167	61%
NO	105	39%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.13

*Aperitivos*

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	239	88%
NO	33	12%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.14

*Atención*

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	221	81.2%
NO	51	18.8%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.15

*Atención oportuna*

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	236	88%
NO	36	12%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

Tabla 5.16

*Servicio oportuno*

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	264	97%
NO	8	3%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada

## **5.2. Análisis de resultados**

### **5.2.1. Variable Competitividad**

En la tabla 5.1 denominada *Capacidad de las instalaciones*, se observa que de los 272 clientes encuestados, en su totalidad afirman que la capacidad de las instalaciones del restaurante si les permite desplazarse cómodamente por sus instalaciones. Caro & Gonzales (2016), realizo una investigación titulada “Nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016” (Universidad Privada del Norte), Siendo las principales conclusiones que la competitividad es clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de cualquier empresa, especialmente en el sector servicios – restaurantes por ello la importancia de medirla y corregir los errores que impiden a los empresarios locales generar ventajas competitivas en forma interna.

Así mismo Carro y Gonzales (2012), consideran que el gerente de operaciones debe suministrar la capacidad necesaria para satisfacer la demanda actual y futura, de otra manera la organización perdería oportunidades de crecimiento y de ganar beneficios. Entonces según los resultados de la encuesta y de lo que dice el autor las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, al disponer de instalaciones en su interior con la capacidad para atender la demanda del mercado que actualmente cubre, estaría no solo satisfaciendo a sus clientes actuales, sino también a sus futuros clientes asegurando de esta manera oportunidades de crecimiento en el rubro en que se desarrolla haciendo de estas MYPE competitivas, ya que, como considera M&A (2006), uno de los aspectos que caracteriza a la empresa competitiva es ser elegida por los clientes , de modo que las MYPE al tener

la capacidad de sus instalaciones, están no solo atendiendo a sus clientes actuales, sino también a sus futuros clientes, alcanzando de esta manera una la competitividad, puesto que están desarrollando uno de los aspectos que caracteriza a las MYPE competitivas siendo uno de estos ser elegida por un gran número de clientes, y que sea cada vez mayor, lo cual implica que la empresa satisfaga aún más necesidades, es decir, poder darle al cliente lo que quiere, contemplados en el marco teórico de la investigación, al lograr una orientación como empresa hacia el cliente, ya que la capacidad de sus instalaciones les permite atender en el presente y aun en el futuro un mayor número de clientes brindándoles de esta manera una mejor atención.

Por lo tanto al cumplirse uno de los aspectos que caracteriza una empresa competitiva como ser elegida por los clientes, las MYPE rubro restaurantes no solo están alcanzando el objetivo general de la investigación, el cual es identificar las características de la competitividad si no que se está permitiendo alcanzar el objetivo específico: Identificar los elementos de la competitividad en las MYPE rubro restaurantes, ya que no solo tienen un aspecto que caracteriza a la empresa competitiva, sino que también están logrando desarrollar uno de los elementos de la competitividad como considera M&A (2006), uno de los 6 elementos de la competitividad es la gestión administrativa en sus dos áreas fundamentales de desempeño como: la gestión estratégica y la gestión diaria, la gestión diaria se constituye en el segundo elemento dentro de la gestión administrativa, en la búsqueda de una mayor competitividad, siendo a su vez elementos claves de la gestión diaria, lograr la verdadera orientación de la empresa al cliente y mejorar continuamente la calidad, afirmando de esta manera que las MYPE rubro



restaurantes de la ciudad de Paita por los resultados obtenidos y los autores consultados anteriormente si están siendo competitivas.

En la tabla 5.2 denominada *Organización y orden*, se observa que de los 272 clientes encuestados el 87.5 % afirman que las actividades que se realizan en el restaurante reflejan orden y organización. Machaca (2017), realizó una investigación titulada “Planificación estratégica y competitividad empresarial en el complejo recreacional ponceca ecoturístico del distrito de Andahuaylas, 2015” (Universidad Nacional José María Arguedas), siendo las principales conclusiones que existe una relación significativa entre planificación estratégica y competitividad empresarial en el Complejo Recreacional Ponceca Ecoturístico del distrito de Andahuaylas, 2015, las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita al realizar sus actividades de forma ordenada y organizada, están reflejando que sus actividades han sido previamente coordinadas y planificadas, ya que se está cuidando que las actividades que realiza la empresa sean de forma ordenada y organizada para brindar una buena atención a los clientes y mantener la fidelidad y preferencia de ellos ante la empresa.

Según M & A (2006), ser una empresa competitiva comprende, en ser elegida por un gran número de clientes, y que cada vez sea mayor el número de clientes, lo cual implica que la empresa cuide la forma en que realiza sus actividades a fin de que los clientes permanezcan en la empresa, las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, al realizar sus actividades en orden y organización están planteando en sus operaciones y en lo que va del proceso así como en la entrega del servicio una base que les permita poder avanzar competitivamente hacia el futuro, así mismo se están enfocando en desarrollar uno de los seis esenciales elementos para que una empresa llegue hacer competitiva según M & A (2006), considera que la gestión

administrativa en sus dos áreas fundamentales de desempeño: la gestión estratégica, la gestión diaria, los aspectos relativos a la innovación y actualización tecnológica, mejoramiento de la productividad, cultura de la organización, desempeño y desarrollo del personal. Según lo antes descrito las MYPE están desarrollando el mejoramiento de la productividad y al mismo tiempo la gestión administrativa como un elemento de la competitividad.

Preocupándose por cimentar una base constituida a través del orden y organización que determine una mayor entrega del servicio para proyectarse objetivos y metas a largo plazo que les permita una mayor competitividad, por lo tanto con lo expuesto se está logrando alcanzar no solo el objetivo general de la investigación sino uno de los objetivos específicos: Identificar los elementos de la competitividad en las MYPE rubro restaurantes, por ello se confirma que según los datos encontrados y a los autores citados en la investigación las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, ejercen elementos que les proporcione la capacidad para poder ser competitivas dentro del rubro.

En la tabla 5.3 denominada *planificación del tiempo*, se observa que de los 272 clientes encuestados el 92% afirman que el tiempo que esperan para que tomen su orden es la adecuada, puesto que el mozo no demora en poder brindarles ayuda y tomar su pedido. Caro & Gonzales (2016), realizó una investigación titulada “Nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016” (Universidad Privada del Norte), Siendo las principales conclusiones que la competitividad es clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de cualquier empresa, especialmente en el sector servicios – restaurantes por ello la

importancia de medirla y corregir los errores que impiden a los empresarios locales generar ventajas competitivas en forma interna.

Es por ello que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita se han preocupado por brindar un buen servicio de atención a sus clientes, tanto que según los datos de la investigación se evidencia que se ha planificado el tiempo en que un cliente debe ser atendido por parte de las MYPE, haciendo de ellas cada vez más competitivas, puesto que, trabajan para brindar y orientar sus actividades como empresa a los requerimientos del cliente, elemento de la competitividad que la empresa debe seguir para lograr ser competitiva en el rubro que ejerce, así mismo lograr la verdadera orientación de la empresa al cliente y mejorar continuamente la calidad según M&A (2006).

De esta manera las MYPE se han proyectado hacia el futuro para poder seguir orientando sus actividades hacia los requerimientos de los clientes, de tal modo que la atención que se le brinde sea de calidad, y con el transcurso de ella se mejore continuamente para poder dar un trato y atención optima a los clientes, de modo que la empresa continúe siendo elegida por los clientes y a la vez tener un mayor número de ellos, permitiendo de esta manera que se logre alcázar no solo el objetivo general de la investigación sino también uno de los objetivos específicos: Identificar los elementos de la competitividad en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita.

En la *tabla 5.4* denominada *conurrencia de clientes*, se observa que de los 272 clientes encuestados el 93% de ellos afirma que en la carta del restaurante se incluyen platos propios del restaurante Caro & Gonzales (2016), realizo una investigación titulada “Nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de

la ciudad de Trujillo en el año 2016” (Universidad Privada del Norte), Siendo las principales conclusiones que la competitividad es clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de cualquier empresa, especialmente en el sector servicios – restaurantes por ello la importancia de medirla y corregir los errores que impiden a los empresarios locales generar ventajas competitivas en forma interna, es por ello que según el autor al brindar una correcta atención al cliente las MYPE está siendo competitiva, de modo que estas están satisfaciendo las necesidades del cliente ya que según M & A (2006), ser una empresa competitiva comprende en ser elegida por un gran número de clientes, y que cada vez tiene que ser mayor el número de clientes de la empresa, lo cual implica que si las instalaciones de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita están en constante concurrencia de clientes, están cumpliendo una de las características que debe tener la empresa competitiva y a la vez están alcanzando uno de los objetivos específicos de la investigación como lo es identificar los elementos de la competitividad en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, ya que al tener concurrencia de clientes las MYPE no solo están caracterizándose por ser competitivas sí que estas están preocupándose por brindar una mejor atención en el servicio y la entrega del producto, ejerciendo uno de los elementos de la competitividad como lo es mejoramiento de la productividad según M & A (2006).

Según los autores citados y los resultados de la investigación se puede decir las MYPE bajo estudio son competitivas puesto que aplican un elemento de la competitividad, en donde debido a la constante concurrencia de clientes se evidencia el mejoramiento de la productividad, como elemento de la competitividad, es por ello que debido a los resultados se puede identificar los elementos de la competitividad en

las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, logrando alcanzar la competitividad dentro del rubro que operan.

En la *tabla 5.5* denominada *De acorde a la decoración*, se observa que de los 272 clientes el 52% afirman que la decoración del restaurante si está acorde con el nivel del precio Gaona (2015), realizo una investigación titulada “Estrategias de diferenciación en el servicio como ventaja competitiva en el restaurant - pub el encanto de la Amazonía en la ciudad de Chiclayo-2015” (Universidad Señor de Sipán), donde se propone determinar la relación entre las estrategias de diferenciación en el servicio y la ventaja competitiva en el Restaurant-Pub El Encanto de la Amazonía, llegando a la conclusión en el análisis de las estrategias de diferenciación en el servicio y sus procesos que una MYPE alcanza la diferenciación si los clientes regresarían a consumir los productos, pese a que en algunos puntos muestran su indiferencia tales como la satisfacción y calidad del servicio. Es por ello que según el autor si los clientes regresan a la empresa a consumir los productos la empresa está alcanzando la diferenciación entre las demás empresas del rubro en el que operan. Según los datos de la investigación realizada las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita están alcanzando diferenciar sus productos de la competencia, puesto que el 48% de los clientes afirman que acuden al restaurante más de una vez por mes.

Por lo que según (Cameron, 2005, citado en Cervera, 2011) la organización es efectiva en el grado en que satisface a sus participantes dominantes o grupos de interés estratégicos, de modo que si las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita están alcanzando la diferenciación de sus productos por la llegada reiterada de sus clientes a consumir los productos, están alcanzando la competitividad, puesto que

según M & A (2006) el mejoramiento de la productividad es uno de los elementos de la competitividad, es por ello que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita con los datos obtenidos y lo expuesto por los autores no solo están logrando alcanzar el objetivo específico identificar los elementos de la competitividad sino también se está alcanzando el objetivo conocer el nivel de efectividad ya que según (Cameron, 2005, citado en Cervera, 2011) la organización es efectiva en el grado en que satisface a sus participantes dominantes o grupos de interés estratégicos, y al evidenciar un 48% de la llegada reiterada de los clientes se puede decir que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita están siendo competitivas.

En la *Tabla 5.6* denominada *Infraestructura*, se observa que de los 272 clientes encuestados el 94% que la infraestructura del restaurante si le inspira seguridad. Navarrete (2013), presento una investigación denominada “Caracterización de la Formalización y la competitividad de las MYPE del sector industria - rubro panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2010-2011” (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote), llegando a la conclusión que las MYPE son competitivas, por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente, es por ello que según los datos obtenidos en la encuesta las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita están dando una buena atención a los clientes, debido a que el 94% del total de encuestados recomendaría el restaurante, y según M & A (2006), competitividad es la capacidad para competir, reto que enfrentan las empresas para aumentar esa capacidad más rápido que sus competidores, ser una empresa competitiva comprende en ser elegida por un gran número de clientes, cada vez mayor.

Por ende por lo descrito anteriormente, las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, están siendo competitivas de modo que están brindando una buena atención a los clientes causando en ellos la satisfacción de poder recomendar a las MYPE rubro restaurantes, y al mismo tiempo están siendo efectivas de modo que según (Pfeffer y Salancik, 2003, citado en Cervera, 2011) “adoptan el punto de vista de que “la efectividad es un estándar externo”, es decir refleja lo bien que se están satisfaciendo las demandas de los grupos de interés de la organización, puesto que se basa en la capacidad que tiene la organización de satisfacer sus demandas, desde sus perspectivas particulares y no las de la organización. De modo que si la organización es cuestionada por otros en su entorno empresarial, puede ser una señal de que no está siendo efectiva”, por lo que declara el autor y los datos obtenidos en la investigación las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita están siendo efectivas puesto que están obteniendo buenas referencias de ella en el mercado, debido a la buena atención y satisfacción de sus clientes, es por ello que se está logrando alcanzar no solo el objetivo general de la investigación sino los objetivos específicos tales como identificar los elementos de la competitividad y conocer el nivel de efectividad en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita.

En la *Tabla 5.7 denominada recomendación del restaurante*, muestra que el 92% del total de los clientes encuestados afirman que si han recomendado el restaurante entre su círculo, mientras que un 8% no lo han recomendado entre su círculo social. Navarrete (2013), presento una investigación denominada “Caracterización de la Formalización y la competitividad de las MYPE del sector industria - rubro panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2010-2011” (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote), en donde llego a la conclusión que

las MYPE son competitivas, por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente. De modo que según los datos obtenidos las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, al ser recomendadas por sus clientes entre su círculo social están logrando satisfacer las necesidades de sus clientes actuales, abriendo camino para sus futuros clientes por la recomendación del que se está haciendo del restaurante, lo cual evidencia que las MYPE están logrando ser efectivas y competitivas ya que según (Cameron, 2005, citado en Cervera, 2011), la organización es efectiva en el grado en que satisface a sus participantes dominantes o grupos de interés estratégicos, la organización es efectiva en el grado en el que atrae miembros y crea un clima colaborativo.

Las MYPES son competitivas ya que están ejerciendo una característica de la competitividad como lo es ser elegida por un gran número de clientes, y que cada vez sea mayor el número de cliente, según M & A (2006). Por lo antes expuesto las MYPES rubro restaurantes están logrando alcanzar los objetivos específicos identificar los elementos de la competitividad y conocer el nivel de efectividad de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, ya que para que los clientes actuales del restaurante puedan recomendarlo entre su círculo social estas deben haber satisfecho no solo las necesidades del cliente sino también sus expectativas, puesto que ellos están convencidos de la buena atención y calidad del servicio que han recibido.

*Tabla 5.8: Tiempo oportuno*, muestra que del total de los 272 clientes encuestados el 91.54% afirman que el tiempo que tuvieron que esperar para recibir su pedido fue de su agrado, mientras que el 8.76% de los encuestados afirman que el tiempo que tuvieron que esperar para recibir su pedido no fue de su agrado. Calderón



(2015), realizó una investigación titulada “Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano” (Universidad nacional de Colombia), llegando a la conclusión de que el capital humano es el principal elemento que influye en la competitividad desarrollada por las organizaciones. De modo que si el 91.54% de los clientes afirman que el tiempo que tuvieron que esperar para recibir su pedido fue de su agrado, es debido a la buena atención que brindan los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes y a la coordinación, orden y organización que tiene las MYPE con respecto a sus actividades para poder satisfacer la demanda de sus clientes.

Según M & A (2006), la gestión administrativa en sus dos áreas fundamentales de desempeño: la gestión estratégica, la gestión diaria, los aspectos relativos a la innovación y actualización tecnológica, mejoramiento de la productividad, cultura de la organización, desempeño y desarrollo del personal son elementos de la competitividad, debido a los datos obtenidos y los argumentos expuestos por los autores las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita están siendo competitivas al preocuparse por mejorar su productividad, desempeño y desarrollo del personal, ya que, han desempeñado sus funciones de forma eficaz, logrando cubrir las expectativas del cliente con el tiempo de espera por su pedido.

Las MYPE rubro restaurantes no solo están siendo competitivas según lo anteriormente expuesto sino que también están alcanzando el nivel de efectividad puesto que (Cameron, 2005, citado en Cervera, 2011) la organización es efectiva en el grado en el cual su funcionamiento interno es consistente, eficientemente organizado, y sin tensión, la organización es efectiva en el grado en que satisface a sus participantes dominantes o grupos de interés estratégicos. Es por ello que con los

datos obtenidos en la investigación se está logrando alcanzar los objetivos específicos identificar los elementos de la competitividad y conocer el nivel de efectividad de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita,

*Tabla 5.9: Desarrollo de actividades*, muestra que del total de los 272 clientes encuestados el 93% de ellos dice que el restaurante si realiza sus actividades exitosamente y el 7% del total de encuestados afirman que el restaurante no se realiza sus actividades exitosamente. Calderón (2015), realizó una investigación titulada “Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano” (Universidad nacional de Colombia), llegando a la conclusión de que el capital humano es el principal elemento que influye en la competitividad desarrollada por las organizaciones. Puesto según los datos obtenidos en la encuesta y lo expuesto por el autor las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita cuentan con el idóneo capital humano para desarrollar sus actividades con éxito, influenciando a bien en la competitividad de las MYPE, según M&A (2006), considera que la gestión administrativa en sus dos áreas fundamentales de desempeño (la gestión estratégica, la gestión diaria), los aspectos relativos a la innovación y actualización tecnológica, mejoramiento de la productividad, cultura de la organización, desempeño y desarrollo del personal. Uno de los elementos de la competitividad que se pone en marcha en las MYPE es el desarrollo del personal, ya que son quienes desarrollan el proceso para que se entregue un buen servicio encada área de la empresa, así mismo se puede decir que por el desarrollo de las actividades que se realizan en las MYPE se pudo lograr identificar los elementos de la competitividad de las MYPE.

(Cameron, 2005, citado en Cervera, 2011) tratando de encontrar una definición del concepto de efectividad, propone que la organización es efectiva en el grado en el cual su funcionamiento interno es consistente, eficientemente organizado, y sin tensión, la organización es efectiva en el grado en que satisface a sus participantes dominantes o grupos de interés estratégicos. Por lo expuesto anteriormente según el autor y los datos obtenidos en la investigación las MYPE están logrando alcanzar dos objetivos específicos con esta pregunta, como lo son: Identificar los elementos de la competitividad; y conocer el nivel de efectividad en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita.

En la tabla 5.10 *Desempeño de funciones*, se observa que de los 272 clientes el 90% afirman que los trabajadores del restaurante desempeñan sus funciones con éxito y el otro 10% de encuestados dice que los trabajadores no desarrollan con éxito sus funciones. Calderón (2015), realizó una investigación titulada “Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano” (Universidad nacional de Colombia), llegando a la conclusión que el capital humano es el principal elemento que influye en la competitividad desarrollada por las organizaciones. Puesto que según los datos obtenidos en la investigación los trabajadores de las MYPES rubro restaurantes de la ciudad de Paita influyen de forma determinante en la competitividad que tienen las MYPE. Según (Cameron, 2005, citado en Cervera, 2011) tratando de encontrar una definición del concepto de efectividad, propone que la organización es efectiva en el grado en el cual su funcionamiento interno es consistente, eficientemente organizado, y sin tensión, la organización es efectiva en el grado en que satisface a sus participantes dominantes o grupos de interés

estratégicos. Por ende las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita son efectivas, ya que, están manteniendo una consistente efectividad y eficacia en sus actividades y han logrado satisfacer las necesidades y hasta las expectativas de los clientes.

Según M&A (2006) constituye 6 elementos de la competitividad tales como: La gestión administrativa en sus dos áreas fundamentales de desempeño: la gestión estratégica, la gestión diaria, los aspectos relativos a la innovación y actualización tecnológica, mejoramiento de la productividad, cultura de la organización, desempeño y desarrollo del personal. Por lo expuesto por el autor y los resultados encontrados las MYPE están siendo competitivas puesto que están desarrollando una cultura organizacional en donde los colaboradores de la empresa están comprometidos con el éxito de la organización, y su desempeño evidencia dicho compromiso, ya que están realizando sus funciones eficazmente, permitiendo así poder alcanzar los objetivos específicos: Identificar los elementos de la competitividad y conocer el nivel de efectividad en las MYPE rubro restaurantes, puesto que los trabajadores se desempeñan con eficacia en las actividades y funciones que se les asigna, contribuyendo a cooperar al cumplimiento de los objetivos del restaurante y a la búsqueda continua de excelentes resultados.

Por ello según los datos obtenidos en la investigación y lo descrito por el autor, las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, están alcanzando uno los objetivos específicos: Identificar los elementos de la competitividad; y determinar el nivel de efectividad en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, por ende son competitivas y efectivas.

*Tabla 5.11: Pedidos especiales*, muestra que del total de los 272 clientes encuestados el 96% de ellos afirman que los chefs si tienen las habilidades para preparar pedidos especiales. Calderón (2015), realizó una investigación titulada “Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano” (Universidad nacional de Colombia), llegando a la conclusión que conclusiones que el capital humano es el principal elemento que influye en la competitividad desarrollada por las organizaciones, por ende las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, en un 96% según la totalidad de encuestados tienen chefs con las habilidades para poder atender los requerimientos que los clientes soliciten al restaurante. Navarrete (2013), presento una investigación denominada “Caracterización de la Formalización y la competitividad de las MYPE del sector industria - rubro panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2010-2011” (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote), llegando a la conclusión que las MYPE son competitivas, por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente. Por lo expuesto según el autor las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita están siendo competitivas al contar con capital humano capacitado que influya en la competitividad de la empresa, así mismo por brindar un servicio oportuno y de calidad a los comensales de las MYPE.

Cumplimiento el objetivo específico: Identificar los elementos de la competitividad de las MYPE, ya que, según M&A (2006) la gestión administrativa en sus dos áreas fundamentales de desempeño: la gestión estratégica, la gestión diaria, los aspectos relativos a la innovación y actualización tecnológica, mejoramiento de la productividad, cultura de la organización, desempeño y desarrollo del personal, teniendo en cuenta lo que el autor dice, las MYPE rubro

restaurantes de la ciudad de Paita, están implementando dos elementos de la competitividad, como lo es el mejoramiento de la productividad, al no limitarse con lo que dispone en cuanto a su habitual servicio, sino que toma con aceptación el pedido y requerimiento del cliente, así mismo otro elemento que desarrolla es la gestión diaria teniendo como elementos claves lograr la verdadera orientación de la empresa al cliente, y mejorar continuamente la calidad, que finalmente también redundan en beneficio de los clientes. Por lo tanto según los datos obtenidos en la investigación las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita son competitivas, puesto que emplean elementos le permitan lograr una mayor competitividad.

En la Tabla 5.12 *Comunicación cliente y trabajador*, muestra que de los 272 clientes encuestados el 100% afirma que la comunicación entre el cliente y trabajadores si se da con facilidad. Román (2016), realizó una investigación denominada “Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicio rubro pizzería en el centro de Piura, año 2016” (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote), llegando a la conclusión que las MYPE necesitan mejorar con respecto a la capacitación y preocuparse más por el desarrollo de los trabajadores, para tener a su personal más comprometido y por lo tanto lo harán más competitivo. Entonces por los resultados arrojados en la encuesta las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de la ciudad de Paita, se evidencia que en su mayoría se da una comunicación fluida entre cliente y trabajador permitiéndole al cliente poder aclarar las dudas que tenga respecto al aperitivo que solicito.

Según M & A (2006), la gestión administrativa en sus dos áreas fundamentales de desempeño: la gestión estratégica, la gestión diaria, los aspectos

relativos a la innovación y actualización tecnológica, mejoramiento de la productividad, cultura de la organización, desempeño y desarrollo del personal son elementos de la competitividad, según los datos obtenidos en la encuesta las MYPE son competitivas al preocuparse por el desarrollo del personal y cultura de la organización, ya que existe una buena interacción entre cliente y trabajador, propiciando un ambiente de agrado para el cliente y el trabajador, de tal manera que hace posible que se establezca un elemento de la competitividad, como lo Cultura de la organización y desarrollo del personal. Con lo acotado por el autor se reafirma que según los datos obtenidos las MYPE tienen una muy buena relación con sus clientes, propiciando un ambiente de agrado a los clientes, estableciendo así la competitividad, por ello estos resultados permiten alcanzar un objetivo específico: Identificar los elementos de la competitividad en las MYPE rubro restaurantes

*Tabla 5.13: Disponibilidad de tecnología*, muestra que del total de clientes encuestados el 68% de ellos dice que el restaurante si dispone de tecnología y el otro 32% del total de los encuestados dicen que el restaurante no tiene tecnología. Meraz (2014), presento una investigación denominada “Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe, en baja california, México” (Universidad autónoma de baja california), llegando a la conclusión que los cambios originados a causa de la globalización están configurando un nuevo escenario en el que se destaca la aparición de nuevas tecnologías como instrumento de comercialización, ante estas tendencias, las MYPE, deben asumir un papel que les permita obtener una posición de liderazgo en el mercado, que a su vez, puedan adaptarse con flexibilidad y rapidez a estos cambio. Por lo expuesto las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, en su mayoría

cuentan con tecnología para realizar sus actividades de manera que le permita atender y dar un buen servicio a los clientes, de modo que se adapten a la tecnología y la puedan usar como herramienta para brindar un mejor servicio.

M&A (2006) contempla a la innovación o actualización tecnológica en los equipos como uno de los elementos de la competitividad, de tal manera que las MYPE al adquirir tecnología están contribuyendo a su competitividad, alcanzando uno de los objetivos específicos: Identificar los elementos de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes, del es por ello que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paíta, al desarrollar elementos de competitividad, están siendo competitivas.

*Tabla 5.14: Facilidad en el medio de pago*, muestra que del total de los clientes encuestados el 100% de ellos respondieron que no cuentan con tecnología para facilitar el pago del servicio con tarjeta, de modo que de los seis esenciales elementos para que una empresa llegue hacer competitiva según M & A (2006), la gestión administrativa en sus dos áreas fundamentales de desempeño: la gestión estratégica, la gestión diaria, los aspectos relativos a la innovación y actualización tecnológica, mejoramiento de la productividad, cultura de la organización, desempeño y desarrollo del personal. Entonces por lo expuesto anteriormente y por los datos obtenidos en la investigación, en este caso las MYPE al no contar con tecnología que permita facilitar el pago con tarjeta de crédito, está quedándose en cuanto la vanguardia tecnológica, ya que esta es fundamental para que una MYPE sea competitiva. Meras (2014), realizó una investigación titulada “Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe, en baja california, México”, en la Universidad



autónoma de baja california. Concluyo que los cambios originados a causa de la globalización están configurando un nuevo escenario en el que se destaca la aparición de nuevas tecnologías como instrumento de comercialización, ante estas tendencias, las MYPE, deben asumir un papel que les permita obtener una posición de liderazgo en el mercado, es por ello que la tecnología en las MYPE sea constituido sumamente importante para que una MYPE sea competitiva, ya que no solo basta con disponer de tecnología para desarrollar y prestar el servicio, sino también para poder facilitar al cliente el pago del servicio. Es por ello que el objetivo específico: Identificar los elementos de la competitividad en las MYPE rubro restaurantes, en este caso no se aplica el elemento de la competitividad, tal manera que las MYPE no han cumplido con desarrollar el elemento de la competitividad.

*Tabla 5.15 Video vigilancia*, del total de los clientes encuestados 51% de ellos afirman que el restaurante si cuenta con cámaras de video vigilancia, mientras el 49% afirma que el restaurante no cuenta con cámara de video vigilancia. Meraz (2014), presento una investigación denominada “Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe, en baja california, México” (Universidad autónoma de baja california), llegando a la conclusión que los cambios originados a causa de la globalización están configurando un nuevo escenario en el que se destaca la aparición de nuevas tecnologías como instrumento de comercialización, ante estas tendencias, las MYPE, deben asumir un papel que les permita obtener una posición de liderazgo en el mercado, que a su vez, puedan adaptarse con flexibilidad y rapidez a estos cambio, Según lo expuesto el autor y los datos obtenidos las MYPE rubro restaurantes en su mayoría son competitivas al contar con tecnología que les permita adaptarse con

flexibilidad a los inmersos cambios de la globalización, así mismo M&A (2006) contempla a la innovación o actualización tecnológica en los equipos como uno de los elementos de la competitividad, por ello las MYPE al contar con equipos de video vigilancia están no solo están alcanzando uno de los objetivos específicos como identificar los elementos de la competitividad sino también están alcanzo la efectividad.

Puesto que según (Cameron, 2005, citado en Cervera, 2011) tratando de encontrar una definición del concepto de efectividad, propone que la organización es efectiva en el grado en que logra sus recursos necesarios, es por ello que al contar con cámaras de video vigilancia está logrando obtener uno de los recursos necesarios para la seguridad de la empresa, de modo que según lo expuesto por los autores las MYPE rubro restaurantes están logrando alcanzar los objetivos específicos: identificar los elementos de la competitividad y conocer el nivel de efectividad en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita.

*Tabla 5.16: Tiempo de Espera*, los resultados muestran que el 81.2% de los clientes afirman que el tiempo que espera para que tomen su orden no es mayor al de otro restaurante. Navarrete (2013), realizo una investigación titulada “Caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPE del sector industria - rubro panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2010-2011”, en la (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote), llegando a la conclusión que las MYPE son competitivas, por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente, según el autor la MYPE es competitivas si estas mejoran la atención al cliente, y si por ende orientan a la empresa a brindar un servicio óptimo a los comensales, según los datos obtenidos las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de

Paita están brindando una muy buena atención , ya que tienen cuidado de no tomarse mucho tiempo para hacer esperar al cliente por el pedido que realizo, del mismo (Cameron, 2005, citado en Cervera, 2011) tratando de encontrar una definición del concepto de efectividad, propone que la organización es efectiva en el grado en el cual su funcionamiento interno es consistente, eficientemente organizado, y sin tensión, la organización es efectiva en el grado en que satisface a sus participantes dominantes o grupos de interés estratégicos. Según los datos obtenidos en la investigación las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita al preocuparse y tener un tiempo estimado para tomar la orden del cliente están siendo competitivas, ya que, están poniendo en marcha la efectividad al ofrecer una atención eficaz y eficiente, logrando realizar sus actividades de manera ordenada y consistente, satisfaciendo las necesidades del cliente para que se sienta satisfecho con la atención, logrando alcanzar uno de los objetivos específicos de la investigación conocer el nivel de efectividad de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita.

En la Tabla 5.17 *Aperitivos Únicos*, muestra que de los 272 clientes encuestados el 76.1% afirma que en la carta del restaurante hay platos que no encontraría en otro restaurante. Calderón (2015), realizó una investigación titulada “Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano” (Universidad nacional de Colombia), donde concluyo que el capital humano es el principal elemento que influye en la competitividad desarrollada por las organizaciones, así mismo, (Cameron, 2005, citado en Cervera, 2011) tratando de encontrar una definición del concepto de efectividad, propone que las diferentes visiones sobre este concepto se agrupan en cinco perspectivas: a) Modelo de metas: La organización es

efectiva en el grado en que logra sus metas establecidas, b) Modelo de dependencia de recursos: La organización es efectiva en el grado en que logra sus recursos necesarios, c) El modelo de congruencia interna: La organización es efectiva en el grado en el cual su funcionamiento interno es consistente, eficientemente organizado, y sin tensión, d) Modelo de participantes estratégicos: La organización es efectiva en el grado en que satisface a sus participantes dominantes o grupos de interés estratégicos, e) Modelo de relaciones humanas: La organización es efectiva en el grado en el que atrae miembros y crea un clima colaborativo. Por tanto por lo expuesto por ambos autores las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de son efectivas al innovar con nuevos aperitivos que mantengan la preferencia de los clientes o sean la atracción para clientes potenciales, de modo que las MYPE están siendo efectivas en el grado que atraen a nuevos miembros, así como satisfacer a los clientes con los que ya cuenta, con ello la empresa está logrando alcanzar uno de los objetivos específicos de la investigación, conocer el nivel de efectividad en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita.

En la Tabla 5.18 denominada *Clima colaborativo*, muestra que de los 272 clientes encuestados el 89% afirma que percibe un clima colaborativo entre jefe y trabajador del restaurante. Calderón (2015), realizó una investigación titulada “Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano” (Universidad nacional de Colombia), donde concluyo que el capital humano es el principal elemento que influye en la competitividad desarrollada por las organizaciones, así mismo, (Cameron, 2005, citado en Cervera, 2011) tratando de encontrar una definición del concepto de efectividad, propone que la organización es efectiva en el

grado en el cual su funcionamiento interno es consistente, eficientemente organizado, y sin tensión, la organización es efectiva en el grado en que satisface a sus participantes dominantes o grupos de interés estratégicos, la organización es efectiva en el grado en el que atrae miembros y crea un clima colaborativo. Por tanto por lo expuesto por ambos autores las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de son efectivas al mantener buenas relaciones entre jefe y trabajador, el mismo que crea un clima organizacional idóneo para una buena entrega de la atención al cliente así como del producto, con ello la empresa está logrando alcanzar uno de los objetivos específicos de la investigación, conocer el nivel de efectividad en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita.

En la Tabla 5.19 denominada *Trato y atención recibida*, muestra que de los 272 clientes encuestados el 94% afirma que percibe que el trato y la atención que les dieron lo harían regresar al restaurante. Navarrete (2013), presento una investigación denominada “Caracterización de la Formalización y la competitividad de las MYPE del sector industria - rubro panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2010-2011” (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote), llegando a la conclusión que las MYPE son competitivas, por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente. De modo que por los datos obtenidos en la investigación las MYPE rubro restaurantes al brindarle una buena atención al cliente está motivándolo a que pueda volver a visitar el restaurante, así mismo, (Cameron, 2005, citado en Cervera, 2011) tratando de encontrar una definición del concepto de efectividad, propone que la organización es efectiva en el grado en el cual su funcionamiento interno es consistente, eficientemente organizado, y sin tensión, la organización es efectiva en el grado en que satisface a sus participantes dominantes o

grupos de interés estratégicos, la organización es efectiva en el grado en el que atrae miembros y crea un clima colaborativo. Por tanto por lo expuesto por ambos autores las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de son efectivas al mantener buenas relaciones con sus clientes jefe, el mismo que crea un clima organizacional idóneo para que el cliente se sienta satisfecho y a gusto con la atención brindada, con ello la empresa está logrando alcanzar uno de los objetivos específicos de la investigación, como lo es conocer el nivel de efectividad en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita.

### **5.2.2. Variable Calidad del servicio**

Tabla 5.1 *Insumos Frescos* los resultados muestran que de los 272 encuestados el 100% afirman que sus insumos son frescos. Arrascue & Segura (2016), presento una investigación denominada “Gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “clinifer” chichayo-2015” (Universidad Señor de Sipán), en donde concluyo que si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, por ende según los resultados de la encuesta las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, están proporcionando un servicio y a la vez un aperitivo de calidad, puesto que Calidad “Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios“(Álvarez, 2006, citado en el Buzón de Pacioli, 2013). Según los datos de la encuesta a los clientes de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita los aperitivos que orden están elaborados por insumos frescos, según la degustación y observación del aperitivo por parte de los

clientes, de modo que calidad busca satisfacer no solo la necesidad del cliente sino anticiparse a ella, según los datos obtenidos las MYPE rubro restaurantes están alcanzando dos de los objetivos específicos tales como conocer la calidad de materiales que emplean las MYPE así como determinar la calidad del servicio que brindan.

*Tabla 5.2: Salubridad*, los resultados muestran que el 100% de los clientes encuestados respondieron que si ven reflejado la salubridad en los aperitivos que ordenaron. Martínez (2014) realizó una investigación titulada “Gestión de calidad y formalización de las MYPE del sector de comunicaciones rubro transporte de pasajeros de la ciudad Piura, año 2013” en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura. Perú. Concluyendo que la mayoría de las MYPE encuestadas no tienen un manejo adecuado de la gestión de calidad y un tercio de las mismas tienen conocimiento de la formalización. Según el antecedente las MYPE deben tener un manejo adecuado de la gestión de calidad, siendo parte importante de toda empresa la formalización, y es por eso que de esta manera se contribuye a cumplir el objetivo conocer la calidad de los materiales que emplean las MYPE, pero del mismo modo Según la plataforma financiera Prendanet (2015), define a los recursos materiales como “todos aquellos bienes tangibles que permiten que las personas desarrollen su trabajo en la organización, como instalaciones, edificios, vehículos, maquinaria, etc.”, desde otra perspectiva el portal web Lifeder establece que “los recursos materiales están formados por todos aquellos bienes tangibles de los que dispone la organización, como maquinaria, inmuebles, vehículos, material de oficina, equipos informáticos, materias primas o el stock del almacén.” Entonces según los datos obtenidos de la investigación al 100% se refleja la salubridad de los aperitivos en las

MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, de modo que los materiales que hacen posible la elaboración de los diferentes aperitivos están en condiciones de buena salubridad al ser empleados y obtener aperitivos que se caracterizan por la salubridad y frescura de insumos. Con ellos se buscara lograr dar respuesta a los objetivos específicos conocer la calidad de los materiales y determinar qué calidad de servicio brindan las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita.

*Tabla 5.3: Pulcritud de Utensilios*, los resultados muestran que el 100% de los clientes respondieron que los cubiertos y utensilios del restaurante reflejan pulcritud. Carbajal (2017), realizo una investigación titulada “Programa de las buenas prácticas para mejorar la calidad de atención al cliente en el restaurant al punto - v.e.s. 2014”, (Universidad Autónoma del Perú), en donde concluyo que el programa de las buenas prácticas influye en la mejora de la satisfacción de necesidades del cliente en el restaurant, según el autor las buenas practicas conllevan a una mejora para que la empresa pueda satisfacer las necesidades del cliente, y anticiparse a ellas, de modo que pueda brindar una atención y un servicio de calidad para el cliente. Por otro lado para Juran (citado en Hernández, Chumaceiro, Atencio, 2009) calidad en el servicio se define como: “la capacidad de satisfacer al cliente en sus necesidades, expectativas y requerimientos, es la satisfacción que se le proporciona al cliente a través del servicio” por ello al proporcionarle utensilios y cubiertos en óptimas condiciones de pulcritud las MYPE están contribuyendo a brindar un servicio de calidad a los clientes, puesto que están satisfaciendo las necesidades del cliente, asi mismo están brindando un servicio seguro y confiable, según la definición de calidad de servicio de (Pizzo, 2013, citado en el buzón de Pacioli, 2013) “es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y



expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.” Es por ello que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita están ofreciendo contribuyendo al cumplimiento de los objetivos específicos conocer tales como conocer la calidad de materiales de los materiales y determinar la calidad de servicio que brindan.

*Tabla 5.4: Adecuada cocción*, los resultados muestran que el 100% de los clientes encuestados respondieron que la cocción de sus aperitivos es la de esta manera se observa que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad tienen en cuenta de manera vital, la cocción correcta de sus aperitivos antes de ofrecerlos los clientes. González y Ramírez (2010), realizó una investigación titulada “Diagnóstico de Calidad para la Empresa Comercializadora Ragón S.A. de C.V”, en la Universidad de las Américas Puebla. Puebla. México, Llegando a la conclusión, que el liderazgo es una herramienta básica en el manejo de una empresa, ya que el líder desempeña actividades importantes tanto para la empresa como para sus colaboradores, por medio del liderazgo se puede obtener éxito entre todas las aéreas de la organización y así trabajar como equipo para lograr un fin común, de manera que el que se tenga en cuenta la salubridad y frescura de los insumos en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, es el resultado de una tarea en conjunto, ya que los colaboradores bajo el liderazgo del propietario o encargado de la empresa verifican que los insumos a usar en la preparación de los platos sean los adecuados. Por lo que la importancia

de examinar las diferentes fallas en el servicio que ocurre en un restaurante no pueden subestimarse, porque son determinantes en la ausencia de clientes según Chung y Hoffman (1998). Es por ello que por lo anteriormente descrito las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita están tomando en cuenta la gran importancia que tiene el no cometer fallas de esta naturaleza puesto que luego conllevara a la ausencia y pérdida de clientes. Por lo tanto las MYPE están contribuyendo de esta manera a la calidad y al cumplimiento de uno de los objetivos de la investigación: Determinar la calidad de servicio brindan las MYPE. Por lo tanto las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita son de calidad.

*Tabla 5.5: Aperitivos correctos*, los resultados muestran que el 100% de los clientes encuestados respondieron que los aperitivos que ordenaron son los mismos que les entregaron, de esta manera se observa que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, tienen cuidado en no cometer errores en la entrega del pedido para no generar incomodidades en los clientes. Por lo que la importancia de examinar las diferentes fallas en el servicio que ocurre en un restaurante no pueden subestimarse, porque son determinantes en la ausencia de clientes según Chung y Hoffman (1998). Es por ello que no se puede subestimar el elegir insumos frescos, una correcta cocción de insumos y por ende una buena entrega del aperitivo, porque depende de ello, se tendrá si se fideliza el cliente, o de lo contrario se perderá al cliente. Contribuyendo de esta manera a la calidad y al cumplimiento de uno de los objetivos de la investigación: Determinar qué calidad de servicio brindan las MYPE. Por lo tanto las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita son de calidad.

*Tabla 5.6: Óptimas Condiciones*, los resultados muestran que el 100% de los clientes encuestados respondieron sus aperitivos llegaron en óptimas condiciones de

esta manera se observa que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, se preocupan en realizar una buena entrega del servicio, así como del aperitivo a uss cliente, cuidando hasta el más mínimo detalle en la elaboración de los aperitivos, yasi como de entregar un buen servicio hacia los clientes, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) consideran que la calidad de servicio consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido, es por ello que para contribuir con el objetivo específico de saber qué calidad de servicio brindan las MYPE rubro restaurantes, se debe obtener las impresiones de los clientes sobre el trato recibido que se le da a los clientes, ya que los materiales pulcros ayudan a su vez que la empresa alcance otro objetivo específico: Conocer la calidad de los materiales que emplean las MYPE, por lo tanto por lo expuesto las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, están siendo MYPE de calidad.

*Tabla 5.7: Limpieza del restaurante*, los resultados muestran que el 100% de los clientes encuestados respondieron que el restaurante si permanecen limpios. González y Ramírez (2010), realizo una investigación titulada “Diagnóstico de Calidad para la Empresa Comercializadora Ragón S.A. de C.V”, en la Universidad de las Américas Puebla. Puebla. México. Llegando a la conclusión, que el liderazgo es una herramienta básica en el manejo de una empresa, ya que el líder desempeña actividades importantes tanto para la empresa como para sus colaboradores, por medio del liderazgo se puede obtener éxito entre todas las aéreas de la organización y así trabajar como equipo para lograr un fin común. Por lo estipula el autor anteriormente citado las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, para tener éxito en sus actividades y en cada área deben trabajar en conjunto, de modo que la

pulcritud del establecimiento refleja la primera impresión que se lleva un cliente al ingresar, es necesario que se trabaje en equipo entre propietario y colaboradores para poder lograr proyectar una muy buena imagen a cada uno de los clientes, es por ello que según lo que se observa en los resultados las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita si se han preocupado por lograr que las instalaciones de su restaurante se caractericen por la pulcritud, de manera que han priorizado la limpieza de la empresa, ya que es de suma importancia para contribuir con la calidad de las MYPE, logrando de esta manera cumplir con el objetivo específico: Determinar qué calidad de servicio brindan las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita.

Tabla 5.8 *Cuenta y facturación*, los resultados muestran que el 100% de los encuestados afirman que reciben de forma correcto la facturación y cuenta de lo que han consumido en las MYPE rubro restaurantes. Aguirre (2013), realizo una investigación titulada “El servicio de calidad de los restaurantes y la satisfacción del cliente en el distrito de la unión – dos de mayo 2013” (Universidad de Huánuco), El trato y atención recibidos en el restaurante en el transcurso del servicio, se constituyen en factores clave de opinión en la valoración final del establecimiento; el ambiente físico de los restaurantes si influye en la satisfacción del cliente en el distrito de la Unión, por lo expuesto al entregar una buena facturación se está brindando un buena atención al cliente logrando así contribuir al cumplimiento del objetivo Determinar qué calidad de servicio brindan las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita..

Tabla 5.9: *Servicios higiénicos limpios*, los resultados muestran que el 100% de los clientes encuestados respondieron que los servicios higiénicos si están limpios, González y Ramírez (2010), realizo una investigación titulada “Diagnóstico de

Calidad para la Empresa Comercializadora Ragón S.A. de C.V”, en la Universidad de las Américas Puebla. Puebla. México. Llegando a la conclusión, que el liderazgo es una herramienta básica en el manejo de una empresa, ya que el líder desempeña actividades importantes tanto para la empresa como para sus colaboradores, por medio del liderazgo se puede obtener éxito entre todas las aéreas de la organización y así trabajar como equipo para lograr un fin común. Por ende el restaurante al permanecer con los SS.HH limpios están preocupándose por mantener son solo parte de sus instalaciones sino también los servicios higiénicos ayudando así a contribuir, al objetivo específico: Determinar la calidad del servicio qué calidad de servicio brindan las MYPE.

Tabla 5.10: *Certificado de salubridad*, los resultados muestran que el 80% de los propietarios encuestados respondieron que la salubridad y frescura de insumos siempre se tiene en cuenta, y un 20% de los propietarios a veces tienen en cuenta la salubridad y frescura de insumos, de esta manera se observa que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad tienen en cuenta de manera vital, la salubridad y frescura de insumos. González y Ramírez (2010), realizo una investigación titulada “Diagnóstico de Calidad para la Empresa Comercializadora Ragón S.A. de C.V”, en la Universidad de las Américas Puebla. Puebla. México, Llegando a la conclusión, que el liderazgo es una herramienta básica en el manejo de una empresa, ya que el líder desempeña actividades importantes tanto para la empresa como para sus colaboradores, por medio del liderazgo se puede obtener éxito entre todas las aéreas de la organización y así trabajar como equipo para lograr un fin común, de manera que el que se tenga en cuenta la salubridad, las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, es el resultado de una tarea en conjunto, ya que los colaboradores bajo el

liderazgo del propietario o encargado de la empresa verifican que los insumos a usar en la preparación de los platos sean los adecuados. Por lo que la importancia de examinar las diferentes fallas en el servicio que ocurre en un restaurante no puede subestimarse, porque son determinantes en la ausencia de clientes según Chung y Hoffman (1998). Es por ello que por lo anteriormente descrito las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita están tomando en cuenta la gran importancia que tiene el no cometer fallas de esta naturaleza puesto que luego conllevará a la ausencia y pérdida de clientes. Por lo tanto las MYPE están contribuyendo de esta manera a la calidad y al cumplimiento

*Tabla 5.11: Vestimenta indicada*, los resultados muestran que el 64% de los clientes encuestados respondieron que la vestimenta de los colaboradores del restaurante es la adecuada, mientras que el 36% indicó que no la vestimenta no es la adecuada, por ende sus expectativas son satisfechas, un 25% a veces dicen que sus expectativas son satisfechas, por ende según Aguirre (2013), realizó una investigación titulada “El servicio de calidad de los restaurantes y la satisfacción del cliente en el distrito de la unión – dos de mayo 2013” (Universidad de Huánuco), El trato y atención recibidos en el restaurante en el transcurso del servicio, se constituyen en factores clave de opinión en la valoración final del establecimiento; el ambiente físico de los restaurantes si influye en la satisfacción del cliente en el distrito de la Unión. Por lo expuesto según Aguirre el establecimiento al recibir una opinión favorable por parte de los clientes en cuanto a la indumentaria de los trabajadores está otorgándole una valoración favorable al restaurante ayudando así a lograr cumplir con uno de los objetivos específicos de la investigación. Deming (1989) la calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste,

adecuado a las necesidades del mercado. Contribuyendo a la mejora continua, satisfaciendo las necesidades del cliente en el presente y en el futuro, permitiendo con los datos obtenidos alcanzar el objetivo: Conocer qué calidad de servicio brindan las MYPE, por lo tanto rubro restaurantes de la ciudad de Paita, si son de calidad.

*Tabla 5.12: Nuevos Aperitivos*, los resultados muestran que el 61% de los clientes encuestados afirman si se deben elaborar nuevos aperitivos y un 39% de los encuestados afirman que no se deben elaborar nuevos aperitivos, Mendoza (2007) declara que el atributo que contribuye, fundamentalmente, a determinar la posición de la empresa en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre los productos o servicio que reciben. Este mismo autor resalta que específicamente la calidad del servicio hoy en día se ha vuelto requisito imprescindible para competir en todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en cuenta de los resultados, tanto en el corto como en el largo plazo, son muy positivas para las empresas envueltas en este tipo de procesos. Es por ello que según los datos obtenidos y el autor consultado, es muy importante la opinión de los clientes que se tenga, es por ello que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita deben de implementar nuevos aperitivos en sus menú o cartas para ofrecer a los clientes, Con ello se está logrando alcanzar uno de los objetivos específicos de la investigación: Determinar la calidad del servicio están brindando las MYPE, por tanto al conocer que calidad de servicio se brinda se establecerá si las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita son de calidad.

*Tabla 5.13: Aperitivos*, los resultados muestran que el 88% de los clientes encuestados respondieron que los aperitivos si satisfacen sus expectativas y un 12% afirman que sus expectativas no son satisfechas, por ende al satisfacerse las expectativas de los clientes se está logrando la calidad de las actividades que realizan las MYPES, ya que según Deming (1989) la calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado. Contribuyendo a la mejora continua, satisfaciendo las necesidades del cliente en el presente y en el futuro, permitiendo con los datos obtenidos alcanzar el objetivo: Determinar qué calidad de servicio brindan las MYPE, por lo tanto rubro restaurantes de la ciudad de Paita, si son de calidad.

*Tabla 5.14: Atención* los resultados muestran que el 81.2% de los clientes encuestados afirman que los trabajadores si se muestran interesados en ayudarles, mientras que un 18.8% afirman que los trabajadores no se muestran interesados en ayudarles. Mendoza (2007) declara que el atributo que contribuye, fundamentalmente, a determinar la posición de la empresa en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre los productos o servicio que reciben. Este mismo autor resalta que específicamente la calidad del servicio hoy en día se ha vuelto requisito imprescindible para competir en todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados, tanto en el corto como en el largo plazo, son muy positivas para las empresas envueltas en este tipo de procesos. Es por ello que según los datos obtenidos y el autor consultado, es muy importante la opinión de los clientes que se tenga del producto o servicio, ya que son los clientes quienes ayudaran a la empresa para bien o para mal según su opinión para que esta logre imprescindiblemente sobresalir en el mundo empresarial. Con



ello se está logrando alcanzar uno de los objetivos específicos de la investigación: Determinar la calidad del servicio que están brindando las MYPE, por tanto al conocer que calidad de servicio se brinda se establecerá si las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita son de calidad.

*Tabla 5.15: Atención oportuna*, los resultados muestran que el 88% de los clientes encuestados afirman que la atención que se le brinda si es oportuna a la hora que llega al restaurante, y un 12% no recibe un servicio oportuno, de modo que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, están atendiendo a los clientes de forma inmediata y oportuna, ya que Deming (1989) la calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado. El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. De modo que según lo que dice el autor las MYPE de la ciudad de Paita, para poder ir rumbo hacia la calidad, deben de adecuar sus actividades a las necesidades del cliente, a satisfacer las necesidades que este tiene, para así la empresa pueda permanecer por más tiempo en el mercado. Es por ello que por lo descrito anteriormente se logra el cumplimiento del objetivo específico: Determinar la calidad de servicio brindan las MYPE, por tanto las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita siguen el camino de la calidad.

*Tabla 5.16: Servicio oportuno*, los resultados muestran que el 97% de los clientes encuestados afirman que el servicio que se les brinda si es oportuno, un 3% manifiesta que la atención ha sido oportuna a veces, entonces partiendo de los datos recogidos, se afirma que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, son

competitivas dando un servicio oportuno a sus comensales, del mismo modo según Martínez (2014) realizó una investigación titulada “Gestión de calidad y formalización de las MYPE del sector de comunicaciones rubro transporte de pasajeros de la ciudad Piura, año 2013” en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura. Perú. Concluyó que la mayoría de las MYPE encuestadas no tienen un manejo adecuado de la gestión de calidad y un tercio de las mismas tienen conocimiento de la formalización. Por ello según este antecedente, es importante recalcar que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, si están brindando un servicio oportuno, pese a que muchas MYPE no lo han desarrollado adecuadamente la gestión de calidad, es así que con ello se da cumplimiento al objetivo de Determinar qué calidad de servicio se brindan en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, corroborándose así su calidad según los datos obtenidos y las fuentes consultadas.

## **VI. CONCLUSIONES**

Los elementos de la competitividad identificados en la investigación son la gestión administrativa y las competencias concerniente al mejoramiento de la productividad, puesto que las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita en su mayoría desarrollan sus actividades exitosamente, cuidando minuciosamente el tiempo en que desarrollan sus actividades a bien de que los clientes puedan percibir la eficiencia en la realización de cada una de las actividades que realizan, de modo que puedan ofrecer al cliente aperitivos especiales que puedan ser competitivos frente a las demás y que puedan satisfacer las expectativas del cliente. Se recomienda que las MYPE rubro restaurantes deberían implementar un sistema computarizado para un

mejor control de inventarios, facturación y entrega del servicio que le permita sistematizar sus compras, ventas, impuestos, etc. Para una mejor administración y efectividad en sus operaciones.

Se conoció que el nivel de efectividad de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita se da desde que la organización es efectiva en el grado en el cual su funcionamiento interno es consistente, eficientemente organizado, y sin tensión, puesto que en su mayoría las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita han enfatizado sus esfuerzos por satisfacer en lo más mínimo a sus clientes, de modo que su consistencia y funcionamiento interno como empresa se ve reflejado en la atención que le brindan a los clientes, creando un clima colaborativo dentro de la empresa del cual pueda ser parte el cliente.

Se conoce que la calidad de los materiales que emplean las MYPE investigadas es de excelente calidad, caracterizándose por reflejar pulcritud, y estar en óptimas condiciones, permitiendo que las MYPE puedan ofrecer productos de calidad que cubran las condiciones de salubridad.

La calidad de servicio que brindan las MYPE investigadas está orientada a las necesidades de atender y satisfacer los requerimientos de los clientes, ya que ellas han establecido parámetros de tiempo para atender el pedido del cliente y los pedidos especiales que los clientes soliciten, permitiendo que las MYPE puedan ofrecer un servicio de calidad y oportuno a bien de los clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 9000, I. (s.f.). *Las Normas ISO 9000 del 2000*. Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de <http://www.pascualbravo.edu.co/pdf/calidad/iso9000-2000.pdf>
- Cornejo, C. (2013). *Plan de marketing basado en estrategias competitivas para la implementación de un restaurante de comida japonesa y nikkei en la ciudad de Chiclayo*. Chiclayo.Perù: Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.
- Fares Abdallah, Y. C. (2013). *La administración del departamento de requisitorias del aeropuerto internacional "Jorge Chávez" y su incidencia en la gestión de calidad de su personal policial - 2012*. Lima. Perù: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Garcia de Alba, J. M. (2005). *Etica Profesional Fundamental*. Mexico Morelia: AMIESIC.
- Hernández Sampieri, R., Fernández collado, c., & Baptista Lucio, M. d. (2010). *Metodologia de la Investigaciòn*. Mexico: Mcgall- HILL.
- Martínez, S. (2014). *Gestión de calidad y formalización de las MYPE del sector de comunicaciones rubro transporte de pasajeros de la ciudad Piura, año 2013*. Piura.Perù: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Meraz, L. (2014). *Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe, en baja california, México*. Mexico: Universidad Autónoma de Baja California.

Navarrete, G. (2013). *Caracterización de la formalización y la competitividad de las Mypes del sector industria - rubro panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2010-2011*. Chimbote.Perù: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

NU.CEPAL. (2000). *Panorama Social de America Latina*. Mexico. D.F. Mexico: CEPAL.

Parella Stracuzzi, S. (2006). *Metodología de la investigación cualitativa* . Caracas, Venezuela: FEDUPEL.

René, E. (2009). *Calidad de la gestión administrativa de la facultad de ciencias económicas y administrativas de la universidad nacional de Itapúa, año 2009*. Encarnación.Paraguay: Universidad nacional de Itapúa.

Slideshare. (10 de junio de 2010). Recuperado el 3 de junio de 2015, de Competitividad: <http://es.slideshare.net/Krdo/competitividad-4464513>

## **ANEXOS**

## CONFIABILIDAD

# CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Epelle Jovanny Cruz Bautista, identificado con DNI 02847742,  
MAGÍSTER EN Dirección y Gestión Empresarial: Por  
medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los)  
instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por  
Huelga Anita Dina Gris, a los efectos de su aplicación a  
los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:  
“COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO  
RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE PAITA, AÑO 2015”, que se encuentra  
realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante  
tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus  
resultados.

Piura, 22 Octubre 2015

  
Epelle Jovanny Cruz Bautista  
C.A.A.: 6007

# Validación

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
1. ¿Las instalaciones del restaurante tienen la capacidad para atender toda la demanda?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
2. ¿Las instalaciones de su restaurante están en la capacidad de atender a toda la demanda?							Si ( ) No (x)
3. ¿Las actividades que se realizan en su restaurante son previamente planificadas?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
4. ¿Los productos que adquiere su restaurante han sido planificados?		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
5. ¿Los menús que ofrece su restaurante están programados?		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
6. ¿La preparación de los aperitivos está programada?		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)



Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
7. ¿Se ha planificado el tiempo en que los trabajadores deben atender la orden del cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
8. ¿Se le asignado el tiempo en que debe atender la orden del cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
9. ¿El restaurante desarrolla sus actividades exitosamente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
10. ¿Desarrolla eficientemente sus funciones? <i>¿Quién?</i>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
11. ¿Los trabajadores realizan con eficiencia sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
12. ¿Desarrolla eficazmente sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
13. ¿Los trabajadores se desempeñan eficazmente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
14. ¿El restaurante desarrolla mecanismos de control?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
15. ¿El personal desarrolla correctamente sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
16. ¿Puede realizar funciones ajenas a su cargo?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
17. ¿Los trabajadores del restaurante han realizado funciones ajenas a su cargo?		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
18. ¿El personal del restaurante posee las habilidades para atender a su necesidad?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
19. ¿El personal del restaurante tiene la habilidad de comunicarse con facilidad?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
20. ¿La comunicación entre cliente y trabajador se da con facilidad?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si (x) No ( )
21. ¿Los chefs tienen las habilidades para preparar pedidos especiales?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
22. ¿En la carta del restaurante se incluyen platos propios de su creación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
23. ¿En la carta hay platos que no encuentra en otro restaurante?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
24. ¿Los trabajadores han recibido capacitación para desempeñarse en sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
25. ¿Ha sido capacitado para desempeñar sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
26. ¿Puede responder sin inconveniente alguno a las preguntas del cliente?		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		Si ( ) No (x)
27. ¿El personal responde a sus preguntas de forma completa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
28. ¿Tiene formación profesional en el cargo que desempeña?	<input checked="" type="checkbox"/>					<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
29. ¿Su restaurante dispone de tecnología?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
30. ¿El restaurante cuenta con tecnología que facilite el desempeño de sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
31. ¿Sabe usar la tecnología con la que dispone?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
32. ¿La tecnología con la que cuenta es la necesaria para atender toda la demanda?		X		X		X	Si ( ) No (X)
33. ¿El restaurante tiene tecnología que le facilite el pago del servicio?		X		X		X	Si ( ) No (X)
34. ¿El restaurante cuenta con tecnología para que los clientes paguen con tarjeta?	X			X		X	Si ( ) No (X)
35. ¿El restaurante dispone de tecnología para contribuir a la seguridad de los clientes?	X			X		X	Si ( ) No (X)
36. ¿El restaurante tiene cámaras de seguridad?		X		X		X	Si ( ) No (X)
37. ¿El restaurante tiene tecnología para mejorar su comodidad?	X			X		X	Si ( ) No (X)
38. ¿El restaurante tiene aire acondicionado?		X		X		X	Si ( ) No (X)
39. ¿El restaurante tiene calefacción?		X		X		X	Si ( ) No (X)



Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
40. ¿Las instalaciones del restaurante son amplias permitiendo que los trabajadores realicen sus funciones con éxito?	X					X	Si ( ) No (X)
41. ¿Las instalaciones del restaurante le permiten realizar sus funciones exitosamente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
42. ¿Las instalaciones del restaurante son cómodas permitiéndole moverse con facilidad?		X		X		X	Si ( ) No (X)
43. ¿El precio de los aperitivos que consume es menor al de un restaurante similar?	X		X		X		Si ( ) No (X)
44. ¿El tiempo que espera para que tomen su orden es mayor al de otro restaurante?	X		X		X		Si ( ) No (X)
45. ¿El tiempo que espera para recibir su orden es mayor al de otro restaurante?	X		X		X		Si ( ) No (X)
46. ¿Cómo nos valora en relación a la competencia?	X			X		X	Si ( ) No (X)

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
47. ¿El menú que ofrece el restaurante refleja la imagen que presenta?		X	X		X		Si ( ) No (X)
48. ¿La decoración del restaurante está acorde con el nivel de precio?		X	X			X	Si ( ) No (X)
49. ¿La infraestructura de su restaurante cumple con los requerimientos de seguridad?	X			X		X	Si ( ) No (X)
50. ¿La infraestructura del restaurante le inspira seguridad?	X			X		X	Si ( ) No (X)
Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
1. ¿En la preparación de los aperitivos se usan insumos frescos?							Si ( ) No (X)
2. ¿Los materiales que están en la cocina del restaurante se caracterizan por la pulcritud?	X		X		X		Si ( ) No (X)
3. ¿Los materiales usados en la preparación son pulcros?	X		X		X		Si ( ) No (X)

Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
4. ¿La cocción de sus aperitivos es la adecuada?		X	X			X	Si ( ) No (X)
5. ¿En los aperitivos que consumió vio reflejada la pulcritud?		X	X			X	Si ( ) No (X)
6. ¿El restaurante cuenta con certificado de salubridad?	X			X		X	Si ( ) No (X)
7. ¿El personal está debidamente uniformado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
8. ¿El restaurante esta siempre limpio?	X			X		X	Si ( ) No (X)
9. ¿El estacionamiento del restaurante es el apropiado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
10. ¿El mobiliario del restaurante es confortable?	X			X		X	Si ( ) No (X)
11. ¿Los servicios higiénicos permanecen limpios?	X			X		X	Si ( ) No (X)
12. ¿El restaurante tiene un control de la entrada de insumos?	X			X		X	Si ( ) No (X)

Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
13. ¿El restaurante realiza inventarios?	X			X		X	Si ( ) No (X)
14. ¿El personal registra su hora de ingreso y salida del restaurante?	X			X		X	Si ( ) No (X)
15. ¿El restaurante aplica la evaluación de desempeño?	X			X		X	Si ( ) No (X)
16. ¿La salubridad y frescura de los insumos es verificada previamente a la preparación de los aperitivos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
17. ¿Antes de servir los aperitivos se aseguran que estén muy bien cocidos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
18. ¿Antes que se lleve el aperitivo a los clientes, verifica que sea el mismo que ordenaron?	X			X		X	Si ( ) No (X)
19. ¿Verifica que el aperitivo llegue en óptimas condiciones al cliente?							Si ( ) No (X)
20. ¿Los aperitivos satisfacen sus expectativas?	X			X		X	Si ( ) No (X)
21. ¿La presentación de los aperitivos debe ser mejorada?	X		X			X	Si ( ) No (X)



Items relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
22. ¿Se deben elaborar nuevos aperitivos?		X		X		X	Si ( ) No (X)
23. ¿Se debe mejorar el tiempo en que recibe sus aperitivos?		X		X		X	Si ( ) No (X)
24. ¿La atención que el personal le brinda satisface sus expectativas?	X			X		X	Si ( ) No (X)
25. ¿El personal se muestra interesado en ayudarlo a resolver sus dudas?	X			X		X	Si ( ) No (X)
26. ¿El personal siempre atiende sus dudas?							Si ( ) No (X)
27. ¿El personal actúa con cortesía?	X			X		X	Si ( ) No (X)
28. ¿El personal corrige inmediatamente todo lo que está mal?	X			X		X	Si ( ) No (X)
29. ¿Le proporcionan la cuenta/facturación correcta?	X			X		X	Si ( ) No (X)
30. ¿Recibe los aperitivos exactamente como lo ordeno?	X			X		X	Si ( ) No (X)

Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
31. ¿El personal muestra un esfuerzo extra para atender sus peticiones especiales?	X			X		X	Si ( ) No (X)
32. ¿El restaurante le proporciona un servicio oportuno?	X			X		X	Si ( ) No (X)
33. ¿El mozo me atendió ni bien llegue a la mesa?	X		X			X	Si ( ) No (X)

  
 Eddy Cruz Bautista.  
 CAS: 6007.

# CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Manuel Guorcho Vega, identificado con DNI 02867439,  
MAGÍSTER EN Maestría Concursa en Adm. y Dir. Empresas.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: ENCUESTARIO, elaborado por DINA CELS MENDOZA ANILA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE PAITA, AÑO 2015", que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 20 octubre 2015

  
Lic. Adm. Carlos M. Guorcho Vega  
CLAD. 0088

# Validación

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
1. ¿Las instalaciones del restaurante tienen la capacidad para atender toda la demanda?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
2. ¿Las instalaciones de su restaurante están en la capacidad de atender a toda la demanda?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
3. ¿Las actividades que se realizan en su restaurante son previamente planificadas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
4. ¿Los productos que adquiere su restaurante han sido planificados?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
5. ¿Los menús que ofrece su restaurante están programados?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
6. ¿La preparación de los aperitivos está programada?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)



Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
7. ¿Se ha planificado el tiempo en que los trabajadores deben atender la orden del cliente?	o						Si ( ) No (x)
8. ¿Se le asignado el tiempo en que debe atender la orden del cliente?	o						Si ( ) No (x)
9. ¿El restaurante desarrolla sus actividades exitosamente?	o						Si ( ) No (+)
10. ¿Desarrolla eficientemente sus funciones?	o						Si ( ) No (+)
11. ¿Los trabajadores realizan con eficiencia sus funciones?	o						Si ( ) No (+)
12. ¿Desarrolla eficazmente sus funciones?	o						Si ( ) No (+)
13. ¿Los trabajadores se desempeñan eficazmente?	o						Si ( ) No (u)
14. ¿El restaurante desarrolla mecanismos de control?	o						Si ( ) No (+)
15. ¿El personal desarrolla correctamente sus funciones?	o						Si ( ) No (x)

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
16. ¿Puede realizar funciones ajenas a su cargo?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
17. ¿Los trabajadores del restaurante han realizado funciones ajenas a su cargo?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
18. ¿El personal del restaurante posee las habilidades para atender a su necesidad?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (✓)
19. ¿El personal del restaurante tiene la habilidad de comunicarse con facilidad?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (✓)
20. ¿La comunicación entre cliente y trabajador se da con facilidad?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
21. ¿Los chefs tienen las habilidades para preparar pedidos especiales?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
22. ¿En la carta del restaurante se incluyen platos propios de su creación?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
23. ¿En la carta hay platos que no encuentra en otro restaurante?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
24. ¿Los trabajadores han recibido capacitación para desempeñarse en sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
25. ¿Ha sido capacitado para desempeñar sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
26. ¿Puede responder sin inconveniente alguno a las preguntas del cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
27. ¿El personal responde a sus preguntas de forma completa?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
28. ¿Tiene formación profesional en el cargo que desempeña?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
29. ¿Su restaurante dispone de tecnología?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
30. ¿El restaurante cuenta con tecnología que facilite el desempeño de sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
31. ¿Sabe usar la tecnología con la que dispone?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>				Si <input checked="" type="checkbox"/> No ( )

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
32. ¿La tecnología con la que cuenta es la necesaria para atender toda la demanda?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
33. ¿El restaurante tiene tecnología que le facilite el pago del servicio?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
34. ¿El restaurante cuenta con tecnología para que los clientes paguen con tarjeta?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
35. ¿El restaurante dispone de tecnología para contribuir a la seguridad de los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
36. ¿El restaurante tiene cámaras de seguridad?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
37. ¿El restaurante tiene tecnología para mejorar su comodidad?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
38. ¿El restaurante tiene aire acondicionado?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
39. ¿El restaurante tiene calefacción?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)



Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
40. ¿Las instalaciones del restaurante son amplias permitiendo que los trabajadores realicen sus funciones con éxito?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
41. ¿Las instalaciones del restaurante le permiten realizar sus funciones exitosamente?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
42. ¿Las instalaciones del restaurante son cómodas permitiéndole moverse con facilidad?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
43. ¿El precio de los aperitivos que consume es menor al de un restaurante similar?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
44. ¿El tiempo que espera para que tomen su orden es mayor al de otro restaurante?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
45. ¿El tiempo que espera para recibir su orden es mayor al de otro restaurante?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
46. ¿Cómo nos valora en relación a la competencia?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
47. ¿El menú que ofrece el restaurante refleja la imagen que presenta?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
48. ¿La decoración del restaurante está acorde con el nivel de precio?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
49. ¿La infraestructura de su restaurante cumple con los requerimientos de seguridad?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
50. ¿La infraestructura del restaurante le inspira seguridad?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
1. ¿En la preparación de los aperitivos se usan insumos frescos?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
2. ¿Los materiales que están en la cocina del restaurante se caracterizan por la pulcritud?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)
3. ¿Los materiales usados en la preparación son pulcros?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (+)

Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
4. ¿La cocción de sus aperitivos es la adecuada?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
5. ¿En los aperitivos que consumió vio reflejada la pulcritud?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
6. ¿El restaurante cuenta con certificado de salubridad?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
7. ¿El personal está debidamente uniformado?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
8. ¿El restaurante esta siempre limpio?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
9. ¿El estacionamiento del restaurante es el apropiado?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
10. ¿El mobiliario del restaurante es confortable?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
11. ¿Los servicios higiénicos permanecen limpios?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)
12. ¿El restaurante tiene un control de la entrada de insumos?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No (x)

Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
13. ¿El restaurante realiza inventarios?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )
14. ¿El personal registra su hora de ingreso y salida del restaurante?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )
15. ¿El restaurante aplica la evaluación de desempeño?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )
16. ¿La salubridad y frescura de los insumos es verificada previamente a la preparación de los aperitivos?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )
17. ¿Antes de servir los aperitivos se aseguran que estén muy bien cocidos?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )
18. ¿Antes que se lleve el aperitivo a los clientes, verifica que sea el mismo que ordenaron?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )
19. ¿Verifica que el aperitivo llegue en óptimas condiciones al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )
20. ¿Los aperitivos satisfacen sus expectativas?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )
21. ¿La presentación de los aperitivos debe ser mejorada?	<input checked="" type="checkbox"/>						Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )



Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
22. ¿Se deben elaborar nuevos aperitivos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (✓)
23. ¿Se debe mejorar el tiempo en que recibe sus aperitivos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (✓)
24. ¿La atención que el personal le brinda satisface sus expectativas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (✓)
25. ¿El personal se muestra interesado en ayudarle a resolver sus dudas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (✓)
26. ¿El personal siempre atiende sus dudas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (✓)
27. ¿El personal actúa con cortesía?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (✓)
28. ¿El personal corrige inmediatamente todo lo que está mal?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (✓)
29. ¿Le proporcionan la cuenta/facturación correcta?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (✓)
30. ¿Recibe los aperitivos exactamente como lo ordeno?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (✓)

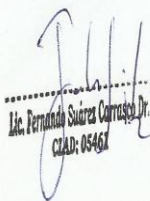
Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
31. ¿El personal muestra un esfuerzo extra para atender sus peticiones especiales?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)
32. ¿El restaurante le proporciona un servicio oportuno?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)
33. ¿El mozo me atendió ni bien llegue a la mesa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)

  
 Lic. Adm. Carlos M. Gimocchio Vega  
 -EVALUADOR-

# CONSTANCIA DE VALIDACIÓN (3)

Yo, Fernando Suárez Carrasco, identificado con DNI 02616283,  
MAGÍSTER EN Administración: Por  
medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los)  
instrumento (s) de recolección de datos: Questionario, elaborado por  
Dina Gris Mendoza Avila, a los efectos de su aplicación a  
los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:  
"Competitividad y Gestión de calidad en los MIPs y MPE y sobre restaurantes de la ciudad de Piura", que se encuentra  
realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante  
tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus  
resultados.

Piura, 17 de Octubre 2015

  
Lic. Fernando Suárez Carrasco, Dr.  
CIAD: 05461

# Validación

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
1. ¿Las instalaciones del restaurante tienen la capacidad para atender toda la demanda?	X			X		X	Si ( ) No (X)
2. ¿Las instalaciones de su restaurante están en la capacidad de atender a toda la demanda?	X			X		X	Si ( ) No (X)
3. ¿Las actividades que se realizan en su restaurante son previamente planificadas?	X			X		X	Si ( ) No (X)
4. ¿Los productos que adquiere su restaurante han sido planificados?	X			X		X	Si ( ) No (X)
5. ¿Los menús que ofrece su restaurante están programados?	X			X		X	Si ( ) No (X)
6. ¿La preparación de los aperitivos está programada?	X			X		X	Si ( ) No (X)



Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
7. ¿Se ha planificado el tiempo en que los trabajadores deben atender la orden del cliente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
8. ¿Se le asignado el tiempo en que debe atender la orden del cliente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
9. ¿El restaurante desarrolla sus actividades exitosamente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
10. ¿Desarrolla eficientemente sus funciones?	X			X		X	Si ( ) No (X)
11. ¿Los trabajadores realizan con eficiencia sus funciones?	X			X		X	Si ( ) No (X)
12. ¿Desarrolla eficazmente sus funciones?	X			X		X	Si ( ) No (X)
13. ¿Los trabajadores se desempeñan eficazmente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
14. ¿El restaurante desarrolla mecanismos de control?	X			X		X	Si ( ) No (X)
15. ¿El personal desarrolla correctamente sus funciones?	X			X		X	Si ( ) No (X)

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
24. ¿Los trabajadores han recibido capacitación para desempeñarse en sus funciones?	X			X		X	Si ( ) No (X)
25. ¿Ha sido capacitado para desempeñar sus funciones?	X			X		X	Si ( ) No (X)
26. ¿Puede responder sin inconveniente alguno a las preguntas del cliente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
27. ¿El personal responde a sus preguntas de forma completa?	X			X		X	Si ( ) No (X)
28. ¿Tiene formación profesional en el cargo que desempeña?	X			X		X	Si ( ) No (X)
29. ¿Su restaurante dispone de tecnología?	X			X		X	Si ( ) No (X)
30. ¿El restaurante cuenta con tecnología que facilite el desempeño de sus funciones?	X			X		X	Si ( ) No (X)
31. ¿Sabe usar la tecnología con la que dispone?	X			X		X	Si ( ) No (X)

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
32. ¿La tecnología con la que cuenta es la necesaria para atender toda la demanda?	X			X		X	Si ( ) No (X)
33. ¿El restaurante tiene tecnología que le facilite el pago del servicio?	X			X		X	Si ( ) No (X)
34. ¿El restaurante cuenta con tecnología para que los clientes paguen con tarjeta?	X			X		X	Si ( ) No (X)
35. ¿El restaurante dispone de tecnología para contribuir a la seguridad de los clientes?	X			X		X	Si ( ) No (X)
36. ¿El restaurante tiene cámaras de seguridad?	X			X		X	Si ( ) No (X)
37. ¿El restaurante tiene tecnología para mejorar su comodidad?	X			X		X	Si ( ) No (X)
38. ¿El restaurante tiene aire acondicionado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
39. ¿El restaurante tiene calefacción?	X			X		X	Si ( ) No (X)

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
40. ¿Las instalaciones del restaurante son amplias permitiendo que los trabajadores realicen sus funciones con éxito?	X			X		X	Si ( ) No (X)
41. ¿Las instalaciones del restaurante le permiten realizar sus funciones exitosamente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
42. ¿Las instalaciones del restaurante son cómodas permitiéndole moverse con facilidad?	X			X		X	Si ( ) No (X)
43. ¿El precio de los aperitivos que consume es menor al de un restaurante similar?	X			X		X	Si ( ) No (X)
44. ¿El tiempo que espera para que tomen su orden es mayor al de otro restaurante?	X			X		X	Si ( ) No (X)
45. ¿El tiempo que espera para recibir su orden es mayor al de otro restaurante?	X			X		X	Si ( ) No (X)
46. ¿Cómo nos valora en relación a la competencia?	X			X		X	Si ( ) No (X)

Ítems relacionados con <b>COMPETITIVIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
47. ¿El menú que ofrece el restaurante refleja la imagen que presenta?	X			X		X	Si ( ) No (X)
48. ¿La decoración del restaurante está acorde con el nivel de precio?	X			X		X	Si ( ) No (X)
49. ¿La infraestructura de su restaurante cumple con los requerimientos de seguridad?	X			X		X	Si ( ) No (X)
50. ¿La infraestructura del restaurante le inspira seguridad?	X			X		X	Si ( ) No (X)
Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
1. ¿En la preparación de los aperitivos se usan insumos frescos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
2. ¿Los materiales que están en la cocina del restaurante se caracterizan por la pulcritud?	X			X		X	Si ( ) No (X)
3. ¿Los materiales usados en la preparación son pulcros?	X			X		X	Si ( ) No (X)



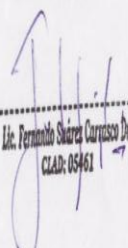
Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
4. ¿La cocción de sus aperitivos es la adecuada?	X			X		X	Si ( ) No (X)
5. ¿En los aperitivos que consumió vio reflejada la pulcritud?	X			X		X	Si ( ) No (X)
6. ¿El restaurante cuenta con certificado de salubridad?	X			X		X	Si ( ) No (X)
7. ¿El personal está debidamente uniformado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
8. ¿El restaurante esta siempre limpio?	X			X		X	Si ( ) No (X)
9. ¿El estacionamiento del restaurante es el apropiado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
10. ¿El mobiliario del restaurante es confortable?	X			X		X	Si ( ) No (X)
11. ¿Los servicios higiénicos permanecen limpios?	X			X		X	Si ( ) No (X)
12. ¿El restaurante tiene un control de la entrada de insumos?	X			X		X	Si ( ) No (X)

Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
13. ¿El restaurante realiza inventarios?	X			X		X	Si ( ) No (X)
14. ¿El personal registra su hora de ingreso y salida del restaurante?	X			X		X	Si ( ) No (X)
15. ¿El restaurante aplica la evaluación de desempeño?	X			X		X	Si ( ) No (X)
16. ¿La salubridad y frescura de los insumos es verificada previamente a la preparación de los aperitivos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
17. ¿Antes de servir los aperitivos se aseguran que estén muy bien cocidos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
18. ¿Antes que se lleve el aperitivo a los clientes, verifica que sea el mismo que ordenaron?	X			X		X	Si ( ) No (X)
19. ¿Verifica que el aperitivo llegue en óptimas condiciones al cliente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
20. ¿Los aperitivos satisfacen sus expectativas?	X			X		X	Si ( ) No (X)
21. ¿La presentación de los aperitivos debe ser mejorada?	X			X		X	Si ( ) No (X)

Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
22. ¿Se deben elaborar nuevos aperitivos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
23. ¿Se debe mejorar el tiempo en que recibe sus aperitivos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
24. ¿La atención que el personal le brinda satisface sus expectativas?	X			X		X	Si ( ) No (X)
25. ¿El personal se muestra interesado en ayudarlo a resolver sus dudas?	X			X		X	Si ( ) No (X)
26. ¿El personal siempre atiende sus dudas?	X			X		X	Si ( ) No (X)
27. ¿El personal actúa con cortesía?	X			X		X	Si ( ) No (X)
28. ¿El personal corrige inmediatamente todo lo que está mal?	X			X		X	Si ( ) No (X)
29. ¿Le proporcionan la cuenta/facturación correcta?	X			X		X	Si ( ) No (X)
30. ¿Recibe los aperitivos exactamente como lo ordeno?	X			X		X	Si ( ) No (X)



Ítems relacionados con <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>  (VARIABLES)	¿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	
31. ¿El personal muestra un esfuerzo extra para atender sus peticiones especiales?	X			X		X	Si ( ) No (X)
32. ¿El restaurante le proporciona un servicio oportuno?	X			X		X	Si ( ) No (X)
33. ¿El mozo me atendió ni bien llegue a la mesa?	X			X		X	Si ( ) No (X)

  
 Lic. Fernando Suárez Carrasco Jr.  
 CLAD: 09461



## ENCUESTA PARA LOS CLIENTES DEL RESTAURANTE

Buenas tardes me dirijo a usted y le extiendo mi saludo y el de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote sede Piura, me encuentro realizando una investigación sobre “COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPES RUBRO RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE PAITA AÑO 2018” con el fin de optar el título profesional de Licenciada en Administración, es por ello que acudo a su espíritu colaborador de manera que pueda responder este cuestionario, la información que proporcione será confidencial y no será proporcionada a terceros, de antemano agradezco su colaboración.

NOMBRE:

\_\_\_\_\_

EDAD: \_\_\_\_\_ SEXO: \_\_\_\_\_

### INTRUCCIONES:

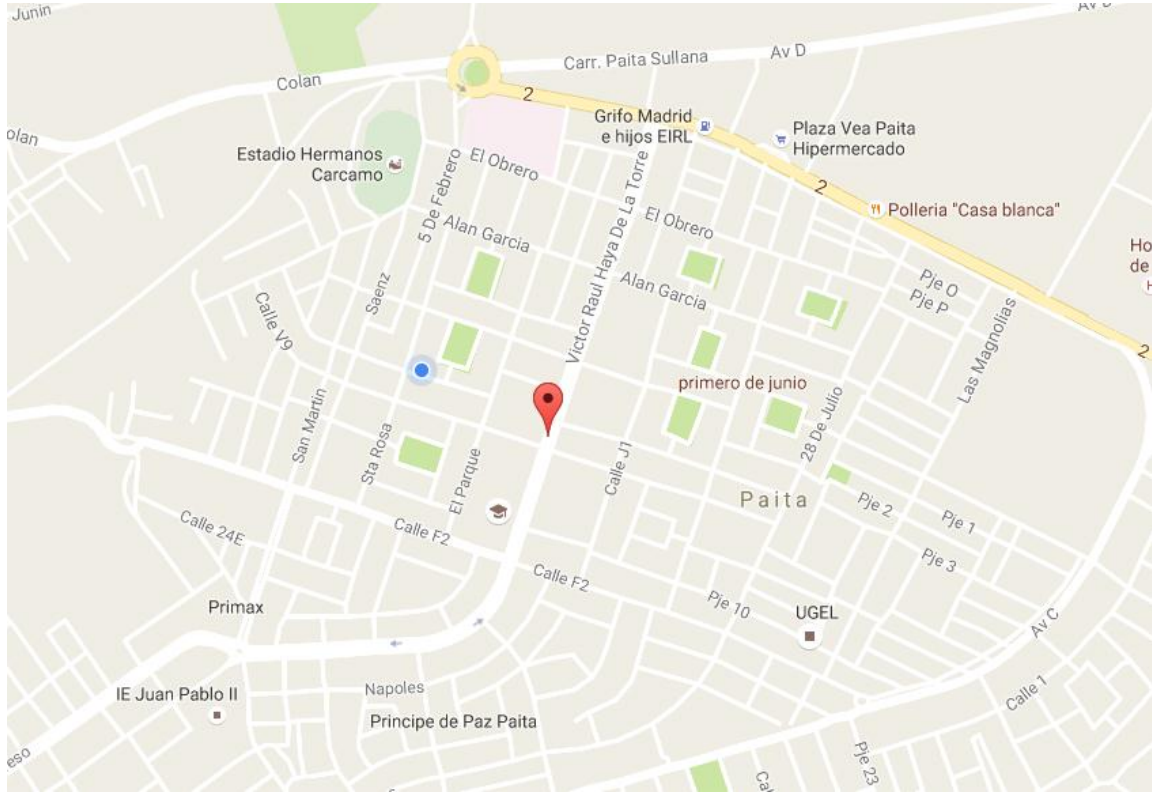
Lea la pregunta de forma completa y marque con una (X) la respuesta que crea correcta según sea su criterio con respecto a las alternativas propuestas.

1. ¿Las instalaciones del restaurante le permiten desplazarse cómodamente?  
a) Si b) No
2. ¿En las actividades que realiza el restaurante se refleja organización y orden?  
a) Si b) No
3. ¿El mozo le atendió ni bien llevo a la mesa?  
a) Si b) No
4. ¿En la carta del restaurante se incluyen platos propios del restaurante?  
a) Si b) No
5. ¿La decoración del restaurante está acorde con el nivel del precio?  
a) Si b) No
6. ¿La infraestructura del restaurante le inspira seguridad?  
a) Si b) No
7. ¿Ha recomendado al restaurante a su círculo social?  
a) Si b) No
8. ¿El tiempo que espero para recibir su pedido fue de su agrado?  
a) Si b) No
9. ¿El restaurante desarrolla sus actividades exitosamente?

- a) Si b) No
10. ¿Los trabajadores desempeñan sus funciones con éxito?  
a) Si b) No
11. ¿Los chefs tienen las habilidades para preparar pedidos especiales?  
a) Si b) No
12. ¿El personal del restaurante posee las habilidades para atender a su necesidad?  
a) Si b) No
13. ¿El restaurante cuenta con tecnología para mejorar su comodidad?  
a) Si b) No
14. ¿El restaurante tiene tecnología que le facilite el pago del servicio?  
a) Si b) No
15. ¿El restaurante tiene cámara de video vigilancia?  
a) Si b) No
16. ¿El tiempo que espera para que tomen su orden es mayor al de otro restaurante?  
a) Si b) No
17. ¿En la carta del restaurante hay platos que no encontraría en otro restaurante?  
a) Si b) No
18. ¿Percibe un clima colaborativo entre jefe y trabajador del restaurante?  
a) Si b) No
19. ¿La atención que el personal le brinda satisface sus expectativas?  
a) Si b) No
20. ¿La frescura de los insumos se ve reflejada en los aperitivos que ordeno?  
a) Si b) No
21. ¿La salubridad se ve reflejada en el aperitivo que ordeno?  
a) Si b) No
22. ¿Los cubiertos y utensilios del restaurante reflejan pulcritud?  
a) Si b) No
23. ¿Sus aperitivos están muy bien cocidos?  
a) Si b) No
24. ¿El aperitivo que le llevaron es el mismo que ordeno?  
a) Si b) No
25. ¿Sus aperitivos llegaron en óptimas condiciones?  
a) Si b) No
26. ¿El restaurante está siempre limpio?  
a) Si b) No
27. ¿Le proporcionan la cuenta y facturación correcta?  
a) Si b) No
28. ¿Los servicios higiénicos permanecen limpios?  
a) Si b) No
29. ¿El certificado de salubridad del restaurante es visible?  
a) Si b) No

30. ¿El personal está debidamente uniformado?  
a) Si b) No
31. ¿Se deben elaborar nuevos aperitivos?  
a) Si b) No
32. ¿Los aperitivos satisfacen sus expectativas?  
a) Si b) No
33. ¿El personal se muestra interesado en ayudarle a resolver sus dudas?  
a) Si b) No
34. ¿El personal actúa con cortesía?  
a) Si b) No
35. ¿Recibe los aperitivos exactamente como lo ordeno?  
a) Si b) No

## CROQUIS DE LA UBICACIÓN DE LAS MYPE BAJO ESTUDIO



Las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita que están bajo estudio, en esta investigación se encuentran ubicadas en la parte alta de la ciudad, en la Av. Víctor Raúl Haya De la Torre, que como se observa en el croquis esta Av. empieza con la intersección de la carretera Paita – Piura, al frente del Grifo Madrid e Hijos EIRL, desde ahí en donde empieza la Av. Víctor Raúl Haya De la Torre hasta donde se intercepta con la calle F2, se encuentran ubicadas las MYPE rubro restaurantes que han sido estudiadas.

### MATRIZ DE INDICADORES Y PREGUNTAS

Variable	Dimensión	Indicador	Pregunta	Fuente	Resultados	
					Si	No
Competitividad	Elementos	Gestión Administrativa	¿El tiempo que espero para recibir su pedido fue de su agrado?	Cliente	91.54%	8.76%
			¿El restaurante desarrolla sus actividades exitosamente?		93%	7%
			¿Los trabajadores desempeñan sus funciones con éxito?		90%	10%
		Competencias	¿Los chefs tienen las habilidades para preparar pedidos especiales?		96%	4%
			¿El personal del restaurante posee las habilidades para atender a su necesidad?		100%	0%
			Tecnología		¿El restaurante cuenta con tecnología para mejorar su comodidad?	68%
		¿El restaurante tiene tecnología que le facilite el pago del servicio?			63%	37%
		¿El restaurante tiene cámara de video vigilancia?			51%	49%
		Nivel de efectividad	Satisfacción del cliente		¿El tiempo que espera para que tomen su orden es mayor al de otro restaurante?	Cliente
	¿En la carta del restaurante hay platos que no encontraría en otro restaurante?			76.10%	23.90%	
	Clima colaborativo		¿Percibe un clima colaborativo entre jefe y trabajador del restaurante?	89%	11%	
			¿La atención que el personal le brinda satisface sus expectativas?	94%	6%	

Variable	Dimensión	Indicador	Pregunta	Fuente	Resultados	
					Si	No
Calidad del servicio	Calidad de materiales	Bienes Tangibles	¿El restaurante esta siempre limpio?	Cliente	96%	4%
			¿Le proporcionan la cuenta y facturación correcta?		100%	0%
			¿Los servicios higiénicos permanecen limpios?		100%	0%
		Materia Prima	¿El certificado de salubridad del restaurante es visible?		79%	21%
			¿El personal está debidamente uniformado?		64%	36%
			¿Se deben elaborar nuevos aperitivos?		61%	39%
	Calidad del Servicio	Atención al cliente	¿Los aperitivos satisfacen sus expectativas?	Cliente	88%	12%
			¿El personal se muestra interesado en ayudarlo a resolver sus dudas?		81.20%	18.8
		Servicio accesible	¿El personal actúa con cortesía?		88%	12%
			¿Recibe los aperitivos exactamente como lo ordeno?		97%	3%

Variable	Dimensión	Indicador	Pregunta	Fuente	Resultado	
					Si	No
COMPETITIVIDAD	Características	Elegida por los clientes	¿Las instalaciones del restaurante le permiten desplazarse cómodamente?	Cliente	100%	0%
			¿En las actividades que realiza el restaurante se refleja organización y orden?		88%	12%
			El mozo le atendió ni bien llego a la mesa		8%	92%
		Mayor Número de clientes	¿La decoración del restaurante está acorde con el nivel del precio?		7%	93%
			¿Cuántas veces al mes acude al restaurante?		52%	48%
			¿La infraestructura del restaurante le inspira seguridad?		94%	6%
			¿Recomendaría al restaurante a su círculo social?		92%	8%
		CALIDAD DEL SERVICIO	Características		Calidad eficaz	¿La frescura de los insumos se ve reflejada en los aperitivos que ordeno?
¿La salubridad se ve reflejada en el aperitivo que ordeno?	100%			0%		
¿Los cubiertos y utensilios del restaurante reflejan pulcritud?	100%			0%		
Satisfacer las necesidades del cliente	¿Sus aperitivos están muy bien cocidos?			100%	0%	
	¿El aperitivo que le llevaron es el mismo que ordeno?			100%	0%	
	¿Sus aperitivos llegaron en óptimas condiciones?			96%	4%	
				100%	0%	



## LIBRO DE CÓDIGOS

Nº ENCUESTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35			
1	1	1	2	2	3	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1		
2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2		
3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1		
4	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1		
5	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1		
6	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	
7	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1		
8	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1		
9	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1		
10	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1		
11	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
12	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
13	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1		
14	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	
15	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	
16	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	
17	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	
18	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
19	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
20	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	
21	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	
22	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	











158	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	
159	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	
160	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	
161	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	
162	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	
163	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	
164	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	
165	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	
166	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	
167	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1
168	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
169	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
170	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
171	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1
172	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
173	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1
174	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1
175	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
176	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1
177	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
178	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
179	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
180	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
181	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1
182	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1
183	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
184	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1






212	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1									
213	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1								
214	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1							
215	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1							
216	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1							
217	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1						
218	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1						
219	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1						
220	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1						
221	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1					
222	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1				
223	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1			
224	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1		
225	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1				
226	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1				
227	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1			
228	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1			
229	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1		
230	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	
231	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	
232	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	
233	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	
234	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
235	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	
236	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	
237	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
238	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	

239	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1			
240	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1		
241	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	
242	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1		
243	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	
244	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	
245	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
246	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	
247	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	
248	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	
249	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
250	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	
251	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
252	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
253	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
254	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
255	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
256	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1
257	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
258	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1
259	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1
260	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
261	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1
262	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
263	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1
264	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
265	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1

266	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1
267	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
268	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1		
269	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1			
270	1	2	2	2	3	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1		
271	1	2	2	2	3	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1			
272	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1		
SI	272	238	22	18	0	257	250	249	253	245	261	272	184	170	139	51	207	243	256	272	272	272	272	262	272	260	272	272	215	173	167	239	221	239	264		
NO	0	34	250	254	0	15	22	23	19	27	11	0	88	102	133	221	65	29	16	0	0	0	0	10	0	12	0	0	57	99	105	33	51	33	8		
TOTAL	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272		
SI %	100	87.5	8	7	0	94	92	91.54	93	90	96	100	68	63	51	18.8	76.1	89	94	100	100	100	100	96	100	96	100	100	79	64	61	88	81.2	88	97		
NO %	0	12.5	92	93	0	6	8	8.46	7	10	4	0	32	37	49	81.2	23.9	11	6	0	0	0	0	4	0	4	0	0	21	36	39	12	18.8	12	3		
TOTAL %	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

## EVIDENCIA DEL TURNITIN



Ejercicios
Estudiantes
Boleth de notas
Bibliotecas
Calendario
Discusión
Preferencias

ESTÁS VIENDO: INICIO > TALLER CO CURRICULAR > 1ENTREGA

**Acerca de esta página**  
 Esta es la bandeja de entrada de ejercicios. Para ver un trabajo, haga clic en el título del trabajo. Para ver un Reporte de Similitud, seleccione el icono de Reporte de Similitud del trabajo en la columna de similitud. Un icono atenuado indicará que el Reporte de Similitud no se ha generado todavía.

### 1ENTREGA

BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS ▾

Entregar archivo

[Informe de calificación en línea](#) | [Editar la configuración del ejercicio](#) | [Correo electrónico sin remitentes](#)

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Cunyarache Chininin ...	CUNYARACHE CHINININ	0% <span style="color: blue;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987773639	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Paz Temoche Paz Temo...	PAZ TEMOCHE	0% <span style="color: blue;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987787902	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Saavedra Mendoza Saa...	SAAVEDRA MENDOZA	0% <span style="color: blue;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987765588	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Ayosa Chumacero Ayos...	AYOSA CHUMACERO	4% <span style="color: green;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987782885	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Mendoza Avila Mendoz...	MENDOZA AVILA	8% <span style="color: green;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987782319	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Jaramillo Valle Jara...	JARAMILLO VALLE	7% <span style="color: green;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987775534	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Castro De Mújica Cas...	CASTRO DE MÚJICA	9% <span style="color: green;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987998059	08-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Medina Chunga Medina...	MEDINA CHUNGA	13% <span style="color: green;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987777570	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Montalban Ramos Mont...	MONTALBAN RAMOS	13% <span style="color: green;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987778544	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Minga Inga Minga Ing...	MINGA INGA	14% <span style="color: green;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987772891	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Gonzales Carrión Gon...	GONZALES CARRIÓN	15% <span style="color: green;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987766264	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Valdiviezo Robledo V...	VALDIVIEZO ROBLEDO	17% <span style="color: green;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987765155	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Crisanto Yacila Cris...	CRISANTO YACILA	19% <span style="color: green;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987769509	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Valverde Juarez Valv...	Valverde Juarez	24% <span style="color: green;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987998282	08-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Delgado Nanquen Delg...	DELGADO NANQUEN	27% <span style="color: orange;">■</span>	<a href="#">✎</a>	*	<a href="#">📄</a>	987765955	05-ago.-2018

