



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA  
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO  
RESTAURANTES DEL AA.HH. ALMIRANTE MIGUEL  
GRAU-PIURA AÑO 2018**

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

**AUTOR:**

**FRANK JUNIOR MONTALBAN RAMOS**

**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**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA  
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO  
RESTAURANTES DEL AA.HH. ALMIRANTE MIGUEL  
GRAU-PIURA AÑO 2018**

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

**AUTOR:**

**FRANK JUNIOR MONTALBAN RAMOS**

**ASESORA:**

**DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA- PERÚ**

**2018**

## **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**

En primer lugar, a Dios quien ha forjado  
Mi camino y me ha dirigido por el sendero  
Correcto y quien guía el destino de mi vida.

En segundo lugar, a las MYPE por  
su brindarnos su tiempo e  
información necesaria y útil para  
realizar la presente investigación.

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su apoyo incondicional en  
la parte moral.

## RESUMEN

La presente investigación titulada caracterización de gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del AA.HH. almirante miguel Grau-Piura año 2018 tuvo como objetivo general, analizar las características de la Gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro Restaurantes AA.HH Almirante miguel Grau -Piura, año, se aplicó la metodología descriptiva y en la cual se diseñó un cuestionario de 29 preguntas, que se realizó a cuatro microempresas, obteniendo los siguientes resultados: Respecto a gestión de calidad: Los propietarios manifiestan que el 60% de su MYPE cuenta con una mejora de un grado de satisfacción con el servicio para los clientes y el 40.% creen que el restaurante aún no cuenta con mejora de grado de satisfacción con su servicio. Respecto a la competitividad: Los clientes manifiestan: el 50 % de los restaurantes aún le falta cumplir las necesidades que tiene cada cliente y de realizar evaluaciones para su personal de trabajo en cuento la atención. Asimismo el 50% de los clientes encuestados afirman que con el tiempo los restaurantes Han ido mejorando en su atención, obteniendo mejores resultados.

**Palabras claves:** Gestión de calidad, Competitividad, MYPE.

## **ABSTRACT**

The present investigation entitled "characterization of quality management and competitiveness in the MYPE of the AA.HH. Admiral Miguel Grau-Piura 2018 had as a general objective, to analyze the characteristics of Quality Management and competitiveness in the MYPE sector Restaurants AA.HH Almirante Miguel Graù -Piura, year, the descriptive methodology was applied and in which it was designed a questionnaire of 29 questions, which was made to four micro-enterprises, obtaining the following results: Regarding quality management: The owners state that 60% of their MSEs have an improvement in a degree of satisfaction with the service for clients and 40.% believe that the restaurant still does not have an improvement in the degree of satisfaction with their service. Regarding competitiveness: Clients say: 50% of the restaurants still have to meet the needs of each client and to carry out evaluations for their work staff in terms of attention. Likewise, 50% of the clients surveyed affirm that over time the restaurants have been improving in their attention, obtaining better results.

**Keywords:** Quality management, Competitiveness, MYPE.

## Tabla de contenido

<b>DEDICATORIA</b> .....	v
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iv
<b>RESUMEN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. REVISIÓN DE LA LITERATURA</b> .....	21
<b>2.1. Antecedentes</b> .....	21
2.1.1. Variable gestión de calidad: .....	21
2.1.2. Variable de competitividad: .....	28
<b>2.2. Bases teóricas</b> .....	35
2.2.1. Variable: Gestión de calidad .....	35
2.2.2. Variable: Competitividad .....	41
<b>III. HIPÓTESIS</b> .....	45
<b>3.1. Hipótesis general</b> .....	45
<b>IV. METODOLÓGIA</b> .....	46
<b>4.1. Diseño de la investigación</b> .....	46

<b>4.2.</b>	<b>Población y muestra</b> .....	<b>47</b>
<b>4.3.</b>	<b>Matriz de Operacionalización</b> .....	<b>51</b>
<b>4.4.</b>	<b>Técnicas e instrumentos:</b> .....	<b>53</b>
<b>4.5.</b>	<b>Plan de análisis</b> .....	<b>54</b>
<b>4.6.</b>	<b>Matriz de consistencia</b> .....	<b>54</b>
<b>4.7.</b>	<b>Principios éticos</b> .....	<b>57</b>
<b>V.</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	<b>58</b>
<b>5.2</b>	<b>Análisis de Resultados</b> .....	<b>70</b>
<b>VI.</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>85</b>
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>88</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 5. 1 Participación del personal.....	58
Tabla 5. 2 Importancia de la participación del personal .....	58
Tabla 5. 3 Mejora continúa .....	59
Tabla 5. 4 Cumplir metas.....	59
Tabla 5. 5 Liderazgo .....	59
Tabla 5. 6 Desarrollo de los colaboradores.....	60
Tabla 5. 7 Toma de decisiones.....	60
Tabla 5. 8 Buen trato a los clientes .....	61
Tabla 5. 9 Satisfacer al cliente .....	61
Tabla 5. 10 Nuevos cliente .....	62
Tabla 5. 11 Marketing para nuevos clientes .....	62
Tabla 5. 12 Reducción de costos .....	62
Tabla 5. 13 Afectan a la calidad .....	63
Tabla 5. 14 Diferenciación de la competencia.....	63
Tabla 5. 15 Diferenciación de precios .....	63
Tabla 5. 16 Calidad.....	64
Tabla 5. 17 Calidad.....	64
Tabla 5. 18 Diferenciación.....	65
Tabla 5. 19 Atención.....	65
Tabla 5. 20 Posición.....	65

Tabla 5. 21 Enfoque.....	66
Tabla 5. 22 Consumidores .....	66
Tabla 5. 23 Preferencia .....	67
Tabla 5. 24 Infraestructura.....	67
Tabla 5. 25 Buena imagen .....	68
Tabla 5. 26 Innovación .....	68
Tabla 5. 27 Asistencia frecuente.....	68
Tabla 5. 28 Habilidades .....	69
Tabla 5. 29 Conocimientos .....	69

## I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación pertenece a la línea de la escuela profesional de administración, denominada “Caracterización de gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del AA.HH. almirante miguel Grau-Piura año 2018”, en la mayor parte de las Micro y pequeñas empresas (MYPE) peruanas presentan graves problemas en el desempeño por consecuencia de las bajas calificaciones de los empresarios pocos activos que poseen las empresas y la falta de capacitación para los empleados, generando una mala disposición, bajo desempeño, no hay rentabilidad, productos en malas condiciones, por tal consecuencia, se traduce en altos niveles de desempleo, trabajadores informales, pobreza por parte de los trabajadores de este sector. Sin embargo, las MYPE tienen ventajas como: innovación, aceptación al cambio, flexibilidad, creatividad contacto directo entre el propietario, trabajadores y clientes.

Esta investigación queda estructurada de la siguiente forma: CAPITULO I se encuentra la introducción, en el CAPITULO II la revisión de la literatura, CAPITULO III hipótesis, en el CAPITULO IV se encuentra la metodología, en el CAPITULO V los resultados y en el CAPITULO VI las conclusiones.

La presente investigación está delimitada desde la perspectiva temática por las variables gestión de calidad y competitividad en las MYPE, rubro restaurante del AA. HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018. Desde el aspecto geográfica: Departamento de Piura, también desde la perspectiva psicográfica: micro empresas rubro restaurantes y delimitación temporal: año 2018.

Por lo tanto, se empelará la investigación tipo Descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, existiendo la técnica de recojo de datos basando en la encuesta, el instrumento el cuestionario estructurado con preguntas cerradas de escala nominal.

Los beneficios que se obtendrán mediante el estudio, son que podrán servir de ayuda, como fuente de información mediante el recojo de datos, para los futuros estudiantes interesados en el tema investigación. Así mismo, servirá de ayuda para que los restaurantes tengan conocimientos y que los pongan en práctica para mejorar la Gestión de Calidad y competitividad.

La presente investigación acudirá a muchas fuentes de investigación tales como: tesis de distintos autores relacionados con el tema, revistas de investigación, biblioteca física y virtual, que nos darán un visón más amplio sobre el tema, así mismo del problema Gestión de Calidad y la competitividad de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Piura, dando posibles ideas, sugerencias, recomendaciones para la problemática ah tratar.

La presente instigación se utilizará fuentes primarias y secundarias de una metodología científica obteniéndolo de los datos que nos dará un pronóstico más aceptado, se acudirá al empleo de técnicas de investigación con el cuestionario para medir el clima de las MYPE.

En Perú el problema que más radica y hace que se limite el crecimiento de las empresas es la informalidad, informó el Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI. El 39.5% de empresas reportó este problema, según la Primera Encuesta Nacional de Empresas ENEI del 2015, así mismo La mayoría de empresas (81.2%) consideran

que existe competencia informal para su principal producto. A nivel de segmento empresarial, en su gran mayoría se presenta en la microempresa (84.2%), por otro lado, la competencia informal es menor en la mediana y gran empresa (65.3%), (Recopilado según el Diario la Republica, 2016).

Panizo (2014) considera que el país y el mundo avanzan a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del que hacer de la humanidad y esta situación trae consigo grandes retos a los países y a las MYPE, estas generan empleo para el 60% de la fuerza laboral ocupada en el país. El 98.1% está calificada como microempresas y el 1,7% son pequeñas empresas, según el número de trabajadores empleados. El 72.6% de las MYPE, a su vez, tienen ventas menores a 13 unidades impositivas tributarias (UIT), mientras que solo el 0.74% facturan más de 1,700 UIT, de acuerdo a informes del sector.

Según SUNAT (2016) en la región Piura existen 58 mil 927 microempresas y 2 mil 193 pequeñas empresas, Según estadísticas de la SUNAT de la región, se informó durante el taller que se realizó el COREMYPE Piura, los días 29 y 30 de noviembre, en el auditorio de la Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional de Piura. Pero cabe resaltar que al 2014 a nivel nacional el 99.4% de las MYPE son formales.

Así mismo, el ministerio de trabajo y promoción del Empleo determina que las MYPE aportan con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo. Estas microempresas generan y dinamiza la economía local, adquiriendo cada vez mayor fuerza, logrando ser un motor generador de riqueza y bienestar. Aunque el desarrollo de dichas empresas todavía se encuentra estancada, principalmente por la falta de financiamiento (Sánchez, s/f), ya que no poseen las garantías necesarias, no

tienen registros contables o información gerencial adecuada, necesaria para evidenciar cuan rentable es la empresa para en función de eso otorgarles los créditos necesarios (Lira, 2009).

Quienes habitamos los últimos veinte años hemos sufrido un fenómeno singular, nuestra memoria se ha acortado y los acontecimientos se amplían. Existe más información y menos análisis; más oferta y menos capacidad de decidir; muchos planes de negocios y pocos emprendimientos verdaderos. Esta crisis económica, sin embargo, puede representar una plataforma de despegue irrepetible para hacer evolucionar nuestro modo de vida a los actores y las reglas de cómo hacer negocios, aprovechando la pauta de las tendencias y la psicología del consumidor y ya no de la economía y las estadísticas. El mundo de los negocios necesita crecer; la mayoría de los empresarios se ha enfocado en producir utilidades y pocos en desarrollar. Ambientes de prosperidad como forma de garantizar la seguridad de nuestro entorno. Nos hemos vuelto reactivos a la indiferencia y, al adoptarla, nos hacemos insensibles a la esperanza de entender lo que sigue y a la manera en que deberemos afrontarlo. (Levy, 2009).

Para RPP Noticia (2016) declara que solo el 1% del total de empresas formales en el Perú cuentan con sistemas de gestión de calidad, lo cual revela que existe un gran trabajo para convencer a las restantes de que caminen por el sendero de la competitividad.

Sin embargo, otro de los problemas que afrontan las MYPE es, la baja rentabilidad que obtienen, debido a que no tienen dinero para poder realizar sus procesos de producción, extracción o comercialización y mucho menos de poder generar índices de rentabilidad, el cual es la capacidad de producir o generar un beneficio económico

adicional, sobre la inversión o esfuerzo realizado, por tal motivo se produce el estancamiento y declive de muchas MYPE que se constituyen en nuestro país. Este problema también se da nivel internacional (Soraluce, 2015).

Según Portter (2009) considera que la competitividad de un país se define por la productividad con la que este utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales, la productividad depende tanto del valor de los productos y servicios de un país medido por los precios que se pagan por ellos en el mercado como por la eficiencia con la que pueden producirse, mientras más competitivo sea un país, mejor nivel de vida para todos sus ciudadanos.

Madrid (2013) nos indica que el Perú ocupa el puesto 61 del ranking del reporte de competitividad global publicado por el foro económico mundial. En la clasificación realizada entre 148 personas, el Perú mantuvo su posición en el periodo 2013-2014 y se ubica en el tercer puesto a nivel de Sudamérica. El ranking evalúa las principales fortalezas del país y para que Perú se ubique en el puesto 61 consideró su fortaleza macroeconómica y la eficiencia de sus mercados de bienes, financieros y laboral.

Según el Instituto Internacional para el Desarrollo Gerencial (2017), afirma que la caída en la competitividad del país no es algo pasajero, sino una tendencia recurrente en la última década. A dicha conclusión se llega luego de revisar el Ránking de Competitividad Mundial 2017 en lo que ubica al Perú en el puesto 55 de 63 países, una posición menos que en el 2016 y 20 puestos más abajo de lo logrado en el 2008, cuando se estaba en el puesto 35. (Recopilado según el Diario el comercio, 2017).

Según Andina (2018) considera que Formalizar tu empresa o negocio significa hacer que éste sea reconocido como tal por el Estado peruano, por ello existen estos 9 pasos: en primero lugar, reservar el nombre de tu empresa, en la cual debes ir a la Oficina de Registros Públicos y verificar que no exista otro nombre o Razón social igual al que vas a usar para tu empresa. Luego, debes reservar el nombre que elegiste para que nadie más pueda inscribirse con él. La reserva dura 30 días, lo que significa que debes completar los pasos 2, 3 y 4 en ese lapso; en segundo lugar, hacer la minuta de constitución, en la cual debes hacer este documento para ello necesitas de un abogado. El documento debe incluir el tipo empresa que vas a constituir y los estatutos, los datos de los socios/accionistas y sus aportes económicos, la dirección comercial, fecha de inicio de actividades y el número y tipo de bienes con los que iniciarás operaciones.

Siguiendo con el autor Andina (2018) en tercer lugar, se realiza la escritura pública, es decir una vez redactada la minuta debes llevarla a una notaría adjuntando una constancia del capital de la empresa, un inventario de los bienes, y el certificado de Registros Públicos con la reserva del nombre de tu empresa. Así se genera una Escritura Pública; en cuarto lugar, la inscripción en Registros Públicos, donde el notario realiza esta inscripción, oficializando así la existencia de la empresa; en quinto lugar, la obtención del RUC en la cual se debe acudir a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) con la documentación requerida según el tipo de empresa que estás formando. Para ello debes tener en cuenta si te presentas como persona natural o jurídica y la categoría de la renta que vas a escoger;

En sexto lugar legalización de libros contables, es decir una vez que se obtenga el número de RUC y sepas tu tipo de renta, deberás comprar libros contables acordes a ella. Estos libros deben estar legalizados por un notario.

Continuando con el autor Andina (2018) en séptimo lugar, la licencia municipal, en la cual debes solicitarla en la municipalidad del distrito donde se ubicará físicamente la empresa. Como especifica la web de la Cámara de Comercio de Arequipa, por lo general, se debe llevar una copia del RUC, el certificado de zonificación, un croquis de la ubicación, copias del contrato del local y de la Escritura Pública, recibo de pago por derecho de licencia y un formulario de solicitud otorgado por la municipalidad; en octavo lugar, autorizaciones especiales, algunas empresas o negocios necesitan permisos especiales para empezar a funcionar, como las de transporte de carga pesada, escuelas o veterinarias. Puedes encontrar otros ejemplos en este enlace de la SUNAT; en noveno lugar, autorización o presentación de planillas. (Recopilado de RRP noticias, 2018).

Según la RPP (2017) Noticias informó que el Ejecutivo publicó el decreto legislativo N° 1269 que crea el Régimen las MYPE Tributario (RMT) del Impuesto a la Renta, que alcanza que los participantes de la micro y pequeña empresa domiciliados en el país, siempre que sus ingresos netos no superen las 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) en el ejercicio gravable, es decir que no superen los S/ 6'715,000, por lo que, la norma tiene como objetivo que las MYPE tributen de acuerdo a su capacidad. Las MYPE tiene un régimen tributario especial para pagar el Impuesto a la Renta desde 10% de sus ganancias netas anuales, siendo el monto de la UIT para este año asciende a S/ 3,950, el cual en el presente decreto legislativo entra en vigencia el 1 de enero de 2017.

Por todo ello, entre otros aspectos, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad y la Competitividad al cliente en las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH. Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018?

Se realizó un plan de análisis PESTEL del rubro restaurantes en donde se analiza el Ambiente externo; se encuentra el factor político legal constituido por el conjunto de leyes, ordenanzas y reglamentos establecidos por los órganos gubernamentales como el Ministerio de salud, Ministerio de trabajo, Superintendencia de Administración tributaria de registros públicos, ministerio de industria, Turismo, ministerio de producción. Estas instituciones cumplen como funciones, para ejercerlas, emiten normas y regulaciones.

Para el Factor político; según Barrios (2011) Estos elementos constituyen también un impacto drástico en las organizaciones, ya que las regulaciones a nivel municipal, estatal y federal imponen una serie de leyes y normas delimitando lo que las empresas pueden y no pueden hacer. Incluyendo las nuevas leyes encaminadas a la protección del medio ambiente, representan una desventaja para aquellas empresas que contaminan en grandes cantidades, sin embargo, para algunas otras representan una oportunidad de negocio, ya que actualmente gran parte de la industria va enfocada al desarrollo de productos tecnológicos e innovadores que disminuyan el impacto ambiental. Algunas otras leyes que afectan y que en muchas ocasiones las organizaciones buscan la forma de disminuir o evadir, son los impuestos establecidos por el gobierno federal, así como los salarios y derechos que beneficien a los empleados que prestan sus servicios a diversas instituciones.

Las MYPE del rubro restaurante cuentan con el permiso de funcionamiento como lo establece la ley y las licencias de funcionamiento otorgado por la municipalidad para poder brindar un buen servicio.

Para el Factor económico; según el BBVA (2017) deduce que, son las fluctuaciones de corto plazo, alrededor de una tendencia, que muestran de manera conjunta el producto con variables macroeconómicas tales como el empleo, la productividad, la inflación, entre otras. Se habla que una variable es procíclica si tiende a moverse en la misma dirección que el PIB (en caso contrario, la variable es contracíclica, y si no se observa mayor correlación entonces es acíclica).

Las MYPE del rubro restaurante estudiadas, están en constante y recuperaciones ya sea por una mala gestión, competencia, etc.

En cuanto tasa de inflación / interés: Según el INEI (2017) indico que la inflación de Perú ascendió a 1,36 % en 2017, la más baja desde 2009, con una tasa promedio mensual de 0,11 %, se informó hoy el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Para ello el informe técnico, Variación de los Indicadores de Precios de la Economía del INEI, la inflación de diciembre subió a 0,16 %, después de tres meses con una guía negativa, y significó el porcentaje más bajo respecto a diciembre de 2016 (0,33 %) y a diciembre del 2015 (0,45 %). (Recopilado de la revista agencia EFE, 2018).

Por otro lado, Las organizaciones de carácter MYPE son conscientes de las tasas que como política aplican los sistemas bancarios y no bancarios, son conscientes que la tasa de rendimiento no es la más conveniente para sus negocios, por ello prefieren tener en movimiento constante su dinero, acuden a las Cajas Municipales por dos razones, son las entidades más cercanas y reciben información preferencial, la segunda por tener un

trato individualizado en el caso de la Tasa Efectiva Anual –TEA, y aprovechan constantemente campañas en tasas aplicadas a la moneda nacional. (RADPE, 2012)

Las MYPE estudiadas del rubro restaurantes prefieren tener capital para sus negocios en las Cajas Municipales por dos razones, son las entidades más cercanas y reciben información preferencial, la segunda por tener un trato individualizado en el caso de la Tasa Efectiva Anual –TEA.

En cuanto desempleo En la región Piura, el índice de desempleo desciende sólo un 0,3% en el último año pasado anterior, luego de ubicarse en el 2.8% a comparación del 3.1%, que se registró en el año 2015, confirmó el titular de la Dirección Regional de Trabajo de Piura. Lic. Verónica Luy. De otro lado confirma que la cifra de desempleados ha disminuido, debido a que se están creando e inaugurando, más empresas del rubro de agroindustria, y han aumentado su producción. Asevero Verónica que el programa “Trabaja Perú” de una manera sostenible contribuye en la disminución de la tasa de desempleo, brindando trabajos que, si bien son temporales, contribuye muy responsablemente en la mejora de la calidad de vida de las familias piuranas. Luy (2017)

En cuanto Grado de regulación: Según Lasheras, M. A. (2009). La regulación económica es una forma de intervención del estado que restringe, influencia y condiciona la conducta de los agentes económicos obligando a las empresas reguladas a actuar de manera distinta a como actuarían si no existiera regulación.

Las MYPE del rubro restaurante estudiadas, están dispuesto al libre mercado y cada uno de ellos es más probable que sean más competente que el otro con la finalidad de obtener más demanda y oferta futura.

En cuanto Alianzas Estratégicas: Según Jareño (2008) define el objetivo estratégico de esta unión es para superar barreras en nuevo mercado, para desarrollar nuevos productos o servicios, para acceder a mercado extranjeros que requieren de importantes inversiones y de un conocimiento del mercado.

Las MYPE del rubro restaurante estudiadas, por el momento aún no cuentan con alianzas estratégicas.

Para el Factor Social; según la Universidad de Lima (2012) define que el comercio exterior del Perú es uno de los tantos factores que influyen en el crecimiento económico del país, tiene incidencia en la reducción de la pobreza y en el incremento de la inversión extranjera.

Las MYPE estudiadas rubro restaurantes cuenta con una carta de platos típicos y tradicionales de la región, respetando las costumbres y creencias siendo los platos tales como el ceviche, chicarrón, y arroz con pollo etc.

Por otro lado, en la Cultura: Según Grimson (2008) define que prosigue en incluir, por ende, todas las actividades y pensamientos humanos dentro de la susodicha cultura. Poniendo el relieve en que hay diferentes y múltiples culturas siendo el denominador común que la humanidad es un ente cultural.

Las MYPE del rubro restaurante estudiadas, se caracterizan por seguir las culturas que presentan en la región Piura.

En cuanto a la ocupación: Según la autora Lucia Pedrocano (2012) define como el conjunto de funciones, obligaciones y tareas que desempeña un individuo en su trabajo, oficio o puesto de trabajo, independientemente.

Las MYPE del rubro restaurante estudiadas, cuenta con 50% de los trabajadores con un grado de estudios técnicos, 20% Universitarias y 30% sin grado de estudios. Además, cuentan con 2 o 3 trabajadores.

Para el factor Tecnológico; según Vela (2011) considera que los innegables avances tecnológicos, sobre todo, en electrónica y microelectrónica, el proceso de globalización han abierto nuevos mercados, se han descentralizado las inversiones, han generado nuevos hábitos de demanda de bienes y servicios; creando nuevos desafíos de competitividad de las empresas peruanas en general y las MYPE en particular; así por ejemplo: limitadas capacidades gerenciales, desarticulación empresarial, informalidad, falta de capital oportuno de trabajo, ausencia de planificación estratégica, uso inadecuado de tecnologías, falta de responsabilidad social, ausencia de una óptima mezcla comercial, limitado acceso a la información; factores que han dado origen al crecimiento de problemas que actualmente atraviesan las MYPE en el país.

Las MYPE del rubro restaurante estudiadas, cuentan con sistema de tecnología moderna para poder ser más fácil crear, administrar e intercambiar información sobre todo satisfacer las necesidades de los clientes.

En cuanto competencia Salazar (2011) en el estudio “Competencias necesarias para la creación y gestión exitosa de pequeñas y microempresas en el Perú” que fue realizado en el marco del programa especial mejoramiento de la calidad de la educación Peruana; se ha planteado las siguientes conclusiones donde se establece la relación entre los factores de la administración de calidad y la formación del microempresario, se dice que para llegar a ser un empresario exitoso se debe dominar plenamente la mayoría de

las ocho funciones empresariales básicas: vender, producir, dirigir al grupo humano, organizar, financiar, planear y evaluar, innovar y liderar a la comunidad, estas dependen del tamaño de la empresa y tienen cierta secuencia en el tiempo, es decir, a medida que la empresa se consolida y crece se agregan nuevas funciones y las anteriores se tornan más complejas.

Las MYPE del rubro restaurante estudiadas se requiere básicamente saber vender; en las pequeñas empresas industriales se necesita saber producir y dirigir al grupo humano; en las medianas empresas es indispensable planear y financiar las operaciones.

Así mismo la Universidad de Harvard (2008) publicó un artículo donde consideran las Fuerzas Competitivas como clave para el éxito de las empresas en primer lugar, Amenaza de la entrada de nuevos competidores que conforman: las barreras a la entrada y respuesta esperada de los competidores establecidos que conforman; En segundo lugar, Poder de negociación de los proveedores lo cual se encuentra la capacidad que tiene el proveedor de llegar a alcanzar un objetivo; en tercer lugar, está el Poder de negociación de los compradores o consumidores, lo cual conforma el valor del comprador e Identificación del criterio de compra; en cuarto lugar está la amenaza del ingreso de productos sustitutos, lo cual conforma la economías de escala, diferenciación del producto, Inversiones de Capital, Desventaja en Costos independientemente de la Escala; y por ultimo está la Rivalidad entre competidores, lo cual incluyen que hay competidores equilibrados, siendo el crecimiento lento de la industria, los costos fijos y

de almacenamiento son elevados, por falta de diferenciación o costos cambiantes, y los existen intereses estratégicos elevados.

En cuanto Cultura organizacional con valores comunes para sus miembros: Según Cain y Daddona (2009) definen que los valores proveen una base y un lenguaje común para que las empresas puedan crecer y prosperar en las épocas buenas y épocas malas.

Las MYPE del rubro restaurante estudiadas, se caracterizan por la defensa de valores tales como respeto, honestidad, pulcritud, solidaridad, trabajo en equipo, etc. ya que gracias a ello permiten que cada uno de integrantes interactúen de maneras armónica de igual manera influye en la formación y desarrollo, con la finalidad de alcanzar los objetivos con mayor facilidad.

Las MYPE se dedican a la venta Platos típicos de la región como Arroz con pollo, Ceviche, chicharro de Pollo, Costillas de chanco, etc. Las MYPE se encuentran ubicadas en el AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura. Para conocer la situación problemática de las MYPE se estudiará el entorno empresarial, así como:

Calidad del servicio: Según Pizzo (2013) la costumbre que se ha desarrollado y practicado por una empresa para explicar las necesidades y expectativas de sus clientes y brindar, por lo que da como resultados, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores.

El 50% de las MYPE investigadas cuentan con una atención rápida y amable por parte del personal en la que predomina la atención personalizada dado que el personal ofrece sugerencias con sus platos típicos Para mayor satisfacción con los clientes. Las

MYPE, además de vender platos típicos realiza los fines de semana Peñas show, alquila el local para toda clase de eventos especiales como matrimonios, Bautizos, Quinceañeros etc. dado que los clientes reciben una atención efectiva por parte del personal del servicio. Orientan, recomiendan diferentes presentaciones de platos para su mejor satisfacción. Así mismo se estudiará el ambiente interno, tales como:

En cuanto Material: Según el portal de Zona Económica (2009) los recursos materiales son los bienes tangibles que la organización puede utilizar para el logro de sus objetivos.

Las MYPE del rubro restaurante cuentan barra de tragos, refrigeradoras, congeladoras, ventiladores, etc.

En cuanto Infraestructura: Según el Diccionario compacto Oxford English (2010) define que, infraestructura urbana proviene de la etimología que significa a aquella realización humana planteada y dirigida por profesionales de Arquitectura, Ingeniería Civil, Urbanistas, etc., que sirven para el desarrollo de otras actividades en la organización estructural de las ciudades y empresas.

Las MYPE del rubro restaurante cuentan con una infraestructura adecuada dado que los locales en un 50% cuenta con un área 6 x 18 metros cuadrados, bien remodelada, con la iluminación, ventilación necesaria, además de mantener la pulcritud, limpieza y el orden de sus productos adecuados, ya que cuentan con un almacén para guardar sus productos en stop, y se encuentra en una ubicación estratégica que le permite generar altos ingresos.

En cuanto Moneda: Según la Real Academia Española (2011) define moneda como la Pieza de oro, plata, cobre u otro metal, acuñada con los distintivos elegidos por

la autoridad emisora para acreditar su legitimidad y valor del billete o papel de curso legal.

Las MYPE del rubro restaurantes estudiadas trabajan con la moneda nacional el Nuevo Sol.

En cuanto Man / Trabajadores: Según Pérez y Merino (2010) define el trabajo, por su parte, es una actividad productiva por la que se recibe un salario. Se trata de un esfuerzo que realizan los seres humanos.

Las MYPE del rubro restaurante estudiadas, cuenta con personal hábil, entrenados para hacer el trabajo bien; personal motivados que pongan empeño en su trabajo, que busquen realizar las operaciones de manera óptima y sugieran mejoras.

En cuanto Competencia: Según Centró de Formación en Turismo, Cenfutur (2013) reconoció formalmente el desempeño, conocimientos, y habilidades de los trabajadores de restaurantes y hoteles de la región Loreto, La Libertad, Ucayali, San Martín y Áncash, a través de un arduo proceso de evaluación. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo informó que este proceso de certificación de competencias laborales se dio bajo la modalidad de evaluación en el lugar de trabajo, en los perfiles ocupacionales de cocinero, mozo, bartender, recepcionista de hotel-hostal y operario de limpieza. (Recopilado por la agencia peruana noticia, 2013).

Las MYPE estudiadas del rubro restaurantes, compiten a diario siendo así que brindan sus ofertas mediante las redes sociales utilizándolo como puente hacia los compradores.

Para el Factor ecosistema, según Borsdorf y Davila (2012) ambos deducen que, significa conservar y cuidar la vegetación, la fauna y sus hábitats, siendo la

responsabilidad ambiental que debe estar guiada a de manera sostenible y aprovechar de la naturaleza, los bienes naturales, la flora y la fauna, así como la variedad, la especialidad y la belleza paisajística. Por lo que, la protección del medio ambiente y el cuidado del paisaje van de la mano de acuerdo con las perspectivas modernas de la problemática.

Las MYPE del rubro restaurantes estudiadas, cuenta con protección al medio ambiente puesto utilizan cocina a gas.

En cuanto Estabilidad de Gobierno: Según la entrevista dada por el Diario Oficial El Peruano, Honsel (2018), informó que el Perú mantiene una buena posición en comparación con otros países que obtienen la calificación crediticia en América Latina, lo que demuestra un ritmo de crecimiento acelerado de la economía en comparación con México. Siempre consideramos que el manejo de la deuda pública

Peruana es una fortaleza. Por lo que, de acuerdo con nuestra última revisión, proyectamos que el producto bruto interno (PBI) peruano crecerá 3.5% este año, lo cual se verá favorecido por la expansión de las exportaciones y el impulso de la inversión pública y privada, Sobre todo la segunda, cuyo avance se comenzó a observar desde el tercer trimestre del 2017. Si no hay contratiempos, se debería cerrar el 2018 con un mayor crecimiento que el mostrado en el 2017.

Las MYPE estudiadas del rubro restaurantes, debido a su mayor consumo hace que los clientes puedan tener mejores servicios especiales como los delivery y gracias a ello puede tener la implementación de sus cartas como sus platos típicos de la región como, el ceviche, chicharrón, arroz con pollo y su diversa variedad de platos a la carta.

Para el Factor legal, según González (2011) las fuerzas políticas y legales son el resultado de los cambios en las leyes y en las regulaciones. Se derivan en desarrollos políticos y legales dentro de la sociedad y afectan significativamente a los gerentes y las empresas.

Las MYPE del rubro restaurante cuentan con el permiso de funcionamiento como lo establece la ley y las licencias de funcionamiento otorgado por la municipalidad para poder brindar un buen servicio, además de contar con 3 trabajadores, 2 mozos y un cocinero ganando 200 soles mensuales cada uno.

En cuanto Defensa Civil: Según McReynolds, David (2008), define que la defensa civil es una organización con apoyo gubernamental, que opera en la mayoría de los países, y tiene como objetivo apoyar a los ciudadanos que viven en zonas vulnerables para hacer frente a los desastres naturales.

Las MYPE del rubro restaurante estudiadas, cumplen 100 % en cuanto prevención y seguridad en defensa civil autorizados por la INDECI, lo que contribuye a reducir el riesgo de peligro de origen natural o inducido por la mano del hombre, del mismo modo de mantener y salvaguardar la seguridad de las personas dentro de local ya que cuenta con extintores, señalización para las áreas seguras, luces de emergencias, botiquín de primeros auxilios, etc.

La presente investigación deriva de la línea de la investigación denominada: Gestión de calidad y formalización de las MYPE, las cuales fueron asignadas por la Escuela de Administración y comprende el campo disciplinar: promoción de la MYPE. Por lo tanto, el problema identificado es ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH

Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018? Dicho problema permite identificar como objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018. Como objetivos específicos: (a) Describir los principios de la gestión de calidad en las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018; (b) Describir los beneficios de implementar un sistema de la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante. AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018; (c) Describir estrategias de la competitividad en las MYPE rubro restaurante. AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018; (d) Describir los niveles de la competitividad en las MYPE rubro restaurante AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.

La presente investigación tiene como justificación permitir generar reflexión en los propietarios de las MYPE rubro restaurantes referentes a la caracterización de la gestión de calidad y la competitividad para lograr una mejor calidad de servicio, lograr la supervivencia, rentabilidad de las ya mencionadas, desarrollar habilidades, generar fidelización de los clientes e incrementar su valor y lograr la productividad en el mercado competitivo. Así mismo, es importante para la comunidad estudiantil porque permitirá generar nuevos conocimientos que con lleven a futuras decisiones que impulsen la mejora de la Gestión de este tipo de negocios.

Justificación práctica: según Bernal (2010) define que la justificación práctica se debe de hacer cuando el desarrollo de la investigación ayuda a resolver un problema o por lo menos, propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo.

Por lo que la investigación, ayudará a resolver los problemas dados en las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018 y ello

conllevará a realizar una profunda búsqueda de información que en el futuro ayudará a una mejora continua, con propuestas, estrategias y a la vez recomendaciones, con la finalidad de ayudar en la toma de decisiones.

Justificación teórica según Bernal (2010) especifica que la justificación teórica es crear reflexión y disputa académica sobre el cargo existente, confrontar una suposición, comprobar resultados, hacer epistemología del conocimiento existente o cuando se busca mostrar respuesta de un modelo.

Por lo que la investigación, encontrar respuestas a las diversas situaciones que presenten las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018.ya sean internas o externas. Para el optimismo de la información se acudirá a tesis especializados en el tema, así mismo en fuentes bibliográficas que posteriormente ayudará a una eficaz investigación

Justificación Metodológica: según Bernal (2010) detalla que la investigación científica, y la justificación metodológica del estudio se realiza con la investigación que se va a realizar propone un nuevo método o una nueva habilidad para generar ideas válidas y confiables.

Por lo que la investigación, va implicar que las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018. Planteen nuevos métodos o nuevas estrategias teniendo en cuenta la población que es un aproximando de 8 trabajadores en total y las MYPE a tratar son 4. El resultado que se obtendrá será a través de un cuestionario que permitirá dar validez a la investigación haciendo uso de fuentes primarias y secundarias para obtener los datos claros y precisos.

## **REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Variable gestión de calidad:**

Aguilar (2010), presento una investigación denominada “Propuesta para implementar un sistema de gestión de la calidad en la empresa “filtración industrial especializada s.a. de c.v.” de xalapa, Veracruz” en la universidad veracruzana, en Veracruz, con el objetivo realizar una propuesta para el establecimiento de un sistema de aseguramiento de la calidad y de la gestión de la calidad total en la empresa “Filtración Industrial Especializada, S.A. de C.V. Así mismo tiene como diseño no experimental, tipo descriptivo, nivel cuantitativo tipo observacional.

Concluyó Como resultado del estudio realizado en la empresa se tienen las bases necesarias para establecer un plan de mejora continua. El diagnóstico realizado muestra las deficiencias que se presentan en la empresa en relación a la calidad que se tiene en la misma. Existen puntos en los que se deben poner un mayor énfasis para lograr un mejoramiento de la calidad y la hipótesis planteada se cumple debido a que se detectaron las áreas de la empresa en las que se deben establecer los planes de mejora continua. Se debe considerar que para la implementación de un sistema de gestión de calidad, debe existir un fuerte compromiso de la alta dirección quien toma decisiones y gestiona los recursos necesarios. La implementación de un sistema de calidad no le garantizará a “Filtración Industrial Especializada S.A. de C.V.”

Sánchez (2014), presento una investigación denominada “Viabilidad de un sistema de gestión de calidad internacional en una PYME con mercado local caso fonix”

en la universidad nacional autónoma de México, con el objetivo que beneficio se obtiene una estandarización internacional a una empresa de mercado local, así mismo tiene como diseño no experimental, tipo descriptivo, nivel cuantitativo tipo observacional.

Concluyó No importando la época de la humanidad en dónde se pueda observar productos hechos por el hombre, podrá entonces vislumbrarse hechos que conciernen a la calidad de algún modo, vago o complejo siendo el producto o servicio que se ofrezca. Con la valoración de aquel conocimiento o aquella teoría, con la adecuada planeación y ejecución se podrán evidenciar resultados favorables hacia la empresa, siempre y cuando se atiendan de igual manera los requerimientos o exigencias del cliente hoy en día. Con la valoración de aquel conocimiento o aquella teoría, con la adecuada planeación y ejecución se podrán evidenciar resultados favorables hacia la empresa, siempre y cuando se atiendan de igual manera los requerimientos o exigencias del cliente hoy en día.

Villanueva (2015), presento una investigación denominada “Implantación del sistema de gestión de calidad según une en ISO 9001:2008. Fundación Luis Giménez Lorente, en el ámbito de la cartografía y la gestión de sus fondos. Comparativa con otras instituciones cartográficas a nivel nacional” en la universidad politécnica de valencia de España, con el objetivo por qué nos hemos planteado implantar un sistema de gestión de calidad según la Une en ISO 9001:2008 en la Fundación Luis Giménez Lorente, así mismo tiene como diseño no experimental, tipo descriptivo, nivel cuantitativo.

Concluyó La implantación del sistema de gestión KOHA no es incompatible con la implantación de un sistema de gestión de calidad según la

Une en ISO 9001:2008, debido a que la existencia de un interfaz de funcionamiento a todos los usuarios, puede verse complementada por la existencia de un

sistema de gestión de calidad en su sentido más amplio. La Fundación Luis Giménez Lorente dispone de fondos y recursos que garantizarían la implantación y el mantenimiento de todos estos sistemas gestores, lo que la situaría entre las instituciones cartográficas de mayor relevancia en el territorio nacional, sino por la cantidad de sus fondos, si por su elevado grado de innovación que le confiere a su gestión íntegra. Consideramos que con una gestión adecuada, basada en sistemas existentes y novedosos propuestos, podría convertirse en un referente en el territorio nacional.

Carranza (2014), presentó una investigación denominada “Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de Huanchaco año 2014” en la universidad católica los ángeles de Chimbote (Trujillo), con el objetivo “Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014”, así mismo la metodología fue de tipo no experimental-descriptivo.

Concluyó que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención; el 85% respondieron que la calidad es importante para la organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad, , por otro lado, las principales características de las MYPE; el tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las MYPE son

formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%.

Huallpahuaque (2015), presentó una investigación denominada “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014” en la universidad católica los ángeles de Chimbote (Huaraz), con el objetivo general describir las principales características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante de dos tenedores en el Distrito de Huaraz, 2015, así mismo la metodología fue cuantitativa, descriptiva, no experimental (Transaccional o transversal).

Concluyó que la mayoría de los empresarios encuestados de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de dos tenedores del Distrito de Huaraz, tienen de 36 - 45 años de edad, son mujeres emprendedoras, con estudio superior universitario, por otro lado, la gestión de calidad, parte esencial de esta investigación es entendida como la aplicación de la mejora continua y la realización de cambios en el proceso, fundamental en aquellas organizaciones que quieren fijar su visión y obtener una posición reconocida y continuada en el tiempo. Es por eso que el objetivo principal de esta tesis fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de dos tenedores en el distrito de Huaraz; en respuesta a este objetivo los resultados nos muestran que el mayor porcentaje de los empresarios no aplican el ciclo de PHVA en la estructura operacional de la organización.

Sánchez (2014), presentó una investigación denominada “Gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las MYPE rubro restaurantes-provincia de Trujillo año 2013” en la universidad católica los ángeles de Chimbote (Trujillo), con el objetivo general determinar y dar a conocer las principales características de las MYPE Rubro Restaurantes en la provincia de Trujillo en el año 2013, así mismo la metodología fue descriptiva.

Concluyó que el estudio realizado en podemos concluir que el proceso de selección y la gestión de calidad las MYPE del Rubro restaurantes son dos puntos que aún están muy lejos de estar en estándares óptimos que permitan realizar una correcta gestión de los negocios, , por otro lado, si bien es cierto la mayoría de los Gerentes tienen estudios completos (40% superiores completos y 20% técnicos completos) pero han sido formados en sus respectivas especialidades: Administración, Economía, Marketing. Esto no es una desventaja, al contrario, le da una visión mucho más profesional de cómo deberían llevar el negocio, pero necesitan mucha más capacitación en temas relacionados con el rubro y con la gestión del personal que es uno de los puntos más débiles y descuidados en el rubro.

Campos (2015), presentó una investigación denominada “Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la primavera Castilla, 2015” en la universidad católica los ángeles de Chimbote (Piura) con el objetivo general determinar la manera en la cual influye la gestión de la calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015, así mismo la metodología fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal.

Concluyó que las características que tiene la gestión de la calidad en las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La primavera es la falta de conocimiento, la resistencia al cambio al nivel de gerencia lo ha repercutido en no lograr alcanzar los altos niveles de competitividad lo que ha incidido en la disminución de las ventas. Por los que los empresarios del grupo analizado deben de implantar un sistema de calidad como estrategia de gestión para ser más competitiva, por otro lado, Las MYPE del rubro estudiado tiene que dar mayor realce a los elementos de gestión de calidad debido a su importancia dentro del sistema, como son los procesos, la documentación, el manual de calidad, debe existir una buena relación entre ellos tiene que haber congruencia entre los elementos para que estos trabajen de la mejor manera dentro del sistema.

Yahuana (2017), presentó una investigación denominada "Caracterización de la competitividad y la gestión de calidad de las MYPE en el rubro restaurantes de la urbanización la alborada-Piura, año 2016" en la universidad católica los ángeles de Chimbote (Piura), con el objetivo general identificar las características que tienen la competitividad y la Gestión de calidad de las MYPE en el rubro restaurantes de la Urbanización la Alborada-Piura, año 2016, así mismo la metodología fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal.

Concluyó que los factores de la gestión de la calidad identificada en la presente investigación, con carácter de relevancia se ve la política de calidad, el desempeño del personal, por otro lado, los elementos determinantes de la gestión de calidad identificados en los Restaurantes de la Urb. La Alborada son: seguridad, limpieza, higiene, mejora continua, calidad, habilidades, toma de conciencia de los trabajadores.

Berrú (2014), presento una investigación denominada “caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPE del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014” en la universidad católica ángeles de Chimbote, en la sede Sullana, con el objetivo cuáles son las características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPE en el sector comercial, rubro zapaterías de la ciudad de Sullana, Región Piura año 2014, así mismo tiene como diseño no experimental, tipo descriptivo, nivel cualitativos.

Concluyó respecto al perfil del empresario Del 100% de los representantes legales de las MYPE encuestados se puede afirmar que el 50 % de los representantes tienen entre 36 y 50 años, el 25 % solo tienen estudios primarios, el 75% de los representantes legales de las MYPE encuestados son artesanos y el 75 % tiene como Objetivo primordial la subsistencia, las principales características de las MYPE del ámbito de estudio son: El 37.50 % se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente, mientras tanto que el 50% tiene 1 trabajador permanente, las MYPE en estudio el 75% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 57.50% utiliza la radio para la publicidad del producto de las MYPE, el 47.50% cada más de tres años el empleador capacita e incentiva al trabajador de las MYPE, el 50% considera que la infraestructura de las instalaciones es regular, mientras que el 62.50% considera que el personal de ventas y servicios no es honesto en la información que le proporciona al cliente.

### **2.1.2. Variable de competitividad:**

Valencia y Rendón (2015) en su tesis titulada “Competitividad internacional de las empresas mexicanas exportadoras porcícolas, de la Universidad Santo Tomás Distrito Federal” (México), con el objetivo cuáles son las variables y las correlaciones existentes entre ellas, que determinan la competitividad de las Empresas del Centro-Occidente de México que exportan productos cárnicos de cerdo al mercado de la República Popular China. Así mismo tiene como diseño no experimental, tipo descriptivo, nivel cuantitativo.

Cuya conclusión se realizan en , las Empresas Porcícoles del Centro-Occidente de México, enfrentan doble reto en la actualidad, por una parte, tienen un incremento en la presión por competidores extranjeros y nacionales cada vez más agresivos, y por otro lado se ha abierto la oportunidad de incorporarse a la dinámica internacional; dio respuesta al objetivo de esta investigación, que fue el de describir las interrelaciones entre las variables críticas y en qué medida de la competitividad internacional de las empresas del Centro Occidente de México, se concluye que, la Competitividad Internacional del Sector Porcícola del Centro-Occidente de México, está determinada por las variables: precio, la calidad de sus productos, la tecnología, el capital humano capacitado, los canales de distribución y logística que eligen y la comunicación que utilizan para interactuar con sus clientes.

Llorente (2013) en su tesis titulada “Análisis de competitividad de las empresas de acuicultura. Aplicaciones empíricas al cultivo de la dorada (*Sparus Aurata*) y la lubina (*Dicentrarchus Labrax*)”, de la Universidad de Cantabria (España), con el objetivo proporcionar una descripción de la importancia y del estado actual de la acuicultura

tanto a nivel global como en el caso de España, prestando especial atención al cultivo de dorada y lubina. Así mismo tiene como diseño Correlacional, tipo descriptivo y explicativo, nivel Perceptual.

Cuya conclusión se dio en el lugar, el papel de la acuicultura en el mundo actual ha cambiado a lo largo de las últimas cuatro décadas durante las cuáles el peso de la acuicultura en la producción mundial de productos pesqueros ha crecido hasta alcanzar prácticamente la mitad; hoy día la acuicultura no es solo una solución ante la posible falta de pescado para alimentar a la población mundial, sino que es una actividad generadora de empleo y comercio, que aporta dinamismo económico a las regiones en las que se desarrolla y que demanda un tipo de trabajo cualificado y estable; y por último se concluye que, las dos especies más importantes en el cultivo de peces en España en la actualidad son la dorada y lubina. Su producción ha seguido una tendencia creciente desde que se realizaron las primeras producciones intensivas en los años ochenta y noventa hasta situar a España como el tercer país productor de dorada por detrás de Grecia y de Turquía y el cuarto de lubina tras Turquía, Grecia y Egipto.

Leal (2015) en su tesis titulada “Hacia un análisis integral de la competitividad territorial: el caso del estado de Querétaro, de la Universidad de Deusto” (México), con el objetivo cuáles son los factores que inciden en la competitividad de un territorio. Así mismo tiene como diseño no experimental, tipo descriptivo, nivel cuantitativo.

Cuya conclusión , han ido cobrando importancia a medida que se ha reconocido al territorio como un recurso de carácter endógeno que se diseña y se construye con el

fin de contribuir a la competitividad de las empresas que están ahí localizadas e impulsar el potencial de la región misma; en el lugar, hoy el desarrollo económico tiene un sentido más local, y el enfoque de desarrollo de arriba hacia abajo va perdiendo su lugar frente al enfoque de abajo hacia arriba, con políticas que se van diseñando con base en las características regionales y en las necesidades, los deseos y las preocupaciones de desarrollo de quienes mejor las conocen: sus propios protagonistas; y por último se concluye que al diseño e implementación de las políticas públicas relacionadas con la competitividad y el bienestar, éstas deben igualmente ser llevadas a cabo de manera simultánea, porque hacerlo por separado sólo impone costos a partir del uso ineficiente de los recursos.

Arias (2014), presentó una investigación denominada “Caracterización del financiamiento y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comidas criollas, del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima - periodo 2013-2014” en la universidad católica los ángeles de Chimbote (Lima) con el objetivo general describir la principal caracterización del financiamiento y competitividad de las MYPE del sector servicios de la Localidad de San Vicente, provincia de Cañete, así mismo la metodología fue tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental.

Concluyó que en el aspecto de la situación de competitividad, la mayoría reconoce la necesidad de capacitación como por ejemplo de las Buenas Prácticas de Manufactura para mejorar la calidad de la producción, también el mismo porcentaje de encuestados considera que las iniciativas de apoyo estatal son importantes para mejorar

el nivel de eficiencia de las MYPE tanto por las autoridades locales como de los mismo empresarios, en su totalidad consideran que la competitividad impulsa a mejorar la calidad de producción empresarial, por otro lado, la información presentada de los resultados de una escala realizada a ciudadanos de San Vicente De Cañete sobre el comportamiento, hábitos de consumo y preferencias en comidas criollas se colige que el mercado de dicha ciudad es favorable a la actividad comercial de venta de comidas criollas gracias al movimiento social naturales del lugar y por el turismo.

Hurtado (2016), presentó una investigación denominada “Caracterización de la formalización y competitividad de las MYPE, sector servicio - rubro restaurantes, en el penal miguel castro castro del distrito de San Juan de Lurigancho, provincia y departamento de Lima, año 2015” en la universidad católica los ángeles de Chimbote (Lima) con el objetivo general determinar las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector servicio - rubro restaurantes en el Penal Miguel Castro Castro, Lima, periodo 2015, así mismo la metodología fue descriptiva y no experimental.

Concluyó que la totalidad de las MYPE cuenta con personal calificado, a totalidad de las MYPES tiene un producto de calidad y cuentan con variedad de platos de comida, por lo que la mayoría de las MYPES cuenta con la cantidad de platos de comida que requieren los clientes (internos del penal), la totalidad se abastecen 2 veces por semana de insumos y estos son comprados por sus proveedores en el Mercado mayorista y en su mayoría las MYPE tiene precios de mercado en sus platos de comida, no usa tecnología y la mayoría tiene un jalador como medio de publicidad.

Rupay (2017), presentó una investigación denominada “Caracterización de la competitividad bajo el enfoque de estrategias de diferenciación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Carhuaz, 2015.” en la universidad católica los ángeles de Chimbote (Huaraz) con el objetivo general describir las principales características de la competitividad bajo el enfoque de estrategias de diferenciación, en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Carhuaz en el año 2015, así mismo la investigación fue cuantitativa – descriptiva no experimental (transeccional o transversal).

Concluyó que las características de los gerentes y/o representantes de los restaurantes en estudio, se identificó que el mayor porcentaje de encuestados son personas de 31 a 40 años de edad, de sexo masculino y la gran parte de los encuestados solo cuenta con estudios de secundaria completa, quienes emplean conocimientos empíricos en cuanto a la administración de sus negocios, lo cual denota que desconocen conceptos administrativos, dificultando la aplicación de estrategias que le permitan ser competitivos en el mercado, por otro lado, la aplicación de estrategias de diferenciación, como la segmentación de mercado, intensidad en la publicidad y prestigio en precios, va permitir que las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante, logren la competitividad.

Córdova (2018), presentó una investigación denominada “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE de servicios rubro restaurantes tácala - Castilla - Piura, 2018” en la universidad católica los ángeles de Chimbote (Piura) con el objetivo general determinar las Características de la Capacitación y Competitividad de las MYPE de Servicios Rubro Restaurantes Tácala – Castilla – Piura 2018”, así mismo la metodología fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal.

Concluyó que en relación a los factores de competitividad que las MYPES de servicio rubro restaurantes en Tácala se determinó que se aplican, son los factores de innovación que están frecuente mente innovando sus salones de atención, y además los factores calidad, recursos y preferencia permiten ofrecer variedad de platos de buna calidad de personal profesional y también por asistir a lugares donde se sientan cómodos y a gusto, por otro lado, los procesos de competitividad que utilizan las MYPES de servicio rubro restaurantes en Tácala se identificó que los procesos de costos y el proceso de infraestructura permite contar con ambientes ventilados, atractivos generando así mayor competitividad.

Correa (2018), presentó una investigación denominada “Caracterización de la capacitación y la competitividad en las MYPE del rubro restaurantes de la urbanización Santa Ana de Piura, año 2018” en la universidad católica los ángeles de Chimbote (Piura) con el objetivo general establecer las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE rubro restaurantes de la Urbanización Santa Ana de Piura, año 2018, le metodología fue de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental - transversal.

Concluyó que las ventajas competitivas presentes en las MYPE del rubro restaurantes de la Urbanización Santa Ana de Piura, se determinó que en su totalidad las MYPE, cuentan con una buena ubicación; que casi en su totalidad las MYPE gozan de buena imagen y cuentan con un valor agregado que atraen al cliente; por otro lado, se determinó que más de la mitad de las MYPE se preocupan por el desempeño de la competencia, se diferencian por los precios brindados en su carta y cuentan con equipos y maquinarias en óptimas condiciones; por último, se determinó que menos de la mitad de las MYPE cuenta con personal capacitado para la atención del cliente.

Pérez (2017), presentó una investigación denominada “Caracterización de la competitividad y rentabilidad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías de la urbanización chira Piura, año 2016” en la universidad católica los ángeles de Chimbote (Piura) con el objetivo general determinar las características de la competitividad de las MYPE, la metodología fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal.

Concluyó que es posible las estrategias competitivas que emplean las MYPE rubro restaurantes cevicherías, de la urbanización chira Piura son: La calidad del producto, imagen del establecimiento, buen servicio agradable y satisfactorio, la eficiencia en sus productos, son innovadoras para vender sus productos, por otro lado, los factores que determinan la competitividad en las MYPE rubro restaurantes cevicherías, de la urbanización chira Piura son: El orden en sus instalaciones, alto nivel de limpieza, buen nivel de seguridad y prevención así como el alto nivel de atención al cliente.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Variable: Gestión de calidad**

Ramírez (2013) ha expresado que debido a la similitud en la base normativa y a una menor complejidad en el aspecto metodológico, resulta poco complejo el proceso de integración entre ambos sistemas. Además de aportar las herramientas necesarias que propician una facilidad en los cambios organizacionales, se destacan beneficios como la creación de nuevos hábitos de trabajo, valores y una cultura dirigida a resultados más eficaces y eficientes.

UPB - Investigación & Desarrollo (2008) la define como una filosofía de gestión integral y un conjunto de prácticas que enfatiza, entre otras cosas: mejora continua, satisfacción de los requisitos del cliente, reducción de reproceso, implicación de empleados y trabajo en equipo, rediseño de procesos, benchmarking competitivo, resolución de problemas en grupo, medición constante de los resultados y estrechas relaciones con los proveedores. Para lograr esto, se requiere cooperación entre todos los miembros, cambios fundamentales en todos los aspectos de la organización y principalmente, una mejora continua no sólo de la calidad de productos o servicios, sino de todas las operaciones, creando así una cultura de calidad en la organización.

### **2.1.1.1 Principios de Gestión de Calidad**

Según la norma ISO 9000 en su versión del año 2000 llamado Sistemas de Gestión de la Calidad, se introducen los ocho principios de la calidad de los que puede decirse que hacen parte de las mejores prácticas de organización empresarial actual.

Principio 1: Enfoque al Cliente: Según el sistema ISO 9001 mantiene en su proyecto de revisión de la norma 9001:2015 en primer lugar plantea que se debe orientar al objetivo número uno de toda organización que es alcanzar y mantener la satisfacción del cliente. Este aspecto que parece obvio, es dejado de lado por ciertas organizaciones, especialmente cuando ya cuentan con una cartera de clientes importante. El otro lado que parece obvio, pero en verdad se sorprendería cuántas personas con poder de decisión lo olvidan, refiere al gran objetivo que debe perseguir toda empresa: satisfacer a sus clientes.

Principio 2: Liderazgo: Según el autor Brown (2010) en define Liderazgo como teorías y aplicaciones en la cual es influencia que es positiva para todo el grupo, es decir, que apoya al grupo a llevar a término su propósito, a obtener objetivos, a mantener un buen funcionamiento, y a adaptarse a su entorno. Por lo que el liderazgo es una cadena que afecta a todos los directivos de una organización, que tienen personal a su cargo. Si se rompe un eslabón de esa cadena, se rompe el liderazgo de la organización, ya que esto sirve como guía y motivación.

Principio 3: Participación del personal según Gehisy (2010) comenta que las personas, a todos los niveles, forman pieza fundamental de la organización y su

completo desarrollo, permite que sus habilidades, sean usadas en beneficio de la misma. Los miembros de la organización, consumidores, trabajadores, mandos, proveedores, distribuidores, y los elementos ajenos a la empresa como redes de transporte, comunicaciones, etc., son los elementos que constituyen la organización, por lo que se considera que la motivación del personal es clave, para que una organización disponga de un plan de incentivos y de reconocimientos. Sin estas dos acciones, difícilmente una organización podrá conseguir el compromiso del personal, teniendo un buen clima laboral.

Principio 4: Enfoque basado en Procesos, según la ISO 9001: 2001 establece las estructuras para llevar a cabo el enfoque basado en procesos. Por lo que, este enfoque en esta norma es tan evidente que los propios contenidos se estructuran con este enfoque. Lo que reconoce a su vez concebir y entender los requisitos de la norma vinculados entre sí. Por lo tanto, el cambio habita en la concepción de “organización”, que ha dejado de ser una organización por departamentos o áreas funcionales para ser una organización por procesos para poder crear valor a los clientes.

Principio 5: Enfoque de sistema para la gestión, según Gehisy (2010) comenta que, en primer lugar, se debe Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, lo que contribuye a la efectividad de la organización y a la eficiencia en alcanzar sus objetivos y finalmente se persigue es el logro de los objetivos marcados. Por lo que será necesario que la organización descubra y gestione de manera correcta todos los procesos interrelacionados

Principio 6: Mejora continua, según Herrera (2010) comenta que el mejoramiento continuo, debe verse como una cultura que puede aplicarse a todos los ámbitos de la vida, aunque en nuestro caso el enfoque será hacia las organizaciones. De tal manera que, esa mejora continua de los procesos se consigue siguiendo en planificación, Organización, dirección y control.

Principio 7: Enfoque basado en hechos para la toma de decisión, según la ISO 9001 versión 2015, observan las ventajas competitivas como la toma de decisiones fundamentada en información veraz y fiable, el incremento de la capacidad para demostrar la eficacia de las decisiones mediante la referencia a datos objetivos, y el aumento de la capacidad para revisar, cuestionar y cambiar las opiniones y decisiones. Por lo tanto, Lo que no se puede medir no se puede controlar, y lo que no se puede controlar es un problema.

Principio 8: Relaciones uno a otro beneficiosas con el proveedor, según la ISO 9000 en su totalidad, deduce que tanto la organización y como sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor, ya que él depende que se realice un buen trato.

#### **2.1.1.2 Beneficios de implementar un Sistema de Gestión de Calidad**

Según la ISO 9001:2015 indicó que las organizaciones buscan conseguir una serie de beneficios para ellos y para sus clientes. Todo lo que se obtiene al certificarse bajo el paraguas de un Sistema de Gestión de Calidad es: en primer lugar, Satisfacer al cliente: la principal finalidad que se persigue de la implementación de un Sistema de

Gestión de Calidad es poder cumplir con todas las expectativas que establece el cliente. Todo el proceso se encuentra orientado hacia ese objetivo; en segundo lugar, Obtención de nuevos clientes: el cumplimiento de los estándares que un Sistema de Gestión de Calidad determina, ofrece seguridad ante clientes potenciales. La captación de nuevos clientes se debe a la buena imagen que proyecta el hecho de que una organización ofrezca bienes y servicios de calidad y esto pasa por adoptar un Sistema de Gestión de Calidad que avale los procedimientos llevados a cabo como el resultado del proceso productivo. Al contar con la certificación en la norma ISO 9001, se asegura una excelente atención al cliente que ayuda a la captación.

Siguiendo ISO 9001:2015 en tercer lugar Mejora los procesos de la organización: los procesos que se realizan en la actividad productiva siguen unos estándares que aseguran que se están cumpliendo las normas que hacen que sea un proceso optimizado; en cuarto lugar, Diferenciación de la competencia: una organización que cuente con un certificado en la norma ISO 9001, siempre destaca por encima de la competencia. El hecho de contar con un Sistema de Gestión de Calidad certificado proyecta una imagen muy positiva sobre los clientes potenciales que hace que la organización prevalezca frente a otras; en quinto lugar, Reducción de costos sin que afecten a la calidad: es necesario mejorar la calidad de un producto o servicio sin que la calidad del mismo sea afectada. Se trata de optimizar el proceso y eliminar los costes superfluos de tiempo o recursos.

Siguiendo la misma línea de la ISO 9001:2015 en sexto lugar Cumplir con los requisitos de la administración pública: contar con un certificado en la norma ISO 9001 es necesario para entrar en cualquier concurso que ofrezca la administración pública sin el cual no se puede optar a participar en él; séptimo lugar Cumplir con las exigencias que se derivan de la pertenencia a un grupo: en algunas organizaciones, la mayoría multinacionales, la certificación del Sistema de Gestión de Calidad es un requisito indispensable para forma parte del grupo y asegurarse de que ningún componente baja la guardia en materia de calidad de producto o servicio.

### **2.1.1.3 Gestión del Mejoramiento Continuo**

Gutiérrez (2008) define que se entiende por mejoramiento continuo como la política de mejorar constantemente y en forma progresivo el producto, estandarizando los resultados de cada mejoría lograda. En cuanto a la ejecución del mejoramiento continuo, así mismo, establece que se da capacitación al obrero en la metodología y tecnología adoptadas y se realiza el trabajo sometiendo a prueba el método instituido. Someter a prueba significa identificar los defectos, verificar las causas de los defectos y corregir la forma de trabajo, a fin de suprimir las causas de los defectos, introducir dichas mejoras en el proceso verificando internamente su efectividad. De acuerdo con lo expuesto por el autor Gutiérrez la planificación del mejoramiento continuo se refiere a diseñar las mejoras en el trabajo y determinar los objetivos. Incluye, además, mencionar los métodos y la tecnología a utilizar para el logro de dichos objetivos.

La versión actual de ISO 9001 corresponde a noviembre del 2008. Este Sistema de Gestión de Calidad está compuesto por los siguientes aspectos: 12 1. Procesos:

responden a la técnica continua de pautas detalladas para controlar las acciones de la organización. 2. Procesos: indican a la continuación completa de operaciones dirigidas a la consecución de un objetivo específico que permite satisfacer las necesidades de los clientes. 3. Recursos: no directamente financieros, sino humanos, técnicos y de otro tipo, deben estar definidos de forma estable y circunstancial.

### **2.2.2. Variable: Competitividad**

Anzil (2008). La competitividad es el contenido que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El conocimiento de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

Asociación Española de Contabilidad y Administración de empresas (2010) define 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 socio económico que actúa.

#### **2.1.1.4 Estrategias que determinan la competitividad**

Según: Callejas (2015) en un estudio realizado determina los siguientes factores:

Liderazgo de costos: Según el diario exportador (2016) considera que intenta conseguir ventaja competitiva en costos, es decir conseguir unos costos inferiores a los sus competidores para un producto o servicios semejante o comparable en calidad, por tanto la empresa intentara conseguir los costos más reducidos posibles.

Diferenciación: Según marketing y consumo (2010) define que la capacidad de diferenciarse de la competencia, permite a una empresa crear una posición única y exclusiva en el mercado, el cliente toma la decisión del producto en el mercado, que tenga una mayor preferencia a escoger aquellas marcas que se diferencien de forma positiva del resto, suponiendo esta diferenciación un valor relevante.

Enfoque: según Jáuregui (2016) define la última estrategia genérica consiste en enfocarse sobre un grupo de compradores en particular, en un segmento de la línea del producto, o en un mercado geográfico; la diferenciación, el enfoque puede tomar varias formas. La estrategia del enfoque está construida para utilizar muy bien a un objetivo en particular, y cada política funcional está formulada teniendo esto en mente.

### **2.1.1.5 Niveles de competitividad**

Según Angón (2013) deduce que existen 4 niveles tales como a) Nivel “macro”: en este ámbito aparecen tanto elementos de carácter social como factores macroeconómicos, tales como el déficit fiscal, inflación y la tasa de interés, entre otros. También se tienen en cuenta aspectos externos al país como los precios internacionales o las exigencias de los mercados; y elementos relacionados con los consumidores (demanda, gustos y preferencias, etc.); b) Nivel “meso”: destaca aspectos regionales como por ejemplo las condiciones agroecológicas y climatológicas, recursos naturales, infraestructuras, etc.; c) Nivel “micro”: identifica aquellos factores que condicionan el comportamiento de una empresa, como la productividad, los costes, la organización empresarial, la innovación, el tamaño de la empresa o la diversificación entre otros; d) Nivel “meta”: Complementa cada uno de los otros niveles incorporando aspectos del recurso humano, desarrollo de las habilidades, conocimientos; es decir, comprende temas de educación y capacitación de los trabajadores.

### **2.1.1.6 Guerra de Precios**

Philips (2012) La existencia de competidores en cualquier sector modifica las reglas del juego. En un intento de incrementar su cuota de mercado, las empresas adoptan varias estrategias competitivas para impulsar su ventaja competitiva. Y una de las estrategias más obvias que las empresas pueden adoptar con facilidad ante la competencia intensa en un sector es una guerra de precios. Según las estrategias competitivas genéricas de Michael Porter, se conoce como liderazgo en costos.

Una guerra de precios describe una situación de mercado en el que la competencia existente lucha por aumentar su cuota de mercado mediante la reducción de los precios de sus bienes/servicios. Es una carrera hacia abajo; un intento de captar a clientes con precios más bajos. Son muy pocas las empresas que ganan una guerra de precios por ofrecer los precios más bajos del mercado y lo consiguen porque tienen unos costos de producción más bajos como resultado de una mayor eficacia. Tales empresas se conocen como líderes de bajo coste, como, por ejemplo, Wal-Mart, South West Airlines, Ikea, McDonald's, etc. una guerra de precios es una carrera hacia abajo. Si se decide competir sólo en precios, se tendrá todas las papeletas para ocupar el último puesto en competitividad, ya que es decidir servir al segmento más bajo del mercado. Por lo tanto, para ganar una guerra de precios, se tiene que hacer algo diferente en cuanto a la competencia que posicione tu producto/servicio en una categoría propia; sólo entonces podrás cobrar más por él. Los segmentos de mercado de las clases media y alta valoran la calidad, así que, a no ser que tu oferta rezume calidad, no les interesará.

## **II. HIPÓTESIS**

### **3.1. Hipótesis general**

Según Sampieri (2010) define que la investigación es descriptiva no presenta hipótesis. La presente investigación es de tipo descriptivo en las que enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, lo que da como resultado que no es necesario establecer hipótesis.

### III. METODOLÓGIA

#### 4.1. Diseño de la investigación

Para Ferrer (2010) describe que la investigación es de nivel cuantitativo se aplica la investigación de las Ciencias Físico-Naturales siendo el objeto de estudio externo al sujeto que lo investiga tratando de lograr la máxima objetividad. Intenta identificar leyes generales referidas a grupos de sujeto o hechos. Sus instrumentos suelen recoger datos cuantitativos los cuales también incluyen la medición sistemática, y se emplea el análisis estadístico como característica resaltante.

La presente investigación es de nivel cuantitativo porque se examinó la recopilación de datos de cada variable de manera científica, en forma numérica, con ayuda de la estadística, siendo las variables analizar gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del AA.HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018.

Según el autor Arias (2012), define la investigación es de tipo descriptivo 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.

La presente investigación es de Tipo descriptivo, porque enumera, clasifica, señalar, propiedades de la investigación de las variables identificadas. En este caso se analizará las propiedades de Gestión de Calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del AA.HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018.

Según los autores Palella y Martins (2010) consideran que el diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Así mismo, se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. Por lo tanto, en este diseño no se construye una situación específica si no que se observa las que existen.

La presente investigación es de diseño no experimental ya que, se observan los fenómenos tal como se dan en el contexto natural. También será a conocer de corte transversal porque, permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado.

#### **4.2. Población y muestra**

Con respecto a la población, Stracuzzi y Pestana (2010) expresan que es el conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que se van a generar conclusiones.

La presente investigación, la población a analizar es de 4 MYPE rubro restaurantes del AA.HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018. Por lo que la variable gestión de calidad va dirigida para el propietario en la cual es finita y competitividad, va dirigida para los clientes en la cual es infinita.

Larry (2008) quien considera que para obtener la población y muestra infinita:

Z=(Valor estadístico)	1.645
p=Personas que no van al restaurante	0.50
q=Personas que van al restaurante	0.50
e=Margen de error (10%)	0.1
Nivel de confianza (90%)	0.9

Larry (2008) quien considera que para obtener la población y muestra infinita:

n=Tamaño de la muestra

p=Variable positiva

q=Variable negativa

Z=Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que si no se tiene su valor se toma en relación al 90 % de confianza equivale a 1,645 o en relación al 95% de confianza que equivale a 1.96. Valor que queda a criterio del investigador.

### Aplicación de la formula

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

$$n = \frac{(1.645)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{2.7060 \times 0.5 \times 0.5}{0.01}$$

$$n = \frac{0.6765}{0.01}$$

$$n = 67.65$$

$$n = 68 \text{ clientes}$$

Para el análisis de la variable gestión de calidad, la población es finita, la fuente de información fueron los propietarios de la empresa y no se aplicó fórmula. Según Fernández y Baptista (2014) para las poblaciones menores a 50 individuos, se considera que  $N=n$ .

Para la determinación de la población se utilizaron datos proporcionados por la SUNAT, por lo que en población es igual a la muestra ( $N=n$ ). Las unidades de análisis están constituidas por las MYPE rubro restaurantes que constituyen un total de datos.

#### **Criterios de Inclusión**

Sexo indistinto

Persona adolescente y adulta, con poder adquisitivo para poner en un restaurante.

Clientes que sean frecuentes

#### **Criterios de Exclusión**

Personas que no tengan poder de compra

Todos aquellos clientes que no son muy frecuentes.

<b>NOMBRE DE LA MYPE</b>	<b>N° DE TRABAJADORES</b>	<b>N° DE DUEÑOS</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>RUC</b>
Restaurante Mechita del Gato Cerro	2	2	Av. Andrés Avelino Cáceres	10021534833
Pez de oro	2	2	Av. Sáenz Peña	10200517976
Mi lupita	2	2	Av. José de san Martín	10307430260
Restaurante Leo	2	2	Av. José de san Martín	10164507721
	8	8		

Con respecto a la muestra según Behar (2008) considera que la muestra será estudiada o abarcada con métodos o técnicas divergentes en cuanto a paradigmas, por lo tanto los resultados serán completamente opuestos mientras que la muestra cuantitativa facilitará resultados numéricos, la otra proporcionara resultados netamente descriptivos focalizados en el humanismo y en la esencia del ser.

La presente investigación en cuanto la variable gestión de calidad no se realizara formula por ser una población finita en cuanto a la competitividad se aplicara la formula infinita.

### 4.3. Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	DIMENSIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA	METODOLOGÍA
Gestión de Calidad	La define como una filosofía de gestión integral y un conjunto de prácticas que enfatiza, entre otras cosas: mejora continua, satisfacción de los requisitos del cliente, reducción de reproceso, implicación de empleados y trabajo en equipo, rediseño de procesos, benchmarking competitivo, resolución de problemas en grupo, medición constante de los resultados y estrechas relaciones con los proveedores. UPB - INVESTIGACIÓN & DESARROLLO (2008)	Principios	La dimensión “Principios” se medirá con sus indicadores, participación del personal, mejora continua, liderazgo y toma de decisiones, con la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario.	Participación del personal Mejora continua Liderazgo Toma de decisiones	Nominal	Nivel de investigación: Cuantitativo
		Beneficios	La dimensión “Beneficios” se medirá con sus indicadores; Satisfacer a los clientes, nuevos clientes, reducción de costos y diferenciación de la competencia, con la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario.	Satisfacer al cliente Nuevos clientes Reducción de costos Diferenciación de la competencia	Nominal	Diseño de la investigación: No experimental de corte transversal

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	DIMENSIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA	METODOLOGÍA
Competitividad	<p>Anzil (2008). La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.</p>	<p>Estrategias</p> <p>Niveles</p>	<p>La dimensión “Estrategias” se medirá con sus indicadores, Calidad, Diferenciación, Posesión, Enfoque con la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario.</p> <p>La dimensión “Niveles” se medirá con sus indicadores, Consumidores, Infraestructura, Innovación, Habilidades con la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario.</p>	<p>Calidad</p> <p>Diferenciación</p> <p>Posesión</p> <p>Enfoque</p> <p>Consumidores</p> <p>Infraestructura</p> <p>Innovación</p> <p>Habilidades</p>	<p>Nominal</p> <p>Nominal</p>	<p>Nivel de investigación: Cuantitativo</p> <p>Diseño de la investigación: No experimental de corte transversal</p>

#### **4.4. Técnicas e instrumentos:**

Según la Universidad del Oriente (2010) considera que el instrumento de recolección de datos es en principio cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. De este modo el instrumento sintetiza en sí toda la labor previa de la investigación, resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y, por lo tanto a las variables o conceptos utilizados. Así mismo, en cuanto a técnica se basa durante todo el proceso de la investigación, tanto para conformar el marco teórico, como en el marco metodológico; en el teórico dependemos más de la consulta bibliográfica y su fichaje; mientras que en el metodológico por ser el trabajo operativo de desmenuzar y escrutar las variables se requiere del manejo de Instrumentos más detallados, específicos y diversificados, los cuales debemos conocer suficientemente en cuanto a elaboración y aplicación, al respecto hay abundante bibliografía que nos daría la información que necesitamos.

La presente investigación se aplicará la técnica se aplicará de la encuesta en el cual permitirá conocer las opinión y datos necesarios de la población, además permitirá realizar bases en una muestra que hace referencia la población en un momento del tiempo. Y por otro lado, el instrumento a utilizar es el cuestionario donde se empleará preguntas cerradas (Recopilado de la Universidad del Oriente 2010)

#### **4.5. Plan de análisis**

Luego de haber recopilado los datos, se procederá a tabular ordenándolos de acuerdo a las variables establecidas. Se utilizará la estadística por la cual ayudará a calcular las frecuencias y porcentajes como mayor exactitud, con el apoyo de los programas de Excel (2007) Posteriormente se realizará el análisis y la interpretación de los datos obtenidos gracias a la encuesta. Y finalmente será método de juicio a través de expertos en la materia.

#### **4.6. Matriz de consistencia**

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Indicadores	Técnica	Instrumento
<p>CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE, RUBRO RESTAURANTES DEL AA. HH ALMIRANTE MIGUEL GRAU - PIURA, AÑO 2018</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad y competitividad en las MYPE, rubro restaurante del AA. HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018?</p>	<p>Determinar las características que tiene la gestión de calidad y la competitividad de las MYPE rubro restaurante del AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura año 2018.</p> <p>Describir los principios de Gestión de Calidad en las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.</p> <p>Describir los beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad en las MYPE rubro Restaurante. AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.</p>	<p>Según Sampieri (2010) define que la investigación es descriptiva no presenta hipótesis. La presente investigación es de tipo descriptivo en las que enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, lo que da como resultado que no es necesario establecer hipótesis.</p>	<p>Gestión de calidad</p>	<p>Participación del personal</p> <p>Mejora continua</p> <p>Liderazgo</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Satisfacer al cliente</p> <p>Nuevos clientes</p> <p>Reducción de costos</p> <p>Diferenciación de la competencia</p>	<p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p>

		<p>Describir las estrategias de la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.</p>		<p>Competitividad</p>	<p>Calidad Diferenciación Posición Enfoque</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p>
		<p>Describir los niveles de la competitividad en las MYPE rubro Restaurante. AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.</p>			<p>Consumidores Infraestructura Innovación Habilidades</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p>

#### **4.7. Principios éticos.**

Luego de haber recopilado los datos, se procederá a tabular y así mismo a graficar ordenándolos de acuerdo a las variables establecidas. Se utilizará la estadística por la cual ayudará a calcular las frecuencias y porcentajes como mayor exactitud, con el apoyo de los programas de Excel. Posteriormente se realizará el análisis y la interpretación de los datos obtenidos gracias a la encuesta. Y finalmente será método de juicio a través de expertos en la materia.

#### IV. RESULTADOS

##### 5.1 resultados

##### 5.1.1. Variable gestión de calidad:

**5.1.1.1 Objetivo 1:** Describir los principios de la gestión de calidad en las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.

Tabla 5. 1 *Participación del personal*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	63%
No	3	37%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta  
Elaboración: propia

En la tabla 5.1 Denominada “Participación del personal” se observa que el 63% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes los trabajadores si son tomados en cuenta con sus participaciones, mientras que el 37% de los propietarios no hacen que sus trabajadores participen en las reuniones.

Tabla 5. 2 *Importancia de la participación del personal*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta  
Elaboración: propia

En la tabla 5.2 Denominada “Importancia de la participación del personal” se observa que el 100% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes los trabajadores si son tomados en cuenta con sus participaciones en el negocio.

*Tabla 5.3 Mejora continúa*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.3 Denominada “Mejora continua” se observa que el 100% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes la mejora continua es el progreso de su negocio.

*Tabla 5.4 Cumplir metas*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.4 Denominada “Cumplir metas” se observa que el 75% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes si logra cumplir las metas, mientras que el 25% No logra cumplir las metas de su negocio.

*Tabla 5.5 Liderazgo*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	50%
No	4	50%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.5 Denominada “Liderazgo” se observa que el 50% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes si delegan actividades a su personal, mientras que el 50% No delega las actividades a su personal de trabajo.

*Tabla 5. 6 Desarrollo de los colaboradores*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	88%
No	1	12%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta  
Elaboración: propia

En la tabla 5.6 Denominada “Desarrollo de los colaboradores” se observa que el 88% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes el liderazgo si ayuda al desarrollo de su personal, mientras que el 12% piensa que el liderazgo no ayuda con el desarrollo con su personal.

*Tabla 5. 7 Toma de decisiones*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta  
Elaboración: propia

En la tabla 5.7 Denominada “Toma de decisiones” se observa que el 75% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes consideran que su persona de trabajo si aportan ideas, mientras que el 25% considera que el personal de trabajo no aportan ideas para su negocio.

*Tabla 5. 8 Buen trato a los clientes*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.8 Denominada “Buen trato a los clientes” se observa que el 100% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes consideran que los trabajadores están actos para brindar un buen trato a los clientes.

**5.1.1.2 Objetivo 2:** Describir los beneficios de implementar un sistema de la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante. AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.

*Tabla 5. 9 Satisfacer al cliente*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	50%
No	4	50%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.9 Denominada “Satisfacer al cliente” se observa que el 50% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes consideran que si suelen premiar a sus trabajadores del mes, mientras tanto el 50% considera que no premia a sus trabajadores del mes.

*Tabla 5. 10 Nuevos cliente*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	63%
No	3	37%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.10 Denominada “Nuevos cliente” se observa que el 63% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes consideran que los nuevos clientes si ayudan a posicionarse en el mercado, mientras tanto el 37% consideran que los nuevos clientes no ayudan a posicionarse en el mercado.

*Tabla 5. 11 Marketing para nuevos clientes*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

La tabla 5.11 Denominada “Marketing para nuevos clientes” se observa que el 75% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes si aplican marketing para atraer nuevos clientes, mientras tanto el 25% considera que no aplican marketing para atraer nuevos clientes.

*Tabla 5. 12 Reducción de costos*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	88%
No	1	12%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.12 Denominada “Reducción de costos” se observa que el 88% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes consideran que reducir costos si ayudara a obtener más ingresos, mientras tanto el 12% considera que reducir costos no obtendrán más ingresos.

*Tabla 5. 13 Afectan a la calidad*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.13 Denominada “Afectan a la calidad” se observa que reducir sus costos no afecta a la calidad de sus productos.

*Tabla 5. 14 Diferenciación de la competencia*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.14 Denominada “Diferenciación de la competencia” se observa que el 100% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes consideran que se diferencian en cuanto a su variedad de platos.

*Tabla 5. 15 Diferenciación de precios*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.15 Denominada “Diferenciación de precios” se observa que el 75% de los propietarios encuestados manifiestan que en los restaurantes consideran que los precios si se diferencian de la competencia, mientras tanto el 25% considera que los precios no se diferencian de la competencia.

## 5.1.2 variable competitividad

**5.1.2.1 Objetivo 1:** Describir las estrategias de la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes en el A.A.H.H Almirante Grau - Piura, año 2018.

*Tabla 5. 16 Calidad*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	89%
No	8	11%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta  
Elaboración: propia

En la tabla 5.16 denominada “Calidad” Se observa que el 89% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes los platos que ofrecen en el negocio Si son de calidad, mientras que un 11% de los clientes encuestados, manifiesta que los platos que ofrecen en el negocio consideran que no son de calidad.

*Tabla 5. 17 Calidad*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	71%
No	20	29%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta  
Elaboración: propia

En la tabla 5.17 denominada “Tiempo de espera” Se observa que el 71% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes el tiempo Si es el adecuado,

mientras que un 29% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes el tiempo No es el adecuado.

*Tabla 5. 18 Diferenciación*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	74%
No	18	26%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.18 denominada “Posición” Se observa que el 74% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes el ambiente del negocio Si es de su agrado, mientras que un 26% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes considera que el ambiente del negocio No es de su agrado.

*Tabla 5. 19 Atención*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	68	100%
No	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.19 denominada “Atención” Se observa que el 100% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes la atención brindada si se diferencia de la competencia.

*Tabla 5. 20 Posición*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	89%
No	8	11%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.20 denominada “Posición” Se observa que el 89% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes el negocio Si tiene un prestigio en el sector, mientras que un 11% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes no tiene un prestigio en el sector.

*Tabla 5. 21 Enfoque*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	23%
No	53	77%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.21 denominada “Enfoque” Se observa que 23% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes el negocio Si utiliza estrategia para atraer al cliente, mientras que un 77% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes no utiliza estrategia para atraer al cliente.

#### **5.1.2.2 Objetivo 2:** Describir los niveles de la competitividad en las MYPE,

rubro restaurantes en el A.A.H.H Almirante Grau - Piura, año 2018.

*Tabla 5. 22 Consumidores*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	74%
No	18	26%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.22 denominada “Enfoque” Se observa que el 74% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes el negocio Si utiliza satisface sus

necesidades en cuanto gusto mientras que un 26% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes no satisface sus necesidades en cuanto gusto.

*Tabla 5. 23 Preferencia*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	81%
No	13	19%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.23 denominada “Preferencia” Se observa que el 81% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes Si existe preferencia en el negocio en cuanto, mientras que un 19% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes no existe preferencia en el negocio en cuanto.

*Tabla 5. 24 Infraestructura*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	74%
No	18	26%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.24 denominada “Infraestructura” Se observa que el 74% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes sus instalaciones si cumplen con medidas de seguridad el negocio, mientras que un 26% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes instalaciones no cumplen con medidas de seguridad.

*Tabla 5. 25 Buena imagen*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	89%
No	8	11%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.25 denominada “Buena imagen” Se observa que el 89% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes el negocio si brinda una buena imagen, mientras que un 11% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes el negocio no brinda una buena imagen.

*Tabla 5. 26 Innovación*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	89%
No	8	11%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.26 denominada “Innovación” Se observa que el 89% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes los platos que ofrecen si son innovadores, mientras que un 11% de los clientes encuestados manifiesta en los restaurantes los platos que ofrecen no son innovadores.

*Tabla 5. 27 Asistencia frecuente*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	68	100%
No	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta

Elaboración: propia

En la tabla 5.27 denominada “Asistencia frecuente” Se observa que el 100% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes la innovación ayuda a que usted asista frecuentemente.

*Tabla 5. 28 Habilidades*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	64	95%
No	4	5%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta  
Elaboración: propia

En la tabla 5.28 denominada “Habilidades” Se observa que el 95% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes los colaboradores si tienen habilidad para atenderlos con respeto, mientras que un 5% de los clientes encuestados manifiesta en los restaurantes los restaurantes los colaboradores no tienen habilidad para atenderlos con respeto.

*Tabla 5. 29 Conocimientos*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	64	95%
No	4	5%
Total	68	100%

Fuente: Resultados de encuesta  
Elaboración: propia

En la tabla 5.29 denominada “Conocimientos” Se observa que el 95% de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes los colaboradores si tienen conocimiento en los platos que ofrecen, mientras que un 5% de los clientes encuestados manifiesta en los restaurantes no tienen conocimiento en los platos que ofrecen.

## **5.2 Análisis de Resultados**

### **5.2.1 Variable gestión de calidad**

**Objetivo 1: Describir principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante. AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.**

En la tabla 5.1 denominada “Participación del personal” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Sánchez (2014), utiliza métodos para evaluar la mejora continua en los procesos tales como autoevaluaciones y revisiones, evalúan la eficacia y eficiencia de la operación mediante el control de procesos.

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Gehisy (2010) considera que las personas, a todos los niveles, forman pieza fundamental de la organización y su completo desarrollo, permite que sus habilidades, sean usadas en beneficio de la misma. Los miembros de la organización, consumidores, trabajadores, mandos, proveedores, distribuidores, y los elementos ajenos a la empresa como redes de transporte, comunicaciones, etc., son los elementos que constituyen la organización, por lo que se considera que la motivación del personal es clave, para que una organización disponga de un plan de incentivos y de reconocimientos. Sin estas dos acciones, difícilmente una organización podrá conseguir el compromiso del personal, teniendo un buen clima laboral.

En la tabla 5.2 denominada “Importancia de la participación del personal” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor berrú (2014) el 47.50% cada más de tres años el empleador capacita e incentiva al trabajador de las MYPE.

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Gehisy (2010) considera que las personas, a todos los niveles, forman pieza fundamental de la organización y su completo desarrollo, permite que sus habilidades, sean usadas en beneficio de la misma. Los miembros de la organización, consumidores, trabajadores, mandos, proveedores, distribuidores, y los elementos ajenos a la empresa como redes de transporte, comunicaciones, etc., son los elementos que constituyen la organización, por lo que se considera que la motivación del personal es clave, para que una organización disponga de un plan de incentivos y de reconocimientos. Sin estas dos acciones, difícilmente una organización podrá conseguir el compromiso del personal, teniendo un buen clima laboral.

En la tabla 5.3 denominada “Mejora continua” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Carranza (2014), en la que concluye que las diferentes estrategias de gestión de calidad en sus empresas, entre ellas la mayoría aplica los 49 procesos administrativos, utiliza métodos para evaluar la mejora continua en los procesos tales como autoevaluaciones y revisiones, evalúan la eficacia y eficiencia de la operación mediante el control de procesos,

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Herrera (2010) considera que el mejoramiento continuo, debe verse como una cultura que puede aplicarse a todos los ámbitos de la vida, aunque en nuestro caso el enfoque será hacia las organizaciones. De tal manera que, esa mejora continua de los procesos se consigue siguiendo en planificación, Organización, dirección y control.

En la tabla 5.4 denominada “Cumplir metas” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Carranza (2014), en la que concluye que la mayoría de los representantes de las MYPES aseguro que las mediciones del desempeño de los procesos han permitido determinar si han alcanzado los objetivos planificados y que los objetivos de calidad han permitido a la empresa lograr la mejora continua.

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Herrera (2010) considera que el mejoramiento continuo, debe verse como una cultura que puede aplicarse a todos los ámbitos de la vida, aunque en nuestro caso el enfoque será hacia las organizaciones. De tal manera que, esa mejora continua de los procesos se consigue siguiendo en planificación, Organización, dirección y control.

En la tabla 5.5 denominada “Liderazgo” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Campos (2015), en la que concluye que sin embargo hay una despreocupación por las empresas en brindar un buen servicio. Existe un buen nivel de liderazgo por los directivos, pero esto no se concreta ya que no hay un buen manejo en lo que concierne a la calidad de gestión.

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Brown (2010) considera que el Liderazgo como teorías y aplicaciones en la cual es influencia que es positiva para todo el grupo, es decir, que apoya al grupo a llevar a término su propósito, a obtener objetivos, a mantener un buen funcionamiento, y a adaptarse a su entorno. Por lo que el liderazgo es una cadena que afecta a todos los directivos de una organización, que tienen personal a su cargo. Si se rompe un eslabón de esa cadena, se rompe el liderazgo de la organización, ya que esto sirve como guía y motivación.

En la tabla 5.6 denominada “Desarrollo de los colaboradores” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Berrú (2014) el 47.50% cada más de tres años el empleador capacita e incentiva al trabajador de las MYPE.

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Brown (2010) considera que el Liderazgo como teorías y aplicaciones en la cual es influencia que es positiva para todo el grupo, es decir, que apoya al grupo a llevar a término su propósito, a obtener objetivos, a mantener un buen funcionamiento, y a adaptarse a su entorno. Por lo que el liderazgo es una cadena que afecta a todos los directivos de una organización, que tienen personal a su cargo. Si se rompe un eslabón de esa cadena, se rompe el liderazgo de la organización, ya que esto sirve como guía y motivación.

En la tabla 5.7 denominada “Toma de decisiones” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Aguilar (2010), Se debe considerar que, para la implementación de un sistema de gestión de calidad, debe existir un fuerte compromiso de la alta dirección quien toma decisiones y gestiona los recursos necesarios. La implementación de un sistema de calidad no le garantizará a “Filtración Industrial Especializada S.A. de C.V.”

Así mismo muestra en su marco teórico la ISO 9001 versión 2015, observan las ventajas competitivas como la toma de decisiones fundamentada en información veraz y fiable, el incremento de la capacidad para demostrar la eficacia de las decisiones mediante la referencia a datos objetivos, y el aumento de la capacidad para revisar, cuestionar y cambiar las opiniones y decisiones. Por lo tanto, Lo que no se puede medir no se puede controlar, y lo que no se puede controlar es un problema.

En la tabla 5.8 denominada “Buen trato a los clientes” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Sánchez (2014), en la que concluye que, con la valoración de aquel conocimiento o aquella teoría, con la adecuada planeación y ejecución se podrán evidenciar resultados favorables hacia la empresa, siempre y cuando se atiendan de igual manera los requerimientos o exigencias del cliente hoy en día.

Así mismo muestra en su marco teórico la ISO 9001 versión 2015, observan las ventajas competitivas como la toma de decisiones fundamentada en información veraz y fiable, el incremento de la capacidad para demostrar la eficacia de las decisiones mediante la referencia a datos objetivos, y el aumento de la capacidad para revisar, cuestionar y cambiar las opiniones y decisiones. Por lo tanto, Lo que no se puede medir no se puede controlar, y lo que no se puede controlar es un problema.

**5.2.1.1 Objetivo 2: Describir los beneficios de implementar un sistema de la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante. AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.**

En la tabla 5.9 denominada “Satisfacer al cliente” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Sánchez (2014) en la que concluye que, Con la valoración de aquel conocimiento o aquella teoría, con la adecuada planeación y ejecución se podrán evidenciar resultados favorables hacia la empresa, siempre y cuando se atiendan de igual manera los requerimientos o exigencias del cliente hoy en día.

Así mismo muestra en su marco teórico según la Según la ISO 9001:2015 en cuanto satisfacer al cliente es la principal finalidad que se persigue de la implementación

de un Sistema de Gestión de Calidad es poder cumplir con todas las expectativas que establece el cliente. Todo el proceso se encuentra orientado hacia ese objetivo.

En la tabla 5.10 denominada “Nuevos cliente” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Berrú (2014), las MYPES en estudio el 75% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 57.50% utiliza la radio para la publicidad del producto de las MYPE.

Así mismo muestra en su marco teórico según la Según la ISO 9001:2015 en cuanto nuevos clientes es el cumplimiento de los estándares que un Sistema de Gestión de Calidad determina, ofrece seguridad ante clientes potenciales. La captación de nuevos clientes se debe a la buena imagen que proyecta el hecho de que una organización ofrezca bienes y servicios de calidad y esto pasa por adoptar un Sistema de Gestión de Calidad que avale los procedimientos llevados a cabo como el resultado del proceso productivo. Al contar con la certificación en la norma ISO 9001, se asegura una excelente atención al cliente que ayuda a la captación.

En la tabla 5.11 denominada “Marketing para nuevos clientes” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Berrú (2014), las MYPES en estudio el 75% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 57.50% utiliza la radio para la publicidad del producto de las MYPE.

Así mismo muestra en su marco teórico según la Según la ISO 9001:2015 en cuanto nuevos clientes es el cumplimiento de los estándares que un Sistema de Gestión de Calidad determina, ofrece seguridad ante clientes potenciales. La captación de nuevos

clientes se debe a la buena imagen que proyecta el hecho de que una organización ofrezca bienes y servicios de calidad y esto pasa por adoptar un Sistema de Gestión de Calidad que avale los procedimientos llevados a cabo como el resultado del proceso productivo. Al contar con la certificación en la norma ISO 9001, se asegura una excelente atención al cliente que ayuda a la captación.

En la tabla 5.12 denominada “Reducción de costos” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Aguilar (2010), El diagnóstico realizado muestra las deficiencias que se presentan en la empresa en relación a la calidad que se tiene en la misma. Existen puntos en los que se deben poner un mayor énfasis para lograr un mejoramiento de la calidad

Así mismo muestra en su marco teórico según la Según la ISO 9001:2015 en tercer lugar Mejora los procesos de la organización: los procesos que se realizan en la actividad productiva siguen unos estándares que aseguran que se están cumpliendo las normas que hacen que sea un proceso optimizado.

En la tabla 5.13 denominada “Afectan a la calidad” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Aguilar (2010), El diagnóstico realizado muestra las deficiencias que se presentan en la empresa en relación a la calidad que se tiene en la misma. Existen puntos en los que se deben poner un mayor énfasis para lograr un mejoramiento de la calidad

Así mismo muestra en su marco teórico según la Según la ISO 9001:2015 en tercer lugar Mejora los procesos de la organización: los procesos que se realizan en la

actividad productiva siguen unos estándares que aseguran que se están cumpliendo las normas que hacen que sea un proceso optimizado.

En la tabla 5.14 denominada “Diferenciación de la competencia “así mismo muestra en su marco teórico el autor Villanueva (2015), en la que concluye Consideramos que, con una gestión adecuada, basada en sistemas existentes y novedosos propuestos, podría convertirse en un referente en el territorio nacional.

Así mismo muestra en su marco teórico según la Según ISO 9001, siempre destaca por encima de la competencia. El hecho de contar con un Sistema de Gestión de Calidad certificado proyecta una imagen muy positiva sobre los clientes potenciales que hace que la organización prevalezca frente a otras.

En la tabla 5.15 denominada “Diferenciación de precios” así mismo muestra en su marco teórico el autor Villanueva (2015), en la que concluye Consideramos que, con una gestión adecuada, basada en sistemas existentes y novedosos propuestos, podría convertirse en un referente en el territorio nacional.

Así mismo muestra en su marco teórico según la Según ISO 9001, siempre destaca por encima de la competencia. El hecho de contar con un Sistema de Gestión de Calidad certificado proyecta una imagen muy positiva sobre los clientes potenciales que hace que la organización prevalezca frente a otras.

### **5.2.2 variable competitividad**

En la tabla 5.16 denominada “Calidad” Por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Córdova (2018) en la concluye que los clientes encuentren conforme a la calidad de sus productos o servicios que brindan al público.

Así mismo muestra en su marco teórico el callejas (2015) considera que intenta conseguir ventaja competitiva en costos, es decir conseguir unos costos inferiores a los sus competidores para un producto o servicios semejante o comparable en calidad, por tanto, la empresa intentara conseguir los costos más reducidos posibles.

En la tabla 5.17 denominada “Tiempo de espera” se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Pérez (2017) en la que concluye que es importante enfocarse en la tecnología y en todo ello que abarque cada rubro porque con ello brinda la facilidad de entregar un servicio o producto a un menor tiempo y logrando tener mejores expectativas de los consumidores.

Así mismo muestra en su marco teórico el callejas (2015) considera que intenta conseguir ventaja competitiva en costos, es decir conseguir unos costos inferiores a los sus competidores para un producto o servicios semejante o comparable en calidad, por tanto, la empresa intentara conseguir los costos más reducidos posibles.

En la tabla 5.18 denominada “Posición” se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Pérez (2017) en la que concluye que es importante varios puntos como contar con iluminación en el local, un ambiente ventilado, para que así la apreciación de los

clientes sea positiva y se logre unas merecidas buenas opiniones que vayan más allá y obtener clientes fieles.

Así mismo muestra en su marco según marketing y consumo (2010) define que la capacidad de diferenciarse de la competencia, permite a una empresa generar una posición única y exclusiva en el mercado, así mismo, el consumidor compara entre las marcas existentes en el mercado, y tiene una mayor tendencia a escoger aquellas marcas que se diferencien de forma positiva del resto, suponiendo esta diferenciación un valor relevante.

En la tabla 5.19 denominada “Atención” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Correa (2018) en la que concluye que la mayoría de las MYPE consideran que el principal elemento de la competitividad es el precio, luego las promociones de venta, innovación de producto y amabilidad en la atención al cliente.

Así mismo muestra en su marco según marketing y consumo (2010) define que la capacidad de diferenciarse de la competencia, permite a una empresa generar una posición única y exclusiva en el mercado, así mismo, el consumidor compara entre las marcas existentes en el mercado, y tiene una mayor tendencia a escoger aquellas marcas que se diferencien de forma positiva del resto, suponiendo esta diferenciación un valor relevante.

En la tabla 5.20 denominada “Posición” se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Leal (2015) en la que concluye que a medida que se ha reconocido al territorio como un recurso de carácter endógeno que se diseña y se construye con el fin de

contribuir a la competitividad de las empresas que están ahí localizadas e impulsar el potencial de la región misma.

Así mismo muestra en su marco según marketing y consumo (2010) define que la capacidad de diferenciarse de la competencia, permite a una empresa generar una posición única y exclusiva en el mercado, así mismo, el consumidor compara entre las marcas existentes en el mercado, y tiene una mayor tendencia a escoger aquellas marcas que se diferencien de forma positiva del resto, suponiendo esta diferenciación un valor relevante.

En la tabla 5.21 denominada “Enfoque” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Rupay (2017) en la que concluye que las estrategias de competitividad se relacionan significativamente de estrategias de diferenciación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en Huaraz. Tomando en cuenta que la estrategia más utilizada por los empresarios, es la Diferenciación por producto.

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Jáuregui (2016) define la última estrategia genérica consiste en enfocarse sobre un grupo de compradores en particular, en un segmento de la línea del producto, o en un mercado geográfico; igual que la diferenciación, el enfoque puede tomar varias formas. Toda la estrategia del enfoque está construida para servir muy bien a un objetivo en particular, y cada política funcional está formulada teniendo esto en mente.

**5.2.2.1 Objetivo 2:** Describir los niveles de la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes en el A.A.H.H Almirante Grau - Piura, año 2018.

En la tabla 5.22 denominada “Enfoque” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Rupay (2017) concluye que para saber y tener muy en claro siempre en una MYPE debe estar de por medio la calidad que tiene un papel importante porque de ello depende que tan competente puede ser la organización con sus procesos, su desarrollo y brindando un buen producto.

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Angón (2013) en el Nivel “macro”; en este ámbito aparecen tanto elementos de carácter social como factores macroeconómicos, tales como el déficit fiscal, inflación y la tasa de interés, entre otros. También se tienen en cuenta aspectos externos al país como los precios internacionales o las exigencias de los mercados; y elementos relacionados con los consumidores (demanda, gustos y preferencias, etc.).

En la tabla 5.23 denominada “Preferencias” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Córdova (2018) la mayoría de las MYPE consideran que el principal elemento de la competitividad es el precio, luego las promociones de venta, innovación de producto y amabilidad en la atención al cliente.

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Angón (2013) en el Nivel “macro”; en este ámbito aparecen tanto elementos de carácter social como factores macroeconómicos, tales como el déficit fiscal, inflación y la tasa de interés, entre otros. También se tienen en cuenta aspectos externos al país como los precios internacionales o

las exigencias de los mercados; y elementos relacionados con los consumidores (demanda, gustos y preferencias, etc.).

En la tabla 5.24 denominada “Infraestructura” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Córdova (2018) en la que concluye que es importante varios puntos como contar con iluminación en el local, un ambiente ventilado, para que así la apreciación de los clientes sea positiva y se logre unas merecidas buenas opiniones que vayan más allá y obtener clientes fieles.

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Angón (2013) en el Nivel “meso”: destaca aspectos regionales como por ejemplo las condiciones agroecológicas y climatológicas, recursos naturales, infraestructuras, etc.

En la tabla 5.25 denominada “Buena imagen” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Correa (2018) en la que concluye que es importante que una MYPE se caracterice por tener en ella una decoración que llame la atención y facilite la obtención de los servicios; y por último es importante varios puntos como contar con iluminación en el local, un ambiente ventilado, para que así la apreciación de los clientes sea positiva y se logre unas merecidas buenas opiniones que vayan más allá y obtener clientes fieles.

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Angón (2013) en el Nivel “meso”: destaca aspectos regionales como por ejemplo las condiciones agroecológicas y climatológicas, recursos naturales, infraestructuras, etc.

En la tabla 5.26 denominada “Innovación” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Pérez (2017) en la que concluye que los factores de la competitividad no siempre son los mismos dentro de una empresa, sino que están en constante variación y eso es debido al sector en el que se encuentren, con ello se obtendrá una mejora de la situación competitiva

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Angón (2013) en el nivel “micro”: identifica aquellos factores que condicionan el comportamiento de una empresa, como la productividad, los costes, la organización empresarial, la innovación, el tamaño de la empresa o la diversificación entre otros.

En la tabla 5.27 denominada “Asistencia frecuente” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Pérez (2016) en la que concluye que los factores de la competitividad no siempre son los mismos dentro de una empresa, sino que están en constante variación y eso es debido al sector en el que se encuentren, con ello se obtendrá una mejora de la situación competitiva

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Angón (2013) en el nivel “micro”: identifica aquellos factores que condicionan el comportamiento de una empresa, como la productividad, los costes, la organización empresarial, la innovación, el tamaño de la empresa o la diversificación entre otros.

En la tabla 5.28 denominada “Habilidades” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Correa (2018) en la que concluye que las MYPE consideran importante la capacitación porque mejora su competitividad, por lo que es

necesario que siempre mantengan actualizado al personal implementando programas de capacitación que podrían ser motivadores.

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Angón (2013) en el Nivel “meta”: Complementa cada uno de los otros niveles incorporando aspectos del recurso humano, desarrollo de las habilidades, conocimientos; es decir, comprende temas de educación y capacitación de los trabajadores.

En la tabla 5.29 denominada “Conocimientos” por lo que, se refleja en los antecedentes de la tesis del autor Correa (2018) en la que concluye las MYPE consideran importante la capacitación porque mejora su competitividad, por lo que es necesario que siempre mantengan actualizado al personal implementando programas de capacitación que podrían ser motivadores.

Así mismo muestra en su marco teórico el autor Angón (2013) en el Nivel “meta”: Complementa cada uno de los otros niveles incorporando aspectos del recurso humano, desarrollo de las habilidades, conocimientos; es decir, comprende temas de educación y capacitación de los trabajadores.

## V. CONCLUSIONES

Con respecto a los “principios”, de la gestión de calidad en las MYPE rubro Restaurantes se identificó que; la mayoría de los propietarios realiza participación del personal, por lo que es considerado importante; en cuanto, la mejora continua, se identificó que; que la mayoría de los propietarios lo consideran que es el progreso del negocio logrando así cumplir las metas; en cuanto el liderazgo, se identificó que; la mitad de los propietarios delegan actividades a su personal, ya que siempre se debe delegar roles para el cumplimiento de las diferentes funciones, permitiendo así que la mayoría de los trabajadores puedan desarrollarse personalmente liderando; en cuanto la toma de decisiones, se identificó que; la mayoría consideran que su personal de trabajo aportan ideas, ya que, se considera bueno porque permite la libre expresión.

Con respecto a los “Beneficios” de la gestión de calidad en las MYPE rubro Restaurantes se identificó que; para la satisfacción del cliente, en su totalidad de los propietarios consideran que los trabajadores están actos para brindar un buen trato a los clientes premia a los trabajadores del mes siempre cuando lleguen satisfacer a los clientes; en cuanto nuevos clientes, se identificó que en su mayoría gracias a ello ayuda a posicionarse en el mercado de tal manera que se debe utilizar marketing para estar más cerca la cliente; en cuanto la reducción de costos, se identificó que la mayoría de los propietarios en los restaurantes consideran que reducir costos ayuda a obtener más ingresos, pero sin dejar de lado la calidad de los insumos; y por último en cuanto la diferenciación de la competencia, se identificó que en su totalidad existe competencia en variedad de platos tipos de la región, así mismo la innovación.

Con respecto a los “estrategias” de la competitividad en las MYPE rubro Restaurantes se identificó que; en cuanto calidad en su mayoría de los clientes consideran que en los restaurantes los platos que ofrecen son de calidad y que el tiempo de espera debe ser prudente; en cuanto la diferenciación, se identificó que en su mayoría es de su agrado el ámbito para los comensales por lo que motiva a los comensales acudir al negocio y que una buena atención brindada ayudar a diferenciarse de la competencia; cuanto enfoque, se identificó se realiza estrategias para la atracción de clientes con la finalidad de fidelizarlos.

Con respecto a los “niveles” de la competitividad en las MYPE rubro Restaurantes se identificó que; en cuanto consumidores en su mayoría existe preferencia en el negocio por las ofertas que ofrecen y que la mayoría satisface sus necesidades en cuanto gusto; en cuanto infraestructura se identificó que la mayoría cumplen con medidas de seguridad el negocio ya que ello debe ser primordial de los comensales; en cuanto innovación se identificó que; mayoría de los clientes encuestados manifiesta que en los restaurantes los platos que ofrecen si son innovadores de la manera que los comensales tengo diferentes opciones para elegir.

Finalmente como conclusión principal de la investigación las características de la gestión y calidad y la competitividad son por parte fundamental en toda MYPE que debe llevar a cabo gracias a los; principios de la gestión de calidad que son basadas en las ISO en la cual se debe llevar un control minucioso, así mismo los beneficios ayudará para implantar un buen sistema de Gestión de tal manera que ayude para la mejora de negocio. Por otro lado, las estrategias de la competitividad ayudarán a tener mejores resultados en el negocio, así mismo lleva a plantear qué productos se deben manejar y qué características deben reunir para aspirar el éxito de las MYPE, siguiendo con la competitividad los niveles son caminos hacia los resultados del negocio para obtener una mayor rentabilidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias. (2012). *emirarismendi*. Obtenido de Investigacion descriptiva:

[http://planificaciondeproyctosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-disenio-de-la-investigacion\\_21.html](http://planificaciondeproyctosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-disenio-de-la-investigacion_21.html)

Angòn. (2013). *Universidad Angeles de Chimbote*. Obtenido de Niveles de la competitividad:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2375/COMPETITIVIDAD\\_CALIDAD\\_APAZA\\_LADINES\\_LUIS\\_ALBERTO.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2375/COMPETITIVIDAD_CALIDAD_APAZA_LADINES_LUIS_ALBERTO.pdf?sequence=1)

baptista, F. y. (2014). *Universidad angeles de chimbote*. Obtenido de Poblacion finita:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4054/FINANCIAMIENTO\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_BARRIENTOS\\_PIZARRO\\_FELIX\\_ARMANDO%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4054/FINANCIAMIENTO_GESTION_DE_CALIDAD_BARRIENTOS_PIZARRO_FELIX_ARMANDO%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Behar. (2008). *Selección de la muestra*. Obtenido de Muestra:

[http://sined.uaem.mx:8080/bitstream/handle/123456789/2776/506\\_6.pdf?sequence=1](http://sined.uaem.mx:8080/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf?sequence=1)

Callejas. (2015). *EUR-Lex*. Obtenido de Estrategias que determinan la competitividad :

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=OJ:C:2015:332:FULL>

consumo, M. y. (2010). *Empirica*. Obtenido de Diferenciación:

<http://marketingyconsumo.com/diferenciacion-competitiva.html>

exportador, D. (2016). *DDE*. Obtenido de Liderazgo de costos:

<https://www.diariodelexportador.com/2017/02/que-es-la-estrategia-de-liderazgo-en.html>

europaea, E. (2015). *ISO 9001*. Obtenido de Beneficios de implementar un sistema de

gestion de calidad: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/04/que-es-un-proceso-segun-la-iso-90012015/>

Exalto, P. &. (2010). *SildeShare*. Obtenido de Variable de competitividad :

<https://es.slideshare.net/4796971/competitividad-definiciones-tipos>

Ferrer. (2010). *Metodologia*. Obtenido de Diseño de la investigacion:

<http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variables.html>

Gutierrez. (2008). *Universidad privada*. Obtenido de Gestion del mejoramiento

continuo: <https://es.scribd.com/document/351062748/Gestion-Del-Mejoramiento-Continuo-Como-Estrategia-Competitiva>

Jauregui. (2016). *Aprendiendo administraciòn*. Obtenido de Enfoque:

<https://aprendiendoadministracion.com/las-3-estrategias-genericas-porter/>

Larry. (2008). *Monografias*. Obtenido de Poblacion y muestra infinita:

<https://www.monografias.com/trabajos60/tamano-muestra-archivistica/tamano-muestra-archivistica2.shtml>

martins, P. y. (2010). *emirarismendi*. Obtenido de Diseño no experimental:

<http://planificaciondeproyctosemirarismendi.blogspot.com/>

oriente, U. d. (2010). *UDO*. Obtenido de Tecnicas e instrumentos :

<https://bloquemetodologicodelainvestigacionudo2010.wordpress.com/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>

Pestana, S. y. (2010). *ISSUU*. Obtenido de Poblacion y muestra:

<https://issuu.com/originaledy/docs/metodologc3ada-de-la-investigacic3b>

Philips. (2012). *Event planner Spain*. Obtenido de Guerra de precios:

[https://www.eventplannerspain.com/noticias\\_eventos.asp?id=2479&idioma=Es](https://www.eventplannerspain.com/noticias_eventos.asp?id=2479&idioma=Es)

Ramírez. (2013). *La definición de funciones en la gestión de la calidad*. Obtenido de

scielo: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2073-60612016000200005](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612016000200005)

Sampieri. (2010). *Noemagico*. Obtenido de Hipotesis:

<https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>

Torres. (2008). *UPB*. Obtenido de Investigacion & desarrollo:

<http://www.upb.edu/sites/default/files/6Torres8.pdf>

9000, I. (2000). *Universidad de veracruz* . Obtenido de Principios de Gestión de calidad

: <https://www.uv.mx/gestion/files/2013/01/FLORIDETH-MARTINEZ-REYES.pdf>

# **ANEXOS**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### CUESTIONARIO A PROPIETARIOS

“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA  
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE, RUBRO RESTAURANTES DEL AA.HH  
ALMIRANTE MIGUEL GRAU - PIURA, AÑO 2018.”

Estimado participante tenga Ud. mis más cordiales saludos, soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Piura, pertenezco a la Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas, acudo a Ud. con el fin de recopilar información para una investigación sobre las Caracterizaciones de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes del AA.HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018.

Para ello Ud. Deberá marcar con aspa (x) la respuesta que considere pertinente. Este cuestionario solo requerirá de unos minutos de su tiempo. En nombre de la investigación le agradezco por su contribución.

1. ¿Usted al realizar las reuniones hace participar a todo el personal?

SI

NO

2. ¿Considera importante la participación del personal para su negocio?

SI

NO

3. ¿Considera que la mejora continua es el progreso de su negocio?

SI

NO

4. ¿Considera usted que logra cumplir las metas de su negocio?

SI

NO

5. ¿Usted delega actividades a su personal de trabajo?

SI

NO

6. ¿Considera que el liderazgo ayuda al desarrollo de su personal de trabajo?

SI

NO

7. ¿Su personal de trabajo aportan ideas?

SI

NO

8. ¿Considera que sus trabajadores están aptos para poder brindar un buen trato a los clientes?

SI

NO

9. ¿Suelen premiar al mejor trabajador del mes?

SI

NO

10. ¿Cree que los clientes nuevos le ayudaran a posicionarse mejor en el mercado?

SI

NO

11. ¿Usted aplica marketing para atraer nuevos clientes?

SI

NO

12. ¿Cree que reducir costos ayudara a obtener más ingresos?

SI

NO

13. ¿Usted al reducir sus costos afecta a la calidad su productos?

SI

NO

14. ¿Cree que su organización se diferencia de la competencia en cuanto a variedad de platos?

SI

NO

15. ¿Los precios que brindan se diferencian de la competencia?

SI

NO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### CUESTIONARIO A CLIENTES

“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA  
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE, RUBRO RESTAURANTES DEL AA.HH  
ALMIRANTE MIGUEL GRAU - PIURA, AÑO 2018.”

Estimado participante tenga Ud. mis más cordiales saludos, soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Piura, pertenezco a la Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas, acudo a Ud. con el fin de recopilar información para una investigación sobre las Caracterizaciones de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes del AA.HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018.

Para ello Ud. Deberá marcar con aspa (x) la respuesta que considere pertinente. Este cuestionario solo requerirá de unos minutos de su tiempo. En nombre de la investigación le agradezco por su contribución.

1. ¿Los platos que ofrece el negocio consideran que son de calidad?

SI

NO

2. ¿Cree que el tiempo de espera es el adecuado?

SI

NO

3. ¿Considera que el ambiente del negocio es de su agrado?

SI

NO

4. ¿Cree que la atención brindada se diferencia de la competencia?

SI

NO

5. ¿Considera que el negocio tiene un prestigio en el sector?

SI

NO

6. ¿Considera que el negocio utiliza estrategia para atraer al cliente?

SI

NO

7. ¿Considera que el negocio satisface sus necesidades en cuanto gusto?

SI

NO

8. ¿Existe preferencia en el negocio en cuanto a ofertas?

SI

NO

9. ¿Cree que sus instalaciones cumplen con medidas de seguridad?

SI

NO

10. ¿Considera que el negocio brinda una buena imagen?

SI

NO

11. ¿Considera que los platos que ofrecen son innovadores?

SI

NO

12. ¿Considera que la innovación ayuda a que usted asista frecuentemente?

SI

NO

13. ¿Consideran que los colaboradores tienen habilidad para atenderlos con respeto?

SI

NO

14.. ¿Considera que los colaboradores tienen conocimiento en los platos que ofrecen?

SI

NO

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Sofer Villa Navarro, identificado con DNI 42025357,  
MAGÍSTER EN Gerencia 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 **Frank Montalbán Ramos** a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes del AA.HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018**. 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, 26/07 2018

  
CLAD N° 13572



10. ¿Cree que los clientes nuevos le ayudaran a posicionarse mejor en el mercado?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
11. ¿Usted aplica marketing para atraer nuevos clientes?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
12. ¿Cree que reducir costos ayudara a obtener más ingresos?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
13. ¿Usted al reducir sus costos afecta a la calidad su productos?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
14. ¿Cree que su organización se diferencia de la competencia en cuanto a variedad de platos?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
15. ¿Los precios que brindan se diferencian de la competencia?	X			X		X	Si ( ) No ( X )

 CLAD N° 13572

COMPETITIVIDAD	¿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. ¿Los platos que ofrece el negocio consideran que son de calidad?	X			X		X	Si ( ) No (X)
2. ¿Cree que el tiempo de espera es el adecuado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
3. ¿Considera que el ambiente del negocio es de su agrado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
4. ¿Cree que la atención brindada se diferencia de la competencia?	X			X		X	Si ( ) No (X)
5. ¿Considera que el negocio tiene un prestigio en el sector?	X			X		X	Si ( ) No (X)
6. ¿Considera que el negocio utiliza estrategia para atraer al cliente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
7. ¿Considera que el negocio satisface sus necesidades en cuanto gusto?	X			X		X	Si ( ) No (X)

D.

CLAD N° 13572

8. ¿Existe preferencia en el negocio en cuanto a ofertas?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
9. ¿Cree que sus instalaciones cumplen con medidas de seguridad?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
10. ¿Considera que el negocio brinda una buena imagen?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
11. ¿Considera que los platos que ofrecen son innovadores?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
12. ¿Considera que la innovación ayuda a que usted asista frecuentemente?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
13. ¿Consideran que los colaboradores tienen habilidad para atenderlos con respeto?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
14. ¿Considera que los colaboradores tienen conocimiento en los platos que ofrecen?	X			X		X	Si ( ) No ( X )

10

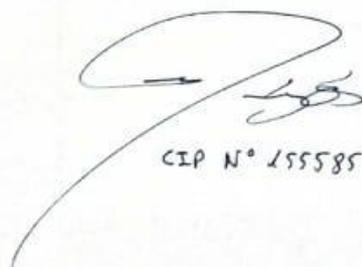
CLAD N° 13572

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Diego Salvador Lachica Estrada, identificado con DNI 45063280  
MAGÍSTER EN Administración con mención en Gerencia Empresarial

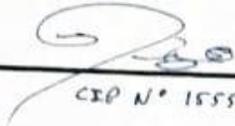
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: **Cuestionario** elaborado por **Frank Montalbán Ramos** a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes del AA.HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018**. 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, 26 de Julio 2018



CIP N° 155585

GESTIÓN DE CALIDAD	¿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. ¿Usted al realizar las reuniones hace participar a todo el personal?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
2. ¿Considera importante la participación del personal para su negocio?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
3. ¿Considera que la mejora continua es el progreso de su negocio?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
4. ¿Considera usted que logra cumplir las metas de su negocio?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
5. ¿Usted delega actividades a su personal de trabajo?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
6. ¿Considera que el liderazgo ayuda al desarrollo de su personal de trabajo?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
7. ¿Su personal de trabajo aportan ideas?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
8. ¿Considera que sus trabajadores están aptos para poder brindar un buen trato a los clientes?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
9. ¿Suelen premiar al mejor trabajador del mes?	X			X		X	SI ( ) No ( X )

  
 CXP N° 155585

10. ¿Cree que los clientes nuevos le ayudaran a posicionarse mejor en el mercado?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
11. ¿Usted aplica marketing para atraer nuevos clientes?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
12. ¿Cree que reducir costos ayudara a obtener más ingresos?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
13. ¿Usted al reducir sus costos afecta a la calidad su productos?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
14. ¿Cree que su organización se diferencia de la competencia en cuanto a variedad de platos?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
15. ¿Los precios que brindan se diferencian de la competencia?	X			X		X	Si ( ) No ( X )

  
 CIP N° 155585

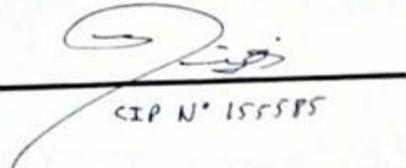
COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Los platos que ofrece el negocio consideran que son de calidad?	X			X		X	SI ( ) No (X)
2. ¿Cree que el tiempo de espera es el adecuado?	X			X		X	SI ( ) No (X)
3. ¿Considera que el ambiente del negocio es de su agrado?	X			X		X	SI ( ) No (X)
4. ¿Cree que la atención brindada se diferencia de la competencia?	X			X		X	SI ( ) No (X)
5. ¿Considera que el negocio tiene un prestigio en el sector?	X			X		X	SI ( ) No (X)
6. ¿Considera que el negocio utiliza estrategia para atraer al cliente?	X			X		X	SI ( ) No (X)
7. ¿Considera que el negocio satisface sus necesidades en cuanto gusto?	X			X		X	SI ( ) No (X)


---

 CEP N° 155585

8. ¿Existe preferencia en el negocio en cuanto a ofertas?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
9. ¿Cree que sus instalaciones cumplen con medidas de seguridad?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
10. ¿Considera que el negocio brinda una buena imagen?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
11. ¿Considera que los platos que ofrecen son innovadores?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
12. ¿Considera que la innovación ayuda a que usted asista frecuentemente?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
13. ¿Consideran que los colaboradores tienen habilidad para atenderlos con respeto?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
14. ¿Considera que los colaboradores tienen conocimiento en los platos que ofrecen?	X			X		X	SI ( ) No ( X )

  
CIP N° 155585

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, José Luis Casas Lara, identificado con DNI 42379008  
MAGÍSTER EN Administración con Mención en 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 **Frank Montalbán Ramos** a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes del AA.HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018**. 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, 26 Julio 2018



Lic. Adm. José L. Casas Lara  
REG. ÚNIC. DE COLEG. N° 19843

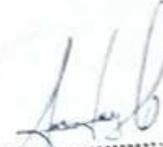
GESTIÓN DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aulescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Usted al realizar las reuniones hace participar a todo el personal?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
2. ¿Considera importante la participación del personal para su negocio?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
3. ¿Considera que la mejora continua es el progreso de su negocio?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
4. ¿Considera usted que logra cumplir las metas de su negocio?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
5. ¿Usted delega actividades a su personal de trabajo?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
6. ¿Considera que el liderazgo ayuda al desarrollo de su personal de trabajo?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
7. ¿Su personal de trabajo aportan ideas?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
8. ¿Considera que sus trabajadores están aptos para poder brindar un buen trato a los clientes?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
9. ¿Suelen premiar al mejor trabajador del mes?	X			X		X	SI ( ) No ( X )


 Lic. Adm. Jose L. Casas Lazo  
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 10043

10. ¿Cree que los clientes nuevos le ayudaran a posicionarse mejor en el mercado?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
11. ¿Usted aplica marketing para atraer nuevos clientes?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
12. ¿Cree que reducir costos ayudara a obtener más ingresos?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
13. ¿Usted al reducir sus costos afecta a la calidad su productos?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
14. ¿Cree que su organización se diferencia de la competencia en cuanto a variedad de platos?	X			X		X	Si ( ) No ( X )
15. ¿Los precios que brindan se diferencian de la competencia?	X			X		X	Si ( ) No ( X )

  
 Lic. René José L. Casas Lasso  
 REG. ÚNICO DE COLOMBIA N° 19843

COMPETITIVIDAD	¿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. ¿Los platos que ofrece el negocio consideran que son de calidad?	X			X		X	SI ( ) No (X)
2. ¿Cree que el tiempo de espera es el adecuado?	X			X		X	SI ( ) No (X)
3. ¿Considera que el ambiente del negocio es de su agrado?	X			X		X	SI ( ) No (X)
4. ¿Cree que la atención brindada se diferencia de la competencia?	X			X		X	SI ( ) No (X)
5. ¿Considera que el negocio tiene un prestigio en el sector?	X			X		X	SI ( ) No (X)
6. ¿Considera que el negocio utiliza estrategia para atraer al cliente?	X			X		X	SI ( ) No (X)
7. ¿Considera que el negocio satisface sus necesidades en cuanto gusto?	X			X		X	SI ( ) No (X)

  
 Lic. Alim. José L. Casero C.A.  
 REG. UNIC. DE COL. N° 1984

8. ¿Existe preferencia en el negocio en cuanto a ofertas?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
9. ¿Cree que sus instalaciones cumplen con medidas de seguridad?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
10. ¿Considera que el negocio brinda una buena imagen?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
11. ¿Considera que los platos que ofrecen son innovadores?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
12. ¿Considera que la innovación ayuda a que usted asista frecuentemente?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
13. ¿Consideran que los colaboradores tienen habilidad para atenderlos con respeto?	X			X		X	SI ( ) No ( X )
14. ¿Considera que los colaboradores tienen conocimiento en los platos que ofrecen?	X			X		X	SI ( ) No ( X )

  
 Lic. Adm. Jose L. Casso L. 1270  
 REG. UNIC. DE COLAB. N° 19043

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Indicadores	Técnica	Instrumento
<p>CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE, RUBRO RESTAURANTES DEL AA. HH ALMIRANTE MIGUEL GRAU - PIURA, AÑO 2018</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad y competitividad en las MYPE, rubro restaurante del AA. HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018?</p>	<p>Determinar las características que tiene la gestión de calidad y la competitividad de las MYPE rubro restaurante del AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura año 2018.</p> <p>Describir los principios de Gestión de Calidad en las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.</p> <p>Describir los beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad en las MYPE rubro Restaurante. AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.</p>	<p>Según Sampieri (2010) define que la investigación es descriptiva no presenta hipótesis. La presente investigación es de tipo descriptivo en las que enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, lo que da como resultado que no es necesario establecer hipótesis.</p>	<p>Gestión de calidad</p>	<p>Participación del personal</p> <p>Mejora continua</p> <p>Liderazgo</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Satisfacer al cliente</p> <p>Nuevos clientes</p> <p>Reducción de costos</p> <p>Diferenciación de la competencia</p>	<p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p>

		<p>Describir las estrategias de la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.</p>		<p>Competitividad</p>	<p>Calidad Diferenciación Posición Enfoque</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p>
		<p>Describir los niveles de la competitividad en las MYPE rubro Restaurante. AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.</p>			<p>Consumidores Infraestructura Innovación Habilidades</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p>

Problema	Objetivo	Hipótesis	variable	Indicadores	Técnica/Instrumento	N ítems	ítems
¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad y competitividad en las MYPE, rubro restaurante del AA. HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018?	<p>Describir los principios de Gestión de Calidad en las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.</p> <p>Describir los beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad en las MYPE rubro Restaurante. AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.</p>	Según Sampieri (2010) define que la investigación es descriptiva no presenta hipótesis. La presente investigación es de tipo descriptivo en las que enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, lo que da como resultado que no es necesario establecer hipótesis.	Gestión de calidad	<p>Participación del personal</p> <p>Mejora continua</p>	<p>Encuesta/ Cuestionario</p> <p>Encuesta/ Cuestionario</p>	<p>2</p> <p>2</p>	<p>¿Usted al realizar las reuniones hace participar a todo el personal?</p> <p>¿Considera importante la participación del personal para su negocio?</p> <p>¿Considera que la mejora continua es el progreso de su negocio?</p> <p>¿Considera usted que logra cumplir las metas de su negocio?</p>

				Liderazgo	Encuesta/ Cuestionario	2	¿Usted delega actividades a su personal de trabajo? ¿Considera que el liderazgo ayuda al desarrollo de su personal de trabajo?
				Toma de decisiones	Encuesta/ Cuestionario	2	¿Su personal de trabajo aportan ideas? ¿Considera que sus trabajadores están aptos para poder brindar un buen trato a los clientes?
				Satisfacer al cliente	Encuesta/ Cuestionario	1	¿Suelen premiar al mejor trabajador del mes?

				Nuevos clientes	Encuesta/ Cuestionario	2	<p>¿Cree que los clientes nuevos le ayudaran a posicionarse mejor en el mercado?</p> <p>¿Usted aplica marketing para atraer nuevos clientes?</p>
				Reducción de costos	Encuesta/ Cuestionario	2	<p>¿Cree que reducir costos ayudara a obtener más ingresos?</p> <p>¿Usted al reducir sus costos afecta a la calidad su productos?</p>
				Diferenciación de la competencia	Encuesta/ Cuestionario	2	<p>¿Cree que su organización se diferencia de la competencia en cuanto a variedad de platos?</p> <p>¿Los precios que brindan se diferencian de la competencia?</p>

Problema	Objetivo	Hipótesis	variable	Indicadores	Técnica/Instrumento	N ítems	ítems
¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad y competitividad en las MYPE, rubro restaurante del AA. HH Almirante Miguel Grau - Piura, año 2018?	Describir las estrategias de la competitividad en las MYPE, rubro AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.  Describir los niveles de la competitividad en las MYPE rubro Restaurante. AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.	Según Sampieri (2010) define que la investigación es descriptiva no presenta hipótesis. La presente investigación es de tipo descriptivo en las que enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, lo que da como resultado que no es necesario establecer hipótesis.	Competitividad	Calidad	Encuesta/ Cuestionario	2	¿Los platos que ofrece el negocio consideran que son de calidad? ¿Cree que el tiempo de espera es el adecuado?
				Diferenciación	Encuesta/ Cuestionario	2	¿Considera que el ambiente del negocio es de su agrado? ¿Cree que la atención brindada se diferencia de la competencia?
				Posición	Encuesta/ Cuestionario	1	¿Considera que el negocio tiene un prestigio en el sector?

				Enfoque	Encuesta/ Cuestionario	1	¿Considera que el negocio utiliza estrategia para atraer al cliente?
				Consumidores	Encuesta/ Cuestionario	2	¿Considera que el negocio satisface sus necesidades en cuanto gusto? ¿Existe preferencia en el negocio en cuanto a ofertas?
				Infraestructura	Encuesta/ Cuestionario	2	¿Cree que sus instalaciones cumplen con medidas de seguridad? ¿Considera que el negocio brinda una buena imagen?

				Innovación	Encuesta/ Cuestionario	2	<p>¿Considera que los platos que ofrecen son innovadores?</p> <p>¿Considera que la innovación ayuda a que usted asista frecuentemente?</p>
				Habilidades	Encuesta/ Cuestionario	2	<p>¿Consideran que los colaboradores tienen habilidad para atenderlos con respeto?</p> <p>¿Considera que los colaboradores tienen conocimiento en los platos que ofrecen?</p>

Pregunta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Encuesta															
<b>1</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
<b>2</b>	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
<b>3</b>	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2
<b>4</b>	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
<b>5</b>	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1
<b>6</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
<b>7</b>	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2
<b>8</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
<b>TOTAL</b>	5/8 (1)Si 3/8 (2)No	8/8 (1)Si 0/8 (2)No	8/8 (1)Si 0/8 (2)No	6/8 (1)Si 2/8 (2)No	4/8 (1)Si 4/8 (2)No	7/8 (1)Si 1/8 (2)No	6/8 (1)Si 2/8 (2)No	8/8 (1)Si 0/8 (2)No	4/8 (1)Si 4/8 (2)No	5/8 (1)Si 3/8 (2)No	6/8 (1)Si 2/8 (2)No	7/8 (1)Si 1/8 (2)No	0/8 (1)Si 8/8 (2)No	8/8 (1)Si 0/8 (2)No	6/8 (1)Si 2/8 (2)No

<b>Pregunta</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>
<b>Encuesta</b>														
<b>1</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>2</b>	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>3</b>	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>4</b>	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>5</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>6</b>	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1
<b>7</b>	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>8</b>	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>9</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>10</b>	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1
<b>11</b>	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>12</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1
<b>13</b>	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>14</b>	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1
<b>15</b>	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1

<b>16</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
<b>17</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>18</b>	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
<b>19</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>20</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1
<b>21</b>	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1
<b>22</b>	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>23</b>	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1
<b>24</b>	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>25</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2
<b>26</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>27</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
<b>28</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>29</b>	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1
<b>30</b>	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>31</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>32</b>	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1

33	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
34	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1
36	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2
37	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1
38	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
41	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
42	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
43	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1
44	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1
45	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1
46	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
47	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
49	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1

<b>50</b>	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2
<b>51</b>	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1
<b>52</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>53</b>	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1
<b>54</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>55</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
<b>56</b>	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>57</b>	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2
<b>58</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>59</b>	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>60</b>	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1
<b>61</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>62</b>	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>63</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>64</b>	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1
<b>65</b>	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
<b>66</b>	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1

<b>67</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>68</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>TOTAL</b>	60/68	48/68	50/68	68/68	60/68	15/68	50/68	55/68	50/68	60/68	60/68	60/68	64/68	64/68
	(1)Si													
	8/68	20/68	18/68	0/68	8/68	53/68	18/68	13/68	18/68	8/68	8/68	8/68	4/68	4/68
	(2)No													

Turnitin x Erp University x +

https://turnitin.com/t\_inbox.asp?aid=70789338&lang=es&session-id=d546ff869d92a55b6d6eeaed34644eb6

Entregar archivo Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitentes

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Cunyarache Chinini...	CUNYARACHE CHINININ	0%			*		987773639 05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Paz Temoche Paz Temo...	PAZ TEMOCHE	0%			*		987787902 05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Saavedra Mendoza Saa...	SAAVEDRA MENDOZA	0%			*		987765588 05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Ayosa Chumacero Ayos...	AYOSA CHUMACERO	4%			*		987782865 05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Mendoza Avila Mendoz...	MENDOZA AVILA	6%			*		987782319 05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Jaramillo Valle Jara...	JARAMILLO VALLE	7%			*		987775534 05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Castro De Mújica Cas...	CASTRO DE MÚJICA	9%			*		987998059 06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Medina Chunga Medina...	MEDINA CHUNGA	13%			*		987777570 05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Montalban Ramos Mont...	MONTALBAN RAMOS	13%			*		987776544 05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Minga Inga Minga Ing...	MINGA INGA	14%			*		987772891 05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Gonzales Carrión Gon...	GONZALES CARRIÓN	15%			*		987766264 05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Valdiviezo Robledo V...	VALDIVIEZO ROBLEDO	17%			*		987765155 05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Crisanto Yacila Cris...	CRISANTO YACILA	19%			*		987769509 05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Valverde Juarez Valv...	Valverde Juarez	24%			*		987998262 06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Delgado Nanquen Delg...	DELGADO NANQUEN	27%			*		987765955 05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Campos Huaman4 Campo...	CAMPOS HUAMAN4	30%			*		990311796 15-ago.-2018

Windows taskbar: 22:08 15/08/2018

USER: 45757402

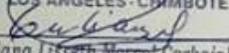
Nro: 082018-00006896  
Fecha: 14-08-2018 17:31

## CONSTANCIA DE NO ADEUDO PROVISIONAL

El Área de Cobranzas hace Constar que el alumno(a) MONTALBAN RAMOS FRANK JUNIOR, con código de matrícula 0811130106, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION, no tiene deuda pendiente a la fecha.

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

PIURA, 14 DE AGOSTO DEL 2018.

  
UNIVERSIDAD CATOLICA  
LOS ANGELES - CHIMBOTE  
  
Juliana Lisseth Moscol Carbajal

  
UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES - CHIMBOTE  
  
Ana Silvia Chaves Quevedo  
ESPECIALISTA

V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (\*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (\*)

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