



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL SECTOR LA
PUNTA PAITA – PIURA – 2019**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

IBARBURU CARCAMO, MICHAEL ANDERSON
ORCID: 0000-0001-9261-527X

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS
ORCID: 00000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERU

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

IBARBURU CARCAMO, MICHAEL ANDERSON

ORCID: 0000-0001-9261-527X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Chimbote, Perú

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Chimbote, Perú.

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-00022-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda
ORCID: 0000-0002-5746-9374
Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel
ORCID: 0000-00022-7575-3571
Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar
ORCID: 0000-0002-5471-4549
Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarias
ORCID: 0000-0002-6399-5928
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por regalarme la oportunidad de vivir cada día, por dame la sabiduría de aprender de culminar mis estudios de la mejor manera.

A mis padres Marta y Carlos,
por todo su esfuerzo brindado a mí, para que pueda superar cada obstáculo en mi vida y lograr mis metas.

A mi Asesor Centurión Reinerio
por todas sus enseñanzas
brindadas en este trayecto de mi
carrera y poder elaborar mi
Informe Final.

DEDICATORIA

A Dios por darme la sabiduría
y sus bendiciones para poder
afrontar y culminar esta etapa
de mi carrera.

A toda mi Familia, que sin ellos no
hubiera logrado nada de esto, por
su fuerza, sus bendiciones y su
consejos, para poder cumplir mis
metas trazadas

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: determinar la gestión de la calidad y competitividad de las MYPE, rubro restaurantes, en el sector la punta parte baja Paita – Piura – 2019. En cuanto a la metodología, se trató de una investigación cuantitativa, con un diseño no experimental de tipo descriptivo (transversal), empleando como técnica de recolección de datos a la encuesta y como instrumento al cuestionario. Se recopiló datos de un total de 3 restaurantes localizados en el sector de la punta. Una vez recolectada la información; las datos fueron procesadas en Spss V-20 y los hallazgos descriptivos concluyeron los siguiente: para las características de la gestión de la calidad, el 61,1% consideran que las estrategias de ventajas presentan un nivel bajo de efectividad, el 50,0% un nivel bajo de servicio esperado y un 53,3% un nivel medio de principios. Ahora según las características de la competitividad; se determinó que existe un bajo nivel de ventaja competitiva, un nivel mediano de innovación, un nivel mediano de agilidad comercial. Finalmente, la situación en que se encuentra la gestión de la calidad es inadecuada y con respecto a la competitividad se determinó que es mediana.

Palabras clave: Competitividad, Gestión de la Calidad, Calidad del Servicio, Tecnología.

ABSTRACT

The present research work had as a general objective: to determine the management of the quality and competitiveness of the MYPE, restaurant category, in the sector La Punta part baja Paita - Piura - 2019. Regarding the methodology, it was a quantitative investigation, with a design descriptive non-experimental (cross-sectional), using the survey as a data collection technique and the questionnaire as an instrument. Data was collected from a total of 3 restaurants located in the sector of the tip. Once the information is collected; The data were processed in Spss V-20 and the descriptive findings concluded the following: for the characteristics of quality management, 61.1% consider that the advantage strategies present a low level of effectiveness, 50.0% a low level of expected service and 53.3% an average level of principles. Now according to the characteristics of competitiveness; It was determined that there is a low level of competitive advantage, a medium level of innovation; a medium level of commercial agility. Finally, the situation in which quality management is found is inadequate and with respect to competitiveness it was determined that it is medium.

Keyword: quality management, competitiveness, quality of service, technology.

CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
JURADO EVALUADOR Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	5
2.1 Antecedentes	5
Antecedentes Internacionales	5
Antecedentes Nacionales	7
Antecedentes Locales	9
2.2 Bases teóricas de la investigación	11
2.3 Hipótesis	19
2.4 Variables	20
III. METODOLOGÍA	21

3.1 El tipo y nivel de la investigación	21
3.2 Diseño de la investigación	21
3.3 Población y muestra.....	21
3.4 Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	22
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	26
3.6 Plan de análisis	26
3.7 Matriz de consistencia.....	26
3.8 Principios éticos	30
IV. RESULTADOS.....	32
4.1 Resultados	32
4.2 Análisis de resultados.....	41
V. Conclusiones y Recomendaciones.....	46
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	48
Anexos.....	52
Anexo 1. Cronograma de actividades.....	52
ANEXO 2.- PRESUPUESTO.....	54
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos.....	55
Anexo 4.-Validación de expertos.....	59
Anexo 5.- Confiabilidad de los instrumentos	71
Anexo 6.- Consentimiento informado.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características de gestión de la calidad	32
Tabla 2: Nivel – Dimensiones de la gestión de la calidad	34
Tabla 3: Características de la Competitividad.....	36
Tabla 4: Dimensiones de la Competitividad	38
Tabla 5: Nivel de gestión de la calidad y competitividad	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Dimensiones de la gestión calidad.....	35
Figura 2. Dimensiones de la competitividad.....	39
Figura 3. Dimensiones de la competitividad.....	40

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las MYPE representan un sector de mucha importancia y relevancia en el Mundo y especialmente en el Perú, entre varios motivos principalmente porque son una clara fuente generadora de empleo y notoria contribuyente al Producto Bruto Interno (PBI).

En el país de hoy la Gestión de Calidad y Competitividad es muy importante, porque debemos saber orientar a los colaboradores en cómo tratar a cada uno de nuestros clientes, porque de ellos depende el crecimiento y las recomendaciones, especialmente la buena imagen de nuestras transacciones y atenciones.

Es a partir de los años 80 que las MYPE aparecen en el mercado como una nueva propuesta alcanzable para el pequeño empresario peruano, que con un mínimo capital podía crear su propio negocio, sin embargo, recién en los años 90 su crecimiento es inevitable. A ello le ayudó también, la disolución de grandes empresas nacionales e internacionales.

Según INEI (2018), en el primer trimestre del 2019, el Perú registró un crecimiento del PBI del 2.3%; y, según INEI también, al cierre del 2018, en el Perú ya existían 2,332,218 empresas, de las cuales más del 95% estaban constituidas bajo el régimen de una MYPE. Como consecuencia, debido a su creciente aparición en el mercado, a los avances tecnológicos y al constante crecimiento de nuestra economía, son cada vez más importantes los estándares de calidad y competitividad que se les exige. Tanto es así, que, en estos tiempos, para que una empresa pueda obtener la calidad integral, es necesario que analice todos los factores que participan en su organización, más aún, es necesario que todos estos se desarrollen en conjunto.

En el entorno político, las MYPE están respaldadas por la ley y estas pueden constituirse en un tiempo no mayor a 72 horas, contar sus trabajadores con beneficios como el Sistema Integrado de Salud. Pero, por el contrario, el empleador no está en la obligación de reconocer el pago de las gratificaciones, CTS, utilidades a sus trabajadores.

En el entorno económico, las MYPE aportan al crecimiento del PBI, que en el primer trimestre del año asciende al 2.28%. De este porcentaje, el 24% ha sido generado por las MYPE. Además, actualmente los bancos ofrecen al minorista alternativas de financiamiento que les permiten tomar créditos para el crecimiento del negocio.

En lo social, el rubro restaurantes es un segmento que ha crecido notablemente en los últimos años, esto se debe a la gran variedad de platos que ofrece nuestra gastronomía y a la creciente innovación de los mismos. Esto además ha generado, que el consumidor peruano pague precios altos por consumir en restaurantes donde los estándares de calidad ofrecidos cumplen con sus más recientes exigencias y expectativas.

En la tecnología, debido a sus avances la comunicación cliente proveedor se ha vuelto mucho más fluida; la gestión de la información permite tener un registro de los clientes y proveedores; y mejora la marca, a través por ejemplo del marketing digital”.

En lo socio-cultural, las MYPE son una fuente generadora de trabajo para los jóvenes cuya situación económica no les permite seguir una carrera universitaria y que por lo tanto deben trabajar, aceptando sueldos mínimos y condiciones limitadas. Dada su preparación profesional, no son contratadas por empresas grandes, pero sí por las MYPE. En nuestro país contamos con hombres y mujeres tienen el suficiente

conocimiento para brindar un servicio de calidad y ser competentes, para ello toda empresa debería brindarles confianza y credibilidad, a su vez capacitándolos con charlas de motivación dándoles muchos beneficios (Cañari, 2017).

En el presente proyecto de investigación denominado: Gestión de calidad y competitividad de las Mype, rubro restaurantes, en el sector la punta parte baja Paita – Piura – 2019; se planteó el siguiente objetivo general que consistió en: determinar las principales características de la gestión de la calidad y la competitividad de las mypes, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

Para alcanzar el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos que consistieron en determinar (1). Identificar las características de la gestión de la calidad en el sector la punta parte baja Paita - Piura, año 2019. (2). Señalar las características de la competitividad de las mypes, rubro restaurantes, en el sector la punta parte baja Paita - Piura, año 2019

Respecto a la metodología aplicada para la ejecución de la investigación, según su tipo y nivel, fue descriptivo, ya que en el informe se describió circunstancias en un tiempo y espacio determinado. En cuanto al diseño de la investigación, fué no experimental, ya que los resultados de las encuestas aplicadas a la población de los 03 restaurantes que se encontraron ubicados dentro del Sector la Punta, se analizaron de forma posterior. A lo anterior se suma la información recopilada en los libros, cuestionarios y el asesoramiento continuo del docente tutor encargado. La investigación no plantea hipótesis, sino que por el contrario define las variables Gestión de la calidad y Competitividad como las componentes del problema de investigación. Toda la información obtenida será trasladada y expuesta en las herramientas principales de Microsoft Office (Word, Excel, y PowerPoint) y en

Turnitin, herramienta condicionada por la universidad para evitar y reducir cualquier posibilidad de plagio.

Como resultado se pudo determinar en qué situación se encuentra la gestión de la calidad y de la competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019. La situación en cuanto a la gestión de la calidad es inadecuada (Nivel bajo- 68,90%) y con respecto a la competitividad se determinó que es media (52,2%). Tanto con gestión de calidad como competitividad están en un nivel muy desfasados, lo cual se tiene que corregir en las mypes para que se pueda ver reflejado en distintos aspectos como: mejora la atención, el servicio esperado, la innovación de platillos, etc. Los cuales les permitirá diferenciarse no solo localmente y regional, sino también, a nivel global ya que están en el segundo puerto más importante del Perú, puesto que se deberían de enfocar las mypes para poder superar y así tener una buena gestión de calidad y adecuada competitividad dentro y fuera de la organización.

Como conclusión general Finalmente insistir que, sin una clara gestión de calidad y competitividad, las MYPE seguirán teniendo corto tiempo en el mercado. Es por ello que este informe servirá al lector como aporte y en el mejor de los casos, de uso y aplicación de las MYPE restaurantes, Sector la Punta parte baja de Paita, debido a las consecuencias positivas que les produce tener una visión completa del negocio; compararse de manera continua y permanente con la competencia; y, tener claras las expectativas de sus clientes. Asimismo, será un aporte para distintas instituciones educativas, en el sentido de que puedan estas usarlo como material de estudio y ejemplo a seguir en los proyectos de investigación similares, que en adelante se desarrollen.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Leal (2015) en su investigación *Hacia un análisis integral de la gestión de calidad y competitividad territorial: el caso del estado de Querétaro*, Business School Universidad de Deusto, México. tuvo como objetivo identificar a partir de la literatura, un modelo regional de gestión de calidad y competitividad más amplio que permitió incorporar en el análisis al elemento humano y la mejora de la infraestructura para luego desarrollar una metodología y una aplicación para reinterpretar el contexto del estado de Querétaro México, enmarcando simultáneamente ambos conceptos. Este trabajo pretende incorporar el elemento humano y subjetivo que implica el bienestar, al análisis de la gestión de calidad y competitividad, logrando alcanzar todas las metas trazadas desde comienzo de año hasta finalizarlo, en el territorio del estado de Querétaro, México, analizando simultáneamente ambos conceptos a partir de grupos focales, entrevistas con líderes de opinión y cuestionarios a empresas, concluyendo es que la gestión de la calidad y la competitividad pueden traer prosperidad y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Pensamientos Teniendo en cuenta el papel de la globalización y las tecnologías de la información en las regiones promotoras, la competitividad ha penetrado a nivel nacional y local, estas regiones siguen el ritmo de la calidad y pueden mejorarse globalmente como talentos y empresas.

Joubert (2020), en su tesis denominada: “Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero, Neuquén- Argentina” presentada ante la Universidad de Quilmes. Investigación que planteó un claro objetivo que consistió en estudiar el potencial y sobre todo la viabilidad vinculada a la implementación de un sistema integrado de

gestión de la calidad. Estudio con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) de tipo descriptivo- transversal, que empleo como técnicas de recolección de datos a la encuesta, entrevista y sobre todo la observación. Con la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, los resultados indicaron que es determinante aunar esfuerzos para llamar la atención de los dueños y los gerentes(sensibilizar) sobre la verdadera importancia de la gestión de la calidad en la integración de procesos dentro de los hoteles. De esta manera con la supuesta implementación se pondrá satisfacer las estrictas demandas de los clientes y sobre todo llegar a rebasar sus expectativas.

Silva (2015) en su investigación *Sistema de Gestión de Calidad en los servicios y su incidencia en las ventas de la compañía GERIZIM CIA. LTDA.* De la Ciudad de Ambato, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador. tuvo como objetivo analizar como incide la carencia de un sistema de Gestión de la Calidad en el volumen de ventas de la compañía. El enfoque de la investigación es cualitativo, cuya modalidad básica se apoya en una investigación documental bibliográfica y de campo, y el nivel o tipo de investigación es exploratoria, correlacional y descriptiva. Las técnicas utilizadas son: la observación con su instrumento, la ficha de observación, la encuesta con su instrumento, el cuestionario y la entrevista. Mediante los resultados obtenidos se establecieron las conclusiones y recomendaciones que implican la elaboración de un SGC como alternativa de solución a los problemas detectados, para que la empresa pueda fortalecerse y seguir creciendo empresarialmente, dado que se requiere crecer con respecto a la gestión de calidad que este en las mejores condiciones.

Antecedentes Nacionales

Arroyo (2017) en su investigación *Diseño de un modelo de gestión de la calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la atención al cliente del restaurante Marako's grill S.A.C. de la ciudad de Chiclayo*, Universidad San Martín de Porres, Perú. tuvo como objetivo general diseñar un modelo de gestión de calidad basado en la herramienta EFQM (Modelo europeo de excelencia empresarial) que mejorará el servicio al cliente y atención. Para la elaboración del proyecto, la metodología usada es descriptiva, cuantitativa y con un diseño no experimental. Fueron 22 los clientes encuestados y entrevistados; y, posterior al análisis de sus respuestas se concluyó que es primordial mejorar la calidad en la atención a los clientes, para lo que se propuso el diseño y aplicación del modelo "EFQM". De las recomendaciones, podemos mencionar optimizar aspectos como la eficiencia en la atención de sus clientes; capacitaciones específicas y constantes respecto a la mejora en la percepción de los clientes; potenciar y mejorar aspectos como el liderazgo; gestionar alianzas para incrementar el mercado; capacitaciones para el personal y evaluaciones continuas de desempeño al personal.

Lalangui (2019), en su tesis denominada: "Evaluación de la calidad del servicio en las Mypes del sector servicio rubro hoteles: caso Pasiones Suites Sac- del Distrito de Zarumilla, 2019" presentado a la Universidad los Ángeles de Chimbote. Como objetivo de estudio se planteó identificar los aspectos más representativos de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de este rubro hotelero localizado en el distrito de Zarumilla durante el año 2019. Para el desarrollo de esta investigación, se hizo un planteamiento estadístico independiente por cada variable de estudio. Investigación cuantitativa, con tratamiento descriptivo transversal que se aplicó a un

total de 68 clientes. Se empleó como técnica de recolección de datos a la encuesta y como instrumento de recolección al cuestionario. Los hallazgos descriptivos ponen en evidencia que aspectos como la tecnología contribuyen con la calidad del servicio, adicionalmente se pudo comprobar que el personal no se encuentra debidamente capacitado, Por ende, se pone en riesgo la calidad del servicio, por las precarias condiciones de los hoteles. Finalmente se concluye que la calidad del servicio es inadecuada, y son evidentes los niveles de insatisfacción mostrados por los huéspedes.

Chupayo (2018) Lima en su investigación *Impacto de la calidad del servicio en la satisfacción en la micro y pequeña empresa del rubro restaurante de comida criolla en ñaña de la ciudad de Lima, Perú*. tuvo como objetivo general explicar el impacto de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes y una buena infraestructura para atención en los restaurantes MYPE. Para la elaboración del proyecto, la metodología usada es descriptiva, cuantitativa y con un diseño no experimental. Fueron 150 los clientes encuestados y entrevistados; y, posterior al análisis de sus respuestas se concluyó que los aspectos de mayor impacto son la fiabilidad, empatía del cliente y agradable infraestructura para atención al cliente. Para medir las variables de la calidad de servicio se recolectó la data a través de un cuestionario del modelo SERVPERF que fue adaptado según el contexto. Se encuestaron a 170 clientes activos en 5 restaurantes que existen actualmente en la zona de Ñaña, Distrito de Lurigancho (Chosica). Luego se analizó la data con el programa estadístico SPSS, donde se utilizó el análisis factorial, análisis de fiabilidad, estadística descriptiva y estadística inferencial. El diseño de la investigación fue no experimental – Transversal; el tipo de investigación es explicativa, empleando un enfoque de investigación cuantitativo 10

Luego de realizar las encuestas (basadas en el modelo SERVPERF), se concluyó que

las variables con mayor ponderación pertenecieron a las variables “elementos tangibles” y “fiabilidad”.

Antecedentes Locales

Polo (2018) en su investigación *Auditoría de calidad basada en ISO 22000 para mejorar la calidad del servicio y rentabilidad en el centro recreativo Riosol EIRL, Chulucanas de la ciudad de Piura*, Universidad Nacional de Piura. establece como objetivo general de su investigación, determinar los efectos de la aplicación del “ISO 22000” para mejorar la calidad del servicio y rentabilidad en el “Centro Recreativo Rio sol EIRL. Para la elaboración del proyecto, la metodología usada es descriptiva, cuantitativa y con un diseño no experimental. Las técnicas de investigación utilizadas se han considerado: la encuesta mediante dos cuestionarios con 19 preguntas de las cuales 8 para los clientes y 11 para el Dueño y Colaboradores; tomando 30 clientes y de los 16 usuarios internos de la empresa 8 tomados como muestra; se hizo uso de la observación, fuentes primarias de información, entre los cuales se han considerado tesis y revistas de investigación de diferentes Autores. Asimismo, en las fuentes secundarias de información, se han incluido las bibliografías referentes al tema de investigación. De acuerdo a los resultados obtenidos se ha contrastado la hipótesis general de la investigación, concluyendo que al aplicar auditoria de calidad basada en ISO 22000 SI se mejora la Calidad del servicio y rentabilidad en RIO SOL EIRL y empresas del mismo rubro.

Montalbán (2018) en su investigación *caracterización de gestión de calidad y la competitividad en las mype rubro restaurantes del AA.HH. Almirante Miguel Grau Piura*, Universidad los Ángeles de Chimbote, de la Ciudad de Piura. propone como objetivo general analizar las características de la Gestión de calidad y de la

competitividad en las MYPE indicadas. Para la elaboración del proyecto, la metodología usada es descriptiva, cuantitativa y con un diseño no experimental. Fueron 04 los restaurantes encuestados y posterior al análisis de sus respuestas se definió que el 60% tienen claro y definido el grado de satisfacción de sus clientes, el otro 40% aún no tienen definido el grado de satisfacción de sus clientes respecto a la calidad que les brindan. Por otro lado, el 50% reconocen que deben mejorar su competitividad, en cuanto a su diferenciación por la atención que brindan a sus clientes. Finalmente, el 50% de las personas encuestadas consideran que las MYPES ofrecen nuevos productos y confirman que los restaurantes, con el paso del tiempo, han mejorado su atención.

2.2 Bases teóricas de la investigación

Gestión de calidad

La gestión de calidad es una herramienta a través de la cual, la empresa, organiza, planea, ejecuta, controla e innova en tecnología para los procesos necesarios que la llevarán al cumplimiento de su misión y objetivos, ofreciendo un bien o servicios con los mejores estándares de calidad, los cuales serán medidos a través de la satisfacción final del cliente (Sambrano, 2016).

La gestión de la calidad hace referencia a un conjunto de procesos que busca mejorar un producto o servicio que está siendo ofrecido por una organización. La visión de la organización se enfoca en satisfacer las necesidades y las expectativas del consumidor. De esta manera, todos los procesos que forman parte de la elaboración del producto o servicio, se ven involucrados en cumplir los objetivos planteados por la empresa.

Según la norma ISO 9000 define la Gestión de la Calidad como el conjunto de procesos que dirigen y controlan a una organización en lo relativo a la calidad.

Según Camisón, Cruz y González (2015) afirman que Cuando la organización se inspira en la Gestión de Calidad, la dirección se orienta hacia la satisfacción de los objetivos de los grupos de interés clave y hacia la creación de valor. La medida en que la visión y la misión de la organización incorporen estos principios determinará el grado en que la Gestión de la Calidad se convierta en estrategia para conducir la empresa, por lo que se requiere la participación de todos, lo que hará que el personal se mantenga motivado.

Según Salgueiro (2016) en su tesis de postgrado, titulada La familia empresaria Cultura y Valores para la continuidad de la empresa, se plantea como objetivo de

investigación advertir sobre los valores de empresas familiares de primera generación y su influencia en la continuidad del negocio, transmitiendo un agradable ambiente dentro y fuera del recinto.

Según Escamilla (2015) en su trabajo de tesis doctoral titulado Modelo de continuidad de una empresa familiar de bienes muebles; cuyo objetivo de investigación es generar un modelo conceptual, que muestra la interrelación de los factores gobierno, sucesión, cultura y profesionalización con la continuidad de la empresa familiar, señala que la continuidad de una empresa familiar de bienes muebles es una variable dependiente de la sucesión, gobierno, cultura y profesionalización. Además, existe una interacción entre estos factores, que se da a través de la estructura familia-empresa, del traspaso generacional y de los valores.

Según Arellano (2017) menciona en relación al consumidor peruano que cerca del "60% de los consumidores digitales peruanos buscan información en internet antes de adquirir un producto o servicio.

Según el INEI (2015) se encontró que solo el 20 % de las microempresas contaban con un plan de negocio al inicio de sus operaciones y en las pequeñas empresas el promedio alcanzaba el 40%. El plan de negocios es la guía que ayuda a planificar y definir los pasos, acciones y estrategias que se llevarán a cabo para lograr los objetivos de la empresa. Sin un rumbo claro, las probabilidades de éxito serán menores.

Según Camisón, Cruz, Gonzales (2016) en su investigación gestión de calidad conceptos, enfoques, modelos y sistemas, nos habla del papel de los directivos en el proceso de implementación de un sistema de Gestión de la Calidad y la necesidad de la figura de un líder para que se produzca una implantación completa y extensiva de sistema, especialmente cuando el enfoque adoptado es de Gestión de Calidad.

Según la norma internacional ISO 9000 (2015) sistemas de gestión de calidad, fundamentos y vocabulario, nos dice que los líderes en todos los niveles establecen la unidad de propósito y la dirección, y crean condiciones en las que las personas se implican en el logro de los objetivos de la calidad de la organización.

Según Torres (2015) en su Investigación diseñó una guía didáctica de las celebraciones andinas y sus manifestaciones culturales para niñas y niños entre 8 a 12 años de edad de la provincia Chimborazo con ilustraciones infantiles. El Ecuador forma parte de la lista de países con mayor declaratorias patrimoniales a nivel de latinoamericana, declaratorias que se encuentran en la lista de la UNESCO, como Reservas de la Biosfera declaradas Patrimonio Natural, Fiestas ancestrales como patrimonio inmaterial y ciudades patrimoniales por su arquitectura y escultura histórica.

Según Largo (2015) Las fiestas populares son eventos privilegiados de la vida en comunidad, y son al mismo tiempo transitivas y reflexivas: la colectividad celebra algo y se celebra a sí misma, En ella se hacen aprehensibles las lógicas del poder, tanto en la transgresión y la disputa como en la cohesión y la reafirmación identitaria.

Ventajas de la gestión de calidad

Según la ISO 9000 las ventajas de hacer uso de la herramienta de gestión de calidad en la organización, se establecen desde dos perspectivas:

1. Ventajas para la empresa misma

- Se mejoran los procesos, se resuelven cualquier tipo de problema dentro de la empresa, las etapas de la producción se interrelacionan y trabajan de manera coherente hacia los objetivos.
- Se mejora la organización interna, con una mejora en la comunicación, la relación del personal es continua y por tanto asumirán sus funciones con responsabilidad.
- Flexibilidad al cambio, permitiendo tomar diversas alternativas frente a las diversas situaciones.
- Trabajo en equipo, por lo que se requiere la participación de todos, lo que hará que el personal se mantenga motivado

Ventajas para el consumidor:

- Productos con una mejor elaboración, que cumplirán con los estándares de calidad exigidos, lo que hará que el mercado proporcione mejores ofertas.
- Cliente confiado, llegando incluso a fidelizarse con la organización debido al bienestar que esta le ofrece.

Otra clasificación establece que, si una organización aplica gestión de calidad en sus procesos, está obtendrá los siguientes resultados:

- Mejora del producto o servicio que vende. Esto quiere decir que el producto o servicio brindado por MYPES tiene que ser innovador y novedoso para el cliente de tal manera que el producto tenga valor agregado para acaparar las expectativas del cliente, para ello se estudia a los clientes utilizando técnicas de recolección de datos.

- Cliente satisfecho. Son aquellos que logran satisfacer sus necesidades y expectativas de la atención brindada. De esta manera se obtendrán clientes recurrentes e incluso recomendarán el servicio recibido.
- Se reduce el gasto. En el sentido de que la gestión de calidad introduce enfoques sistemáticos es decir hace buen uso de la tecnología, para reducción de gastos.
- Se mejora la productividad. Eliminando procesos que están demás y se van adaptando a la era tecnológica, para encontrar mejores formas de producir sin descuidar el servicio que se brindara al consumidor, para ello es necesario contar con ambiente armónico de trabajo en equipo.

2. Servicio esperado

Según Camisón, Cruz y González (2015) el servicio esperado, es la calidad total y se define como la creación global de valor por la organización para todos sus grupos de interés. Al mismo tiempo alude a las expectativas de los clientes, referido ahora de forma genérica al servicio esperado por aquellos grupos de interés.

- Velocidad de atención: La empresa debe priorizar el buen servicio para la inmediata atención desde la llegada del cliente hasta su salida del local.
- Confiabilidad: Hacer las cosas bien, dar solución a cualquier inconveniente que pueda presentarse y así brindar un servicio similar o mejor al que los clientes esperaban.
- Cortesía: hace referencia a la práctica de valores, ser amable, respetuoso, atento y considerado con los clientes tratados por los trabajadores de las MYPES. “

- Comunicación: saber hacer llegar la información al cliente sin generar confusión. También se debe tener en cuenta las opiniones de los clientes para saber sus necesidades e inquietudes.

3. Principio

Según la norma ISO 9000 año 2000 llamado sistemas de gestión de la calidad, son ocho principios fundamentales de la calidad que hacen referencia a las mejores prácticas de las organizaciones en la actualidad.

- Liderazgo: es una cadena que incluye a todos los directivos de una organización quienes tienen personal a cargo y si se rompe un elemento del grupo se rompe el liderazgo de la organización, ya que es fundamental como guía y motivación.
- Participación del personal: se toma en cuenta las opiniones del personal de todos los niveles que forman parte de la empresa, generando un buen clima laboral para conseguir el compromiso de los trabajadores.
- Mejora continua: el mejoramiento continuo, debe verse como una cultura que puede aplicarse a todos los ámbitos de la vida. En el enfoque empresarial la mejora continua de los procesos.

Competitividad

Antes de entrar a la competitividad, es necesario mencionar la estrategia competitiva, debido a esta una organización buscará su posición en el mercado, lugar donde encontrará a su competencia, y esta posición deberá ser una que le favorezca. Asimismo, debido a la estrategia competitiva, esta ubicación en el mercado le dará rentabilidad cara a las variables que dirigen la competencia en dicho mercado (Porter, 2016).

La estrategia competitiva obliga a la organización a ser distinta de las demás. La obliga a diseñar procesos diferentes para que su oferta de valor se distinga de la competencia (Porter, 2016).

Diferenciando el significado de la “competencia” del significado de la “competitividad”, podemos mencionar que la primera se enfoca en una consecuencia económica debido a la rivalidad entre las organizaciones de la misma industria; sin embargo, la segunda se refiere a las cualidades y condiciones necesarias para que la organización pueda competir. En resumen, se puede decir, que el resultado de la competitividad de una empresa es su competencia en el mercado, (Müller, 2015).

Otra definición para la competitividad hace referencia a la habilidad de las organizaciones para la competencia en la industria, manteniéndose y creciendo con el paso del tiempo (Benito et al., 2014)

Cabrera (2018) de la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa. En su investigación Influencia de la gestión financiera en la competitividad de las MYPES comercializadoras de 14 calzado, en el mercado de Arequipa, 2017. Siendo como objetivo principal determinar la incidencia de la gestión financiera en la competitividad de las MYPES comercializadoras de calzado en el Mercado de Arequipa. Por lo tanto, de acuerdo a dicho estudio se concluyó que realizando una “correcta gestión financiera como una buena contabilidad, planeamiento financiero, control de inventarios y la adecuada toma de decisiones da como resultado que estas se posicionan de manera positiva en el mercado del calzado.

Reyes y Vargas (2016) en su investigación Estrategias para impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa-2015, plantearon como objetivo principal a Proponer las estrategias que permitan impulsar

la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa, entonces se analizó el entorno interno, externo, la identificación de las ventajas competitivas, así también medir y conocer las estrategias en cuanto a las picanterías restaurantes.

Ventajas competitivas

Según Porter (2016) es la capacidad que posee la empresa para poder brindar información y sobresalir ante la competencia, es brindar productos y servicios al igual que la competencia, pero gracias a las estrategias de negocios a través de la tecnología que pueda implementar la empresa se lograra obtener ventajas competitivas en el mercado.

- Diferenciación: es la variedad de productos y servicios ofrecidos en el mercado, pero cada empresa desarrollará valores agregados los cuales harán más atractivos a la vista de los diferentes consumidores.
- Liderazgo por costo: Es la estrategia que maneja cada empresa de generar utilidades sin sacrificar personal y adquiriendo los mismos insumos de buena calidad. Con la finalidad de seguir satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

Innovación

Es la capacidad de las empresas de mejorar y crear nuevos productos, creando estrategias inclinadas a las necesidades de los clientes.

Variedad de productos: amplia gama de productos que posee la empresa los cuales estarán a disposición de los clientes según sean sus necesidades.

Efectividad: es hacer de manera correcta las cosas, a fin de lograr objetivos y alcanzar metas trazadas.

Nuevas soluciones: dependerá mucho de el estudio que hizo la empresa antes de emprender un negocio sea cual sea el rubro, debe de tener en cuenta los inconvenientes, percances que pueda presentarse en cualquier momento a los cuales la empresa se debe encontrar apta para dar soluciones inmediatas.

Agilidad comercial

Consiste en la capacidad de brindar respuesta oportuna y rápida, adecuándose a los constantes cambios que se producen en el mercado. Es la constante innovación en la agilidad de los productos del mercado implementando nuevas tácticas que permitan mayor conectividad con los clientes, con una mayor agilidad en respuesta inmediata de forma integral y conjunta.

Adaptación al cambio: hace referencia a la capacidad que tienen las MYPES para enfrentarse a los cambios externos e internos del medio, manteniendo su esencia y potenciando el crecimiento y desarrollo del mismo.

- Tecnología: según Porter (2016) la tecnología no basta para hacer que una organización sea atractiva (o no atractiva) ante los ojos de algún segmento, porque aún existen algunos grupos de estilos de vida diferentes.
- las tecnologías se refieren a la forma en que logramos tareas específicas o los procesos que usamos para crear las “cosas” que consideramos nuevas.

2.3 Hipótesis

Según lo manifestado por los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) las hipótesis son las guías de una investigación o estudio, así mismo indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, no todas las investigaciones tienen hipótesis. Por ser una investigación de nivel descriptivo no se formula hipótesis de investigación.

2.4 Variables

V.1. Gestión de calidad

V.2. Competitividad

III. METODOLOGÍA

3.1 El tipo y nivel de la investigación

Tipo de Investigación: el tipo de investigación fue descriptiva, porque buscó especificar, enumerar las características o propiedades del problema encontradas en la unidad o fenómeno de investigación, y analiza los sucesos que se dan en un contexto determinado, según lo manifestado por Hernández, Fernández y baptista (2014) en este caso describir las principales características de la gestión de calidad y competitividad de las Mype rubro restaurantes en la Provincia de Paita, Parte baja sector la Punta.

Nivel de Investigación: el nivel de la investigación fué cuantitativo, porque se utilizó la recolección y análisis de datos para así responder preguntas de investigación y para la presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos para determinar las características (Tamayo, 2014).

3.2 Diseño de la investigación

Diseño de Investigación: el diseño de investigación que se utilizó fue No Experimental – Transversal, no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables gestión de calidad y competitividad, Y es Transversal porque se realizó en un determinado tiempo periodo 2019, se observó el fenómeno tal como se encontrará dentro de su contexto.

3.3 Población y muestra

La población estuvo constituida por los comensales que vistan de manera frecuente las instalaciones de las mypes del rubro restaurantes en el Sector la Punta Paita – Piura – 2019 ; específicamente se trató de 3 restaurantes (los mas representativos).

Para el cálculo de la muestra se empleó el muestreo probabilístico sistemático, teniendo en consideración la siguiente fórmula y medición respectiva.

$$n = z (p)(q) / e$$

Donde:

n= es la muestra

z= valor de la variable normal estándar

p= probabilidad favorable a la variable en estudio = 0.5

q= probabilidad no favorable a la variable en estudio= 0.5

e= error de precisión = 0.1

Reemplazados por los valores numéricos:

$$n = 1.90 (0.5) (0.5) / 0.1$$

$$n = 90$$

3.4 Definición y operacionalización de variables e indicadores

A continuación, se estructura la matriz de operacionalización de las variables, tanto de gestión de calidad, como de competitividad, con sus respectivas dimensiones e indicadores.

GESTIÓN DE LA CALIDAD

	Definición Conceptual De La Variable	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala De Medición
G E S T I Ó N D E L A C A L I D A D	La Gestión de Calidad es una herramienta a través de la cual, la empresa, organiza, planea, ejecuta y controla los procesos necesarios que la llevarán al cumplimiento de su misión y objetivos, ofreciendo un bien o servicios con los mejores estándares de calidad, los cuales serán medidos a través de la satisfacción final del cliente. Sambrano (2016)	Características de la Gestión de Calidad	Ventajas	Innovación	Considera que los productos que se ofrecen en el restaurante, son innovadores.	Nominal
				Atención	Ud. se siente satisfecho con la atención que le brindan en el restaurante.	Nominal
				Tecnología	En el restaurante, hacen uso de la tecnología para atender mejor al cliente.	Nominal
				Oportunidad	El sistema de atención que le brindan es oportuno (rápido)	Nominal
			Servicio esperado	Conformidad	Es adecuado el tiempo que tiene esperar para ser atendido (desde que ingresa al local, hasta que se retira)	Nominal
				confiabilidad	el restaurante le brinda un servicio confiable.	Nominal
				Amabilidad	El personal que lo atiende, le brinda un trato amable y cordial.	Nominal
				Adecuación de la carta	La carta de productos describe adecuadamente cada uno de los platillos.	Nominal
				Precios	Se respetan los precios de la carta de productos.	Nominal
			Principios	Opinión de clientes	El restaurante valora su opinión como cliente.	Nominal
Liderazgo	Durante su estancia en el restaurante, Ud. Considera que los trabajadores, están liderados por alguna persona.	Nominal				

				Ambiente laboral	Considera que el ambiente laboral en este restaurante es saludable para los trabajadores.	
				Compromiso	Ud. considera que quienes lo atendieron, están comprometidos con su centro de trabajo (restaurante).	Nominal
				Variedad de productos	Con frecuencia se mejora la variedad de productos en el restaurante.	Nominal
				Precios	Los precios suelen adecuarse según la situación económica de los clientes.	Nominal
						Nominal

COMPETITIVIDAD

	Definición Conceptual De La Variable	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala De Medición
C O M P E T I T I V I D A D	Antes de entrar a la competitividad, es necesario mencionar la estrategia competitiva, debido a esta una organización buscará su posición en el mercado, lugar donde encontrará a su competencia, y esta posición deberá ser una que le favorezca.	Factores de la competitividad	Ventaja Competitiva	Diferenciación	Ud. considera que los productos de este restaurante, se diferencian de los productos de los competidores.	Nominal
				Propuesta de precios	Este restaurante presenta una mejor propuesta de precios, acorde al bolsillo de los clientes.	Nominal
				Uso de tecnología	Quienes lo atendieron hicieron uso de la tecnología, para agilizar su estancia en el restaurante.	Nominal
				Medios de pago	Poseen diversos medios de pago (Visa, Yape, Izy Pay, o diversa índole)	Nominal
			Innovación	Acceso de productos	El restaurante brinda la posibilidad de acceder a sus productos, por medios tecnológicos (Redes sociales, web, celular, etc).	Nominal

Asimismo, debido a la estrategia competitiva, esta ubicación en el mercado le dará rentabilidad cara a las variables que dirigen la competencia en dicho mercado. Porter (2016)			Elementos distintivos	Los productos que se venden tienen algún elemento distintivo propio de la región donde se vende.	Nominal
			Diferenciación en la atención	Ud. considera que el servicio de atención al cliente se diferencia de la competencia.	Nominal
			Solución de problemas	Ud. siente que el personal se esfuerza constantemente para solucionar cualquier problema derivado de la atención en el restaurante.	Nominal
		Agilidad comercial	Éxito	Ud. considera que el éxito de este restaurante está en la capacidad que tiene para adaptarse a los cambios del mercado.	Nominal
			Redes sociales	Ud. es seguidor de este restaurante a través de redes sociales.	Nominal
			Medios tecnológicos	Recibe algún tipo de información del restaurante por correo electrónico, SMS, Facebook, Instagram, etc.	Nominal
			Trato especial	En el restaurante le brinda a Ud. un trato diferenciado (clientes especial).	Nominal

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se empleó fue la encuesta, es una técnica cuantitativa y se realiza para medir situaciones o contextos, se estructura una serie de preguntas a fin de obtener datos estadísticos sobre las opiniones de los clientes de las 03 MYPES estudiadas. Se utilizó como instrumento el cuestionario aplicándose una serie de preguntas dirigidas a los clientes de dichos restaurantes, con la finalidad de recabar datos sobre opiniones sobre la gestión de calidad de los restaurantes estudiados.

3.6 Plan de análisis

Para el plan de análisis se aplicó la recolección de datos, donde se tabularon y elaboraron las figuras estadísticas en orden por cada variable y sus dimensiones. Se utilizó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se trabajó con los programas Excel y el SPSS versión 24. Finalmente se plasmó el análisis y su interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento el cual es el cuestionario que fue validado con el método juicio del experto.

3.7 Matriz de consistencia

	<p>Sector la Punta parte baja Paita -Piura, año 2019.</p> <p>Determinar las características de la Competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita -Piura, año 2019</p>			<p>-Nivel de la investigación fue cuantitativo, porque se utilizó la recolección y análisis de datos para así responder preguntas de investigación del rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita -Piura, año 2019.</p> <p>- El diseño de investigación que se utilizó fue No Experimental – Transversal, no experimental porque</p>	
--	--	--	--	--	--

			se realizó sin manipular deliberadamente las variables gestión de calidad y competitividad, y es Transversal porque se realizó en un determinado tiempo periodo 2019. Paita -Piura, año 2019.	
--	--	--	--	--

3.8 Principios éticos

Para los aspectos éticos se cumple con los patrones establecidos por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Asimismo, se respeta los derechos de propiedad intelectual de los libros de texto y de las fuentes electrónicas consultadas, necesarias para estructurar la investigación. Con respecto a los encuestados se respeta la participación, la privacidad, para proteger la identidad de las personas que participaron en la investigación.

Protección a las personas: para esta investigación se realizó la visita a los administradores de las Mypes rubro restaurantes, dando a conocer el propósito que se tiene y que pueden abandonar en el momento que ellos lo requieran o reservarse de resolver alguna interrogante. Así mismo se les informo que los datos obtenidos, el permiso se realizara por medio de una carta que viene a ser el consentimiento informado.

Libre participación y derecho a estar informado: se hace el consentimiento informado de cada propietario, y se le solicito sus dudas para que puedan ser absueltas y poder evitar cualquier contratiempo al momento de la recolección de datos o después que se haya desarrollado.

Principio de beneficencia y no maleficencia: la investigación que se realizó no genera ningún riesgo a los propietarios ni al que investiga pues durante el recojo de datos se informa a estos de lo que se viene realizando buscando el beneficio para la investigación sin ir en contra de los participantes.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: para la investigación que se ejecutó dentro de la muestra no se empleó animales, plantas ni se usó nada que pueda afectar

el medio ambiente, mucho menos a la biodiversidad por ellos no podrá generar daños o haber riegos ya que la muestra se encuentra enfocado en lo que es rubro restaurantes.

Principio de justicia: después que se haya hecho la recolección de datos, estos se encontraran disponibles, ya que si alguna de las personas que formaron parte de la investigación desean aplicarlas u obtener nuevos datos se les brindara dicha información por el medio que sea requerido puede ser vía correo electrónico, WhatsApp o la participación en eventos donde se expongan los resultados de la investigación.

Principio de integridad científica: para la presente investigación los datos de identidad son confidentes y anónimos, esto será informado también a los propietarios. Para ello no se utilizó equipos electrónicos ni mecánicos por ello no se ha establecido ningún tipo de protocolo.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

Objetivo específico N°1: Determinar las características de la gestión de la calidad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

Tabla 1
Características de gestión de la calidad

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
<i>Ventajas</i>												
Considera que los productos que se ofrecen en el restaurante, son innovadores.	2	2,20	56	62,20	18	20,00	7	7,80	7	7,80	90	100,00
Ud. se siente satisfecho con la atención que le brindan en el restaurante.	22	24,40	42	46,70	12	13,30	7	7,80	7	7,80	90	100,00
En el restaurante, hacen uso de la tecnología para atender mejor al cliente.	2	2,20	60	66,70	14	15,60	7	7,80	7	7,80	90	100,00
El sistema de atención que le brindan es oportuno (rápido)	5	5,60	50	55,60	20	22,20	8	8,90	7	7,80	90	100,00
<i>Servicio esperado</i>												
Es adecuado el tiempo que tiene esperar para ser atendido (desde que ingresa al local, hasta que se retira)	4	4,40	41	45,60	19	21,10	11	12,20	15	16,70	90	100,00
el restaurante le brinda un servicio confiable.	7	7,80	47	52,20	18	20,00	7	7,80	11	12,20	90	100,00
El personal que lo atiende, le brinda un trato amable y cordial.	22	24,40	39	43,30	15	16,70	7	7,80	7	7,80	90	100,00
La carta de productos describe adecuadamente cada uno de los platillos.	2	2,20	53	58,90	19	21,10	9	10,00	7	7,80	90	100,00
Se respetan los precios de la carta de productos.	7	7,80	54	60,00	7	7,80	7	7,80	15	16,70	90	100,00
<i>Principios</i>												
El restaurante valora su opinión como cliente.	4	4,40	50	55,60	20	22,20	9	10,00	7	7,80	90	100,00
Durante su estancia en el restaurante, Ud. Considera que los trabajadores, están liderados por alguna persona.	3	3,30	50	55,60	21	23,30	10	11,10	6	6,70	90	100,00
Considera que el ambiente laboral en este restaurante es saludable para los trabajadores.	18	20,00	41	45,60	13	14,40	9	10,00	9	10,00	90	100,00
Ud. considera que quienes lo atendieron, están comprometidos con su centro de trabajo (restaurante).	5	5,60	45	50,0%	25	27,80	8	8,90	7	7,80	90	100,00
Con frecuencia se mejora la variedad de productos en el restaurante.	9	10,00	50	55,60	18	20,00	6	6,70	7	7,80	90	100,00
Los precios suelen adecuarse según la situación económica de los clientes.	7	7,80	43	47,80	20	22,20	7	7,80	13	14,40	90	100,00

Fuente. Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

Para poder determinar las características de la gestión de la calidad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019, es necesario describir cada una de las dimensiones que componen esta variable. por ello en la tabla 1 denominada: “Características de gestión de la calidad” se pueden identificar 3 dimensiones, donde destacan: ventajas, servicio esperado y principios.

Para la dimensión ventajas se logró determinar que las características más significativas (%) indicaron que el 62,2% se encuentran en desacuerdo, con respecto a que consideran que los productos que se ofrecen en el restaurante, son innovadores, 46,7% se sienten en desacuerdo acerca de la atención que le brindan en el restaurante; el 66,7% en desacuerdo cuando consideran que en el restaurante, hacen uso de la tecnología para atender mejor al cliente y finalmente el 55,6% en desacuerdo cuando consideran que el sistema de atención que le brindan es oportuno (rápido).

Para la dimensión servicio esperado, se logró determinar que las características más significativas (%) indicaron que el 45,6% manifiestan estar en desacuerdo con el tiempo que tiene esperar para ser atendido (desde que ingresa al local, hasta que se retira), el 52,2% presentar cierto malestar con la confiabilidad del servicio, el 43,3% están inconformes con el personal que los atiende, 58,9% consideran estar en desacuerdo con las descripciones de la carta de productos, y finalmente el 60% cree que no se respetan los precios de la carta de productos.

Para la dimensión principios, se lograron determinar algunas inconformidades por ejemplo el restaurante no valora la opinión de sus clientes (55,6%); los clientes consideran que hace falta un líder (55,6%), consideran que el clima de trabajo no es adecuado (45,6%); falta compromiso de empleados (50%); no se mejora la variedad de productos (55,6%) y finalmente no están conformes con los precios (47,8%).

Luego de describir las características de la gestión de la calidad, se realizó una medición de los niveles de efectividad de las dimensiones estrategias de ventaja, servicio esperado y principios) y finalmente de la variable gestión de la calidad (ver tabla 2 y figura 1).

Tabla 2

Nivel – Dimensiones de la gestión de la calidad

	<i>Bajo</i>		<i>Medio</i>		<i>Alto</i>		<i>Total</i>	
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Nivel de Ventajas	55	61,10	26	28,90	9	10,00	90	100,00
Nivel S. Esperado	45	50,00	36	40,00	9	10,00	90	100,00
Nivel de Principios	48	53,30	31	34,40	11	12,20	90	100,00
Nivel de Gestión de Calidad	62	68,90	26	28,90	2	2,20	90	100,00

Fuente. Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

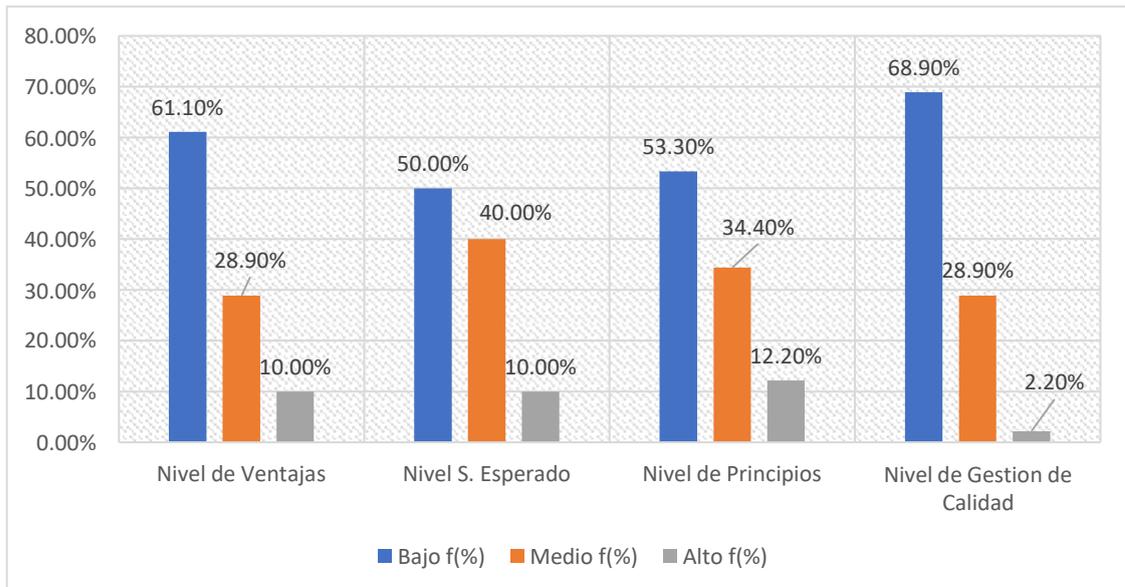


Figura 1. Dimensiones de la gestión calidad

Continuando con la descripción de las características de la gestión de la calidad, se pudo concluir que las estrategias empleadas para mejorar la calidad, no han sido muy efectivas, por ejemplo, en la Tabla 1 y Figura 1, el 61,1% consideran que las estrategias-ventajas presentan un nivel bajo de efectividad, el 50,0% un nivel bajo de servicio esperado y un 53,3% un nivel medio de principios. Con estos hallazgos la característica más significativa concluye que el nivel de gestión de la calidad es bajo equivalente al 68,90%.

Objetivo específico N°2: Determinar las características de la Competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019

Tabla 3

Características de la Competitividad

	<i>Totalmente en desacuerdo</i>		<i>En desacuerdo</i>		<i>Indeciso</i>		<i>De acuerdo</i>		<i>Totalmente de acuerdo</i>		<i>Total</i>	
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Ventaja competitiva												
Ud. considera que los productos de este restaurante, se diferencian de los productos de los competidores.	2	2,20	38	42,20	39	43,30	5	5,60	6	6,70	90	100,00
Este restaurante presenta una mejor propuesta de precios, acorde al bolsillo de los clientes.	17	18,90	39	43,30	20	22,20	7	7,80	7	7,80	90	100,00
Quienes lo atendieron hicieron uso de la tecnología, para agilizar su estancia en el restaurante.	5	5,60	39	43,30	27	30,00	10	11,10	9	10,00	90	100,00
Poseen diversos medios de pago (Visa, Yape, Izy Pay, o diversa índole)	15	16,70	34	37,80	23	25,60	8	8,90	10	11,10	90	100,00
Innovación												
El restaurante brinda la posibilidad de acceder a sus productos, por medios tecnológicos (Redes sociales, web, celular, etc).	6	6,70	32	35,60	29	32,20	15	16,70	8	8,90	90	100,00
Los productos que se venden tienen algún elemento distintivo propio de la región donde se vende.	6	6,70	38	42,20	28	31,10	8	8,90	10	11,10	90	100,00
Ud. considera que el servicio de atención al cliente se diferencia de la competencia.	15	16,70	28	31,10	34	37,80	7	7,80	6	6,70	90	100,00
Ud. siente que el personal se esfuerza constantemente para solucionar cualquier problema derivado de la atención en el restaurante.	2	2,20	51	56,70	19	21,10	11	12,20	7	7,80	90	100,00

Agilidad comercial

Ud. considera que el éxito de este restaurante está en la capacidad que tiene para adaptarse a los cambios del mercado.	8	8,90	51	56,70	7	7,80	8	8,90	16	17,80	90	100,00
Ud. es seguidor de este restaurante a través de redes sociales.	5	5,60	44	48,90	26	28,90	9	10,00	6	6,70	90	100,00
Recibe algún tipo de información del restaurante por correo electrónico, SMS, Facebook, Instagram, etc.	2	2,20	58	64,40	12	13,30	13	14,40	5	5,60	90	100,00
En el restaurante le brinda a Ud. un trato diferenciado (clientes especial).	11	12,20	43	47,80	10	11,10	12	13,30	14	15,60	90	100,00

Fuente. Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

Para poder determinar las características de la competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019, es necesario describir cada una de las dimensiones que componen esta variable. por ello en la tabla 3 denominada: “Características de la competitividad” se pueden identificar 3 dimensiones, donde destacan: ventajas competitivas, innovación y agilidad comercial

Para la dimensión ventaja competitiva, se lograron determinar algunas serios problemas relacionados con el nivel de indecisión de los comensales en cuanto a que los productos de este restaurante, se diferencien de los productos de los competidores (43,3%), están en desacuerdo que este restaurante presenta una mejor propuesta de precios, acorde al bolsillo de los clientes (43,3%); en desacuerdo con respecto a que quienes los atienden hagan uso de la tecnología, para agilizar su estancia en el restaurante y finalmente no están de acuerdo que sea adecuada la diversidad de medios de pago (37,8%).

Para la dimensión innovación, se lograron determinar algunas inconformidades de los comensales, por ejemplo, evidenciaron un nivel de indecisión importantes con respecto a

que el restaurante brinda la posibilidad de acceder a sus productos, por medios tecnológicos (35,6%); no están de acuerdo que los productos que se venden tienen algún elemento distintivo propio de la región donde se vende (42,2%); están indecisos que el servicio de atención al cliente se diferencia de la competencia. (37,8%), y finalmente un 56,7% no concuerda que el personal se esfuerce constantemente para solucionar cualquier problema derivado de la atención en el restaurante.

Para la dimensión agilidad comercial, deberían mejorarse algunos puntos relacionados con la adaptación al cambio; estrategias de marketing digital – seguidores en redes sociales; cantidad de información recibida a los clientes y finalmente trato diferenciado a los clientes fidelizados.

Tras la descripción de las Características de la Competitividad se realizó una medición de los niveles de efectividad de las dimensiones-estrategias de ventaja competitiva, innovación y agilidad comercial y finalmente de la variable gestión de la calidad (ver tabla 4 y figura 2).

Tabla 4
Dimensiones de la Competitividad

	<i>Bajo</i>		<i>Medio</i>		<i>Alto</i>		<i>Total</i>	
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Niv. Ventaja Competitiva	41	45,60	40	44,40	9	10,00	90	100,00
Niv. innovación	34	37,80	48	53,30	8	8,90	90	100,00
Niv. Ag. Comercial	39	43,30	41	45,60	10	11,10	90	100,00
Nivel Competitividad	35	38,90	47	52,20	8	8,90	90	100,00

Fuente. Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

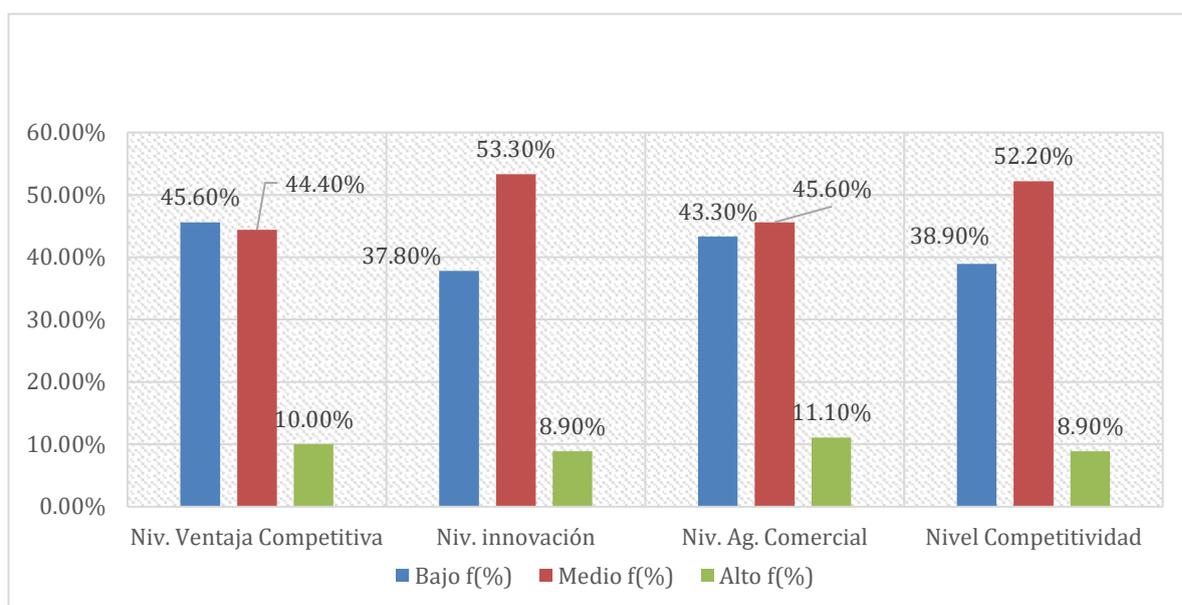


Figura 2. Dimensiones de la competitividad

Con estos hallazgos, se continuó con la descripción de las características de la competitividad y se pudo concluir que las estrategias empleadas no han sido muy efectivas, por ejemplo, en la Tabla 4 y Figura 2, existe un bajo nivel de ventaja competitiva (45,6%), un nivel mediano de innovación (53,6%); un nivel mediano de agilidad comercial (45,6%). Con estos hallazgos, la característica más significativa concluye que el nivel de competitividad es mediano equivalente al 52,2%.

Objetivo general: Determinar en qué situación se encuentra la gestión de la calidad y de la competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

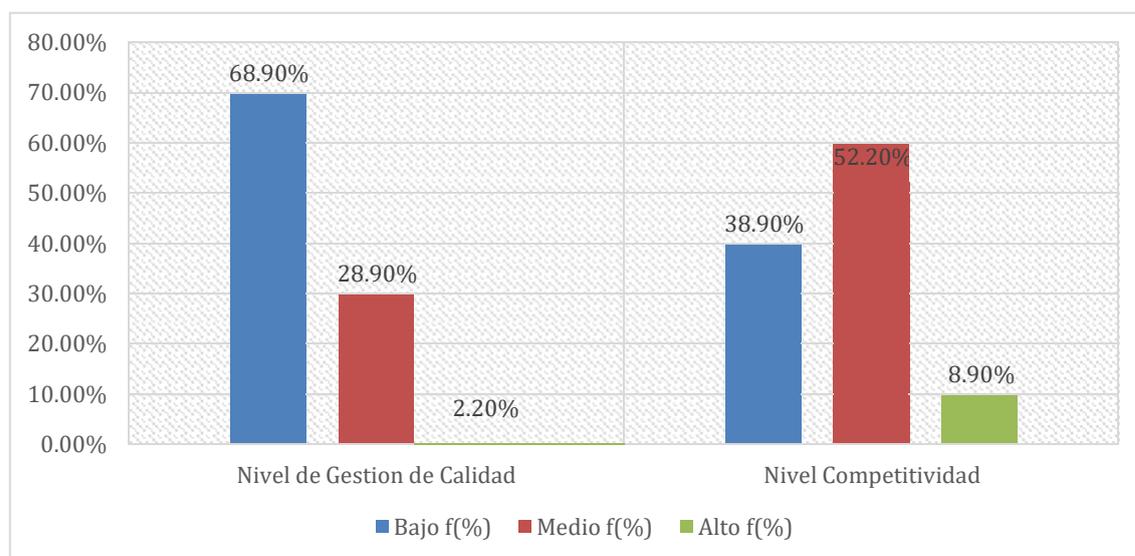
Tabla 5
Nivel de gestión de la calidad y competitividad

	<i>Bajo</i>		<i>Medio</i>		<i>Alto</i>		<i>Total</i>	
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Nivel de Gestión de Calidad	62	68,90	26	28,90	2	2,20	90	100,00
Nivel Competitividad	35	38,90	47	52,20	8	8,90	90	100,00

Fuente. Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

Figura 3. Dimensiones de la competitividad

En la tabla 5 y figura 3, se pudo determinar en qué situación se encuentra la gestión de la calidad y de la competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019. La situación en cuanto a la gestión de la calidad es inadecuada (Nivel bajo- 68,90%) y con respecto a la competitividad se determinó que es media (52,2%).



4.2 Análisis de resultados

Con respecto a la gestión de la calidad de las MYPES investigadas, rubro restaurantes en el sector la Punta Paita – Piura, año 2019.

Tabla 1. Características de la gestión de la calidad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019, El 16.7% manifiestan estar en totalmente de acuerdo con el tiempo que tiene esperar para ser atendido, se constata por los resultados encontrados por Arroyo (2017) quien manifestó que el 21.68% manifestaron estar en totalmente de acuerdo con el trato amable por parte del personal que labora en el restaurante Marako's Grill SAC – Chiclayo.

El 20.00% de los clientes están indecisos con el servicio brindado por el restaurante, de la misma manera Arroyo (2017) quien en su investigación obtuvo un 26.50% en neutral con respecto al trato amable por parte del personal que labora en el restaurante Marako's Grill SAC – Chiclayo.

El 7.8% este desacuerdo con el trato amable y cordial del personal de la Mype constata que Arroyo (2017) que el 12.04% estuvieron en desacuerdo con el trato amable por parte del personal que labora en el restaurante Marako's Grill SAC – Chiclayo.

El 2.2% de los clientes está en totalmente en desacuerdo con la presentación de la carta de productos que la Mype ofrece, Arroyo (2017) quien en su investigación manifiesta que el 09.09% indico estar totalmente en desacuerdo con el trato amable por parte del personal que labora en el restaurante Marako's Grill SAC – Chiclayo.

El 60.00% de los clientes están en desacuerdo con los precios de la carta de productos de la Mype, debido a que no se está respetando los distintos precios que se puedan encontrar dentro de sus cartas, hoy en día las distintas empresas se enfocan solamente en obtener ingresos y están descuidando el servicio en general.

Tabla 2. Dimensiones de la Gestión de la Calidad en el rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

El 10.00% manifiesta que está en nivel muy alto con las ventajas encontradas dentro del restaurante, así mismo Arroyo (2017) nos dice que el 15.66% está totalmente de acuerdo con el ambiente agradable del restaurante Marako's Grill SAC – Chiclayo.

Nos dice que el nivel medio del servicio esperado es de 40.00% de la Mype, de igual manera Arroyo (2017) nos dice que el 54.21% están de acuerdo con el ambiente agradable del restaurante Marako's Grill SAC – Chiclayo.

Con respecto a los principios se obtuvo como resultado un 53.3% nivel bajo por parte de los clientes, mientras tanto Arroyo (2017) nos dice que un 30.12% respondieron de manera neutral con respecto al ambiente agradable del restaurante Marako's Grill SAC – Chiclayo.

Entonces podemos decir que en su mayoría de los clientes se encuentran inconformes con la gestión de calidad del restaurante, los propietarios deberían de tomar en cuenta los resultados mencionado para implementar estrategias de mejora para la Mype.

Objetivo específico N°2: Determinar las características de la Competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019

Tabla 3. Características de la Competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

El 6.7% de los clientes considera que los productos de la Mype se diferencian de la competencia, así mismo Quispe y Huerta (2018) nos dicen que 17.70% de los clientes está Completamente de acuerdo con la variable competitividad de las Mypes Ferreteras Cercado de Arequipa 2018, lo cual no cumple con el grado de competitividad por la mype. El 18.9% está en totalmente desacuerdo con respecto a la propuesta de precios que ofrecen las Mypes, así mismo Quispe y Huerta (2018) obtuvieron como resultado el 13.27% de los clientes ven de manera regular con respecto a la variable competitividad de las Mypes Ferreteras Cercado de Arequipa 2018.

El 43.6% de los clientes está en desacuerdo con respecto al uso adecuado de la tecnología para agilizar la estancia de los clientes en el restaurante, en cuando Quispe y Huerta (2018) consiguieron un resultado Aceptable de 69.03% con respecto a la variable competitividad de las Mypes Ferreteras Cercado de Arequipa 2018.

Se obtuvo como resultado que el 37.8% de los clientes están en desacuerdo con los diversos medios de pago que ofrece las Mypes, de acuerdo a los resultados es conveniente el uso de la tecnología para poder agilizar la estancia de los clientes, que será de mucha ayuda para distintas situaciones que se generen dentro de la mype.

Tabla 4. Dimensiones de la Competitividad de Determinar las características de la Competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

Para la ventaja competitiva se obtuvo un resultado del 10.00% que señala que la Mype tiene un nivel Alto, mientras tanto Quispe y Huerta (2018) obtuvieron como resultado el 17.70% de sus encuestados se encuentran completamente de acuerdo con la ventaja competitiva respecto a las Mypes Ferreteras Cercado de Arequipa 2018.

El 53.3% de los clientes encuestados señala que el nivel de innovación es Medio, mientras que Quispe y Huerta (2018) obtuvieron como resultado el 20.35% de las encuestas aplicadas arrojan que es un resultado Regular de acuerdo con la ventaja competitiva respecto a las Mypes Ferreteras Cercado de Arequipa 2018.

El 11.1% de los clientes encuestados señala un nivel Alto en agilidad comercial de la Mype, con respecto a Quispe y Huerta (2018) se obtuvo que el 60.18% es de nivel aceptable de la de acuerdo con la ventaja competitiva respecto a las Mypes Ferreteras Cercado de Arequipa 2018.

El nivel de competitividad se tiene en un nivel medio con un porcentaje mayor, lo cual indica que las empresas deben seguir enfocándose a seguir innovando para la captación de más clientes y poder diferenciarse de la competencia, los cual les permitirá ampliarse en el mercado y poder seguir mejorando.

Objetivo general: Determinar en qué situación se encuentra la gestión de la calidad y de la competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

Tabla 5. Nivel de Gestión de calidad y Competitividad.

Para el Nivel de Gestión de Calidad se obtuvo como resultado de las 90 personas encuestadas que el 68.9% en un nivel Bajo, 28.9% en un nivel Medio y 2.2% en un nivel Alto. La situación es Inadecuada por lo que se recomienda aplicar nuevas estrategias que les permitan revertir estos resultados negativos y la empresa pueda mejorar en gestión de calidad.

En el Nivel Competitividad de las 90 personas encuestadas se obtuvo como resultado que el 38.9% está en un nivel Bajo, el 52.2% nivel Medio y el 8.9% es de nivel Alta. Por los resultados obtenidos en un nivel Bajo, quiere decir que las Mype se encuentran en un punto de equilibrio donde tiene que mejorar aspectos mencionados para lograr una competitividad adecuada.

Tanto con gestión de calidad como competitividad están en un nivel muy desfasados, lo cual se tiene que corregir en las mypes para que se pueda ver reflejado en distintos aspectos como: mejora la atención, el servicio esperado, la innovación de platillos, etc. Los cuales les permitirá diferenciarse no solo localmente y regional, sino también, a nivel global ya que están en el segundo puerto más importante del Perú.

V. Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

- **Con respecto al objetivo 1**, se concluye que las estrategias empleadas para mejorar la calidad, no han sido muy efectivas, la mayoría consideran que las estrategias- ventajas presentan un nivel bajo de efectividad, en su totalidad un nivel bajo de servicio esperado y en su mayoría de un nivel medio de principios. Con estos hallazgos la característica más significativa concluye que el nivel de gestión de la calidad es bajo.
- **Con respecto al objetivo 2**: se concluye que las estrategias empleadas no han sido muy adecuadas, existe una minoría en el nivel de ventaja competitiva, un nivel mediano de innovación en su mayoría; un nivel mediano de agilidad comercial con inferioridad. Con estos hallazgos, la característica más significativa concluye que el nivel de competitividad es mediano.
- **Con respecto al objetivo general** que consistió en determinar en qué situación se encuentra la gestión de la calidad y de la competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019, concluyendo de manera global, que la situación en que se encuentra la gestión de la calidad es inadecuada y con respecto a la competitividad se determinó que es media , lo cual es en lo que se deben enfocar las mypes para poder superar y así tener una buena gestión de calidad y adecuada competitividad dentro y fuera de la mype.

5.2 Recomendaciones

- **En consideración con el objetivo específico N°1 se propone:** (1). Elaborar un plan anual de innovaciones para la gama de productos y servicios, esto permitirá que las Mypes estén preparadas para poder desarrollar su plan de innovaciones y el cliente este satisfecho. (2). Establecer promedios de atención por cliente y por complejidad del platillo solicitado, esto nos facilitara para una mejor atención de los clientes. (3). Establecer los tiempos de preparación por platillo en la carta de productos, para que nuestros clientes estén satisfechos.
- **En consideración con el objetivo específico N°2 se propone:** (1). Diseñar presentaciones autóctonas u oriundas para los platillos que se ofrecen en la carta de productos. (2). Adecuar los precios de acuerdo al segmento de mercado al que se está dirigido. (3). Incorporar sistema de atención y emisión de facturación digital. (4). Capacitar trimestralmente al talento humano en técnicas de atención al cliente, como estrategia para mejorar el servicio al cliente. (5). Implementar con una base de las ventas por canales online e incorporar el servicio de delivery.
- En relación al objetivo general , se propone la elaboración de un manual de buenas prácticas de gestión de la calidad y competitividad, teniendo en cuenta la opinión de los trabajadores.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Andina (2015). La realidad de las Mypes peruanas. <https://andina.pe/agencia/noticia-el-996-empresas-el-pais-son-micro-pequenas-y-medianas-546824.aspx>
- Arellano Marketing. (2017). Comportamiento digital del consumidor peruano. Recuperado de <http://www.arellanomarketing.com/inicio/arellano-presento-estudiodel-comportamiento-digital-del-consumidor-peruano/>
- Arroyo D. (2017). Diseño de un modelo de gestión de la calidad basado en la herramienta efqm para mejorar la atención al cliente del restaurante Marako's Grill S.A.C. – Chiclayo 2015-2016 http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3351/arroyo_dpc.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Camisón C., Cruz S., Gonzales T. (2016). Gestión De Calidad conceptos, enfoques, modelos y sistemas, <file:///F:/Uladech%20-%202020/Taller%20de%20Investigacion%20II%20-%202020/Libros%20para%20marco%20teorico%20-%20Tesis/gestión-de-la-calidad-%20Cesar%20-%20Sonia%20Cruz%20-%20Tomas%20Gonzalez.pdf>
- Benito, S., Lasierra, J. M., Ortiz, L. P., Trujillo, M. P., & Bichara, J. da S. (2014). Economía del trabajo y política laboral. Ediciones Pirámide.
- Cabrera (2018). Influencia de la gestión financiera en la competitividad de las MYPES comercializadoras de 14 calzado, en el cercado de Arequipa, 2017. (Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa).
- Cañari, A (2017). Las PYMES peruanas en el marco de los acuerdos comerciales. Recuperado de: <https://blogs.usil.edu.pe/relaciones-internacionales/las-pymesperuanas-en-el-marco-de-los-acuerdos-comerciales>
- Escamilla, A. (2015). Modelo de continuidad de una empresa familiar de bienes muebles. Instituto Politécnico Nacional de México. <https://docplayer.es/22588714-Modelo-de-continuidad-de-una-empresa-familiar-de-bienes-muebles.html>
- Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2014) Metodología de la investigación (2014) https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-

roberto_hernandez_sampieri.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), Setiembre (2017). Encuesta Mensual del Sector Servicios. Lima: INEI.
<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-estadistico-delsector-servicios-n-11-noviembre-2017.pdf>

Instituto Nacional de Estadística E Informática, (2018).
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-n-02-demografia-empresarial-i-trim2018_may2018.pdf

Joubert (2020). Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén-Argentina. Universidad de Quilmes.

Karl B. (2018) Impacto de la calidad del servicio en la satisfacción en la micro y pequeña empresa del rubro restaurante de comida criolla en Ñaña, Distrito De Lurigancho Chosica.
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1347/2018_ADYMA_18-1_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Leal, G. Claudia (2015). Hacia un análisis integral de la gestión de calidad y competitividad territorial: el caso del estado de Querétaro, Business School Universidad de Deusto, México.
<https://www.orkestra.deusto.es/images/investigacion/publicaciones/tesis/Analisis-competitividad-Queretaro.pdf>

Lalangui (2019). Evaluación de la calidad del servicio en las Mypes del sector servicio rubro hoteles: caso Pasiones Suites Sac– del Distrito de Zarumilla, 2019. Universidad los Ángeles de Chimbote

Largo S. (2015). Usos y debates del concepto de fiesta popular en Colombia. Antipododo. Rev. Antropólogo. Arqueólogo., http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid

Montalbán R. (2018). caracterización de la gestión de calidad y la competitividad en las mype rubro restaurantes del AA.HH. Almirante Miguel Grau-Piura año 2018
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7870/COMPETITIVIDAD_MYPE_MONTALBAN_RAMOS_FRANK_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Norma internacional ISO 9000 (2015). Sistemas de gestión de calidad, fundamentos y vocabulario <file:///F:/Uladech%20-%202020/Taller%20de%20Investigacion%20II%20->

[%202020/Libros%20para%20marco%20teorico%20-%20Tesis/ISO%209000-2015%20-%20libro.pdf](#)

Polo R. (2018). Auditoria de calidad basada en ISO 22000 para mejorar la calidad del servicio y rentabilidad en el centro recreativo Riosol Eirl
<http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1451/MAE-CON-POL-RUI-2018%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Porter, M. E. (2016). Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Grupo Editorial Patria.

Quispe y Huerta (2018) Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa. En su investigación Influencia de la gestión financiera en la competitividad de las MYPES comercializadoras de 14 calzado, en el cercado de Arequipa, 2017.
http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2575/1/Ediluz%20Ramos_Leidy%20Huerta_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf

Reyes y Vargas (2016). Estrategias para impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa-2015
http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2575/1/Ediluz%20Ramos_Leidy%20Huerta_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf

Sambrano F. (2016). La gestión de la calidad en tiempos difíciles. Grupo Editorial Salcido.

Salgueiro S. (2016). La familia empresaria: Cultura y Valores para la continuidad de la empresa. Universidad Nacional de Mar del Plata
<http://nulan.mdp.edu.ar/2608/1/salgueiro.2016.pdf>

Silva S. (2015). Sistema de gestión de calidad en los servicios y su incidencia en las ventas de la compañía “Gerizim Cia. Ltda.” de la ciudad de Ambato”
file: [///E:/Uladech%20-%202020/Taller%20de%20Investigacion%20II%20-%202020/Antecedentes/Antecedentes%20Internacionales/ANTECEDENTE%20INTERNACIONAL%203.pdf](#)

Solar S., Fong J., Martínez A, Quiñones la Rosa B., (2019) en su programa académico programas “In-House” asesoría de imagen para empresas, lima.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626277/del%20Solar_ss.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tamayo, M. T. y. (2004). El proceso de la investigación científica. Editorial Limusa.

Torres J. (2015) en su Investigación diseñó una guía didáctica de las celebraciones andinas y sus manifestaciones culturales para niñas y niños entre 8 a 12 años de edad de la provincia Chimborazo con ilustraciones infantiles. [file:///C:/Torres Jara Gabriela.pdf](file:///C:/Torres%20Jara%20Gabriela.pdf).

Anexos

Anexo 1. Cronograma de actividades

Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019				Año 2020				Año 2020				Año 2021			
		SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE 00			
1	Elaboración del Proyecto	x															
2	Revisión del proyecto por el jurado de Investigación		x														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			x													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				x												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					x											
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información						x										
7	Elaboración del consentimiento informado							x									
8	Recolección de datos								x								

9	Presentación de resultados										x						
10	Análisis e Interpretación de los resultados											x					
11	Redacción del informe Preliminar												x				
12	Revisión del informe final de a tesis por el Jurado de Investigación													x			
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación														x	x	
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																x
15	Redacción de artículo científico																x

ANEXO 2.- PRESUPUESTO

Tabla 1. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.20	500	100.00
• Fotocopias	0.10	100	10.00
• Empastado	12.00	1	12.00
• Papel bond A4 (500 hojas)	10.00	1	10.00
• Lapiceros	3.00	4	12.00
• Laptop	1	2000	2000
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
• Pago de pensiones	280.00	4	1,120.00
Sub total			3,364.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	60.00	10	600.00
Sub total			600.00
Total de presupuesto desembolsable			3,964.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	5	200.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			440.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (9 horas por semana)	280.00	4	1120.00
Sub total			1120.00
Total de presupuesto no desembolsable			1560.00
Total (S/.)			5,524.00

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario dirigido al cliente



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

N° _____

Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta, por lo que se le agradece complete todo el cuestionario el cual tiene un carácter confidencial.

Este cuestionario está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la **GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL SECTOR LA PUNTA PAITA – PIURA – 2019**

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación. Muchas gracias.

DATOS GENERALES:

Edad: 18 a 23 años () 24 a 29 años () 30 a 35 años () 36 a 41 años () más de 42 años ()

Género: Femenino () Masculino ()

Nivel de instrucción: Sin estudios () Primaria () Secundaria () Superior ()

Escala de medición consta:

(5) TOTALMENTE DE ACUERDO - (4) DE ACUERDO - (3) INDECISO - (2) EN DESACUERDO - (1) TOTALMENTE EN DESACUERDO

VARIABLE: GESTIÓN DE LA CALIDAD

DATOS ESPECÍFICOS

Sexo:

Edad:

Grado de instrucción:

VENTAJAS		Totalment e de Acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		5	4	3	2	1
1	Considera que los productos que se ofrecen en el restaurante, son innovadores.					
2	Ud. se siente satisfecho con la atención que le brindan en el restaurante.					
3	En el restaurante, hacen uso de la tecnología para atender mejor al cliente.					
4	El sistema de atención que le brindan es oportuno (rápido)					
SERVICIO ESPERADO		Totalment e de Acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		5	4	3	2	1

5	Es adecuado el tiempo que tiene esperar para ser atendido (desde que ingresa al local, hasta que se retira)					
6	el restaurante le brinda un servicio confiable.					
7	El personal que lo atiende, le brinda un trato amable y cordial.					
8	La carta de productos describe adecuadamente cada uno de los platillos.					
9	Se respetan los precios de la carta de productos.					
10	El restaurante valora su opinión como cliente.					
	PRINCIPIO	Totalment e de Acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		5	4	3	2	1
11	Durante su estancia en el restaurante, Ud. Considera que los trabajadores, están liderados por alguna persona.					
12	Considera que el ambiente laboral en este restaurante es saludable para los trabajadores.					
13	Ud. considera que quienes lo atendieron, están comprometidos con su centro de trabajo (restaurante).					
14	Con frecuencia se mejora la variedad de productos en el restaurante.					
15	Los precios suelen adecuarse según la situación económica de los clientes.					



Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta, por lo que se le agradece complete todo el cuestionario el cual tiene un carácter confidencial.

Este cuestionario está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la **GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL SECTOR LA PUNTA PAITA – PIURA – 2019**

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación. Muchas gracias.

DATOS GENERALES:

Edad: 18 a 23 años () 24 a 29 años () 30 a 35 años () 36 a 41 años () más de 42 años ()

Género: Femenino () Masculino ()

Nivel de instrucción: Sin estudios () Primaria () Secundaria () Superior ()

Escala de medición consta:

(5) TOTALMENTE DE ACUERDO - (4) DE ACUERDO - (3) INDECISO - (2) EN DESACUERDO - (1) TOTALMENTE EN DESACUERDO

VARIABLE: COMPETITIVIDAD

DATOS ESPECÍFICOS

Sexo:

Edad:

Grado de instrucción:

VENTAJA COMPETITIVA		Totalmente de Acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		5	4	3	2	1
1	Ud. considera que los productos de este restaurante, se diferencian de los productos de los competidores.					
2	Este restaurante presenta una mejor propuesta de precios, acorde al bolsillo de los clientes.					
3	Quienes lo atendieron hicieron uso de la tecnología, para agilizar su estancia en el restaurante.					
4	Poseen diversos medios de pago (Visa, Yape, Izy Pay, o diversa índole)					
INNOVACIÓN		Totalmente de Acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en

						desacuerdo
		5	4	3	2	1
5	El restaurante brinda la posibilidad de acceder a sus productos, por medios tecnológicos (Redes sociales, web, celular, etc).					
6	Los productos que se venden tienen algún elemento distintivo propio de la región donde se vende.					
7	Ud. considera que el servicio de atención al cliente se diferencia de la competencia.					
8	Ud. siente que el personal se esfuerza constantemente para solucionar cualquier problema derivado de la atención en el restaurante.					
AGILIDAD COMERCIAL		Totalmente de Acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		5	4	3	2	1
9	Ud. considera que el éxito de este restaurante está en la capacidad que tiene para adaptarse a los cambios del mercado.					
10	Ud. es seguidor de este restaurante a través de redes sociales.					
11	Recibe algún tipo de información del restaurante por correo electrónico, SMS, Facebook, Instagram, etc.					
12	En el restaurante le brinda a Ud. un trato diferenciado (clientes especial).					

Anexo 4.-Validación de expertos



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: MOGOLLON GARCIA FRANCISCO

SEGUNDO

I.2. Grado Académico: Mba. Gerencia Gubernamental

I.3. Profesión: Administrador de empresas

I.4. Institución donde labora: Universidad César Vallejo

I.5. Cargo que desempeña: Docente Tiempo Completo

I.6. Denominación del instrumento: Escala de Gestión de Calidad

I.7. Autor del instrumento: Diseñado por el alumno

I.8. Carrera: Escuela Profesional de Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la Gestión de Calidad

Nº de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: VENTAJAS							
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
4	x		x		x		
Dimensión 2: SERVICIO ESPERADO							
5	x		x		x		
6	x		x		x		
7	x		x		x		
8	x		x		x		

9	x		x		x		
10	x		x		x		
Dimensión 3: PRINCIPIOS							
11	x		x		x		
12	x		x		x		
13	x		x		x		
14	x		x		x		
15	x		x		x		

Francisco Mogollon

MOGOLLON GARCIA FRANCISCO SEGUNDO
DNI: 42228259



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: MOGOLLON GARCIA FRANCISCO

SEGUNDO

I.2. Grado Académico: Mba. Gerencia Gubernamental

I.3. Profesión: Administrador de empresas

I.4. Institución donde labora: Universidad César Vallejo

I.5. Cargo que desempeña: Docente Tiempo Completo

I.6. Denominación del instrumento: COMPETITIVIDAD

I.7. Autor del instrumento: Diseñado por el alumno

I.8. Carrera: Escuela Profesional de Administración

II. Ítems correspondientes a la COMPETITIVIDAD

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: VENTAJA COMPETITIVA							
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
4	x		x		x		
Dimensión 2: INNOVACIÓN							
5	x		x		x		
6	x		x		x		
7	x		x		x		
8							
Dimensión 3: AGILIDAD COMERCIAL							
9	x		x		x		

10	x		x		x		
11	x		x		x		
12	x		x		x		

Otras observaciones generales:



MOGOLLON GARCIA FRANCISCO SEGUNDO
DNI: 42228259



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I.DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del informante: GIVES MUJICA EDDY WILLIAM
- 1.2 Grado Académico: Administrador de Empresas/ Doctorado en Ciencias Contables
- 1.3 Profesión: Administrador de empresas
- 1.4 Institución donde labora: Universidad Nacional de Piura
- 1.5 Cargo que desempeña: Docente Principal
- 1.6 Denominación del instrumento: Escala de Gestión de Calidad
- 1.7 Autor del instrumento: Diseñado por el alumno
- 1.8 Carrera: Escuela Profesional de Administración

2 VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la Gestión de Calidad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: VENTAJAS							
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
4	x		x		x		
Dimensión 2: SERVICIO ESPERADO							
5	x		x		x		
6	x		x		x		
7	x		x		x		
8	x		x		x		
9	x		x		x		
10	x		x		x		

Dimensión 3: PRINCIPIOS							
11	x		x		x		
12	x		x		x		
13	x		x		x		
14	x		x		x		
15	x		x		x		



GIVES MUJICA EDDY WILLIAM
DNI: 02655720



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del informante: GIVES MUJICA EDDY WILLIAM
- 1.2 Grado Académico: Administrador de Empresas/ Doctorado en Ciencias Contables
- 1.3 Profesión: Administrador de empresas
- 1.4 Institución donde labora: Universidad Nacional de Piura
- 1.5 Cargo que desempeña: Docente Principal
- 1.6 Denominación del instrumento: COMPETITIVIDAD
- 1.7 Autor del instrumento: Diseñado por el alumno
- 1.8 Carrera: Escuela Profesional de Administración

II. Ítems correspondientes a la COMPETITIVIDAD

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: VENTAJA COMPETITIVA							
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
4	x		x		x		
Dimensión 2: INNOVACIÓN							
5	x		x		x		
6	x		x		x		
7	x		x		x		
8							
Dimensión 3: AGILIDAD COMERCIAL							
9	x		x		x		
10	x		x		x		
11	x		x		x		

12	x		x		x		
----	---	--	---	--	---	--	--

Otras observaciones generales:



GIVES MUJICA EDDY WILLIAM
DNI: 02655720



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I.DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y nombres del informante: BECERRA ROJAS LINDA DIANA

1.2 Grado Académico: MBA Gerencial-Administración Estratégica de Negocios

1.3 Profesión: Contador Publico

1.4 Institución donde labora: Universidad Tecnológica del Perú

1.5 Cargo que desempeña: Docente Tiempo parcial

1.6 Denominación del instrumento: Escala de Gestión de Calidad

1.7 Autor del instrumento: Diseñado por el alumno

1.8 Carrera: Escuela Profesional de Administración

II.VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la Gestión de Calidad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: VENTAJAS							
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
4	x		x		x		
Dimensión 2: SERVICIO ESPERADO							
5	x		x		x		
6	x		x		x		
7	x		x		x		

8	x		x		x		
9	x		x		x		
10	x		x		x		
Dimensión 3: PRINCIPIOS							
11	x		x		x		
12	x		x		x		
13	x		x		x		
14	x		x		x		
15	x		x		x		



BECERRA ROJAS LINDA DIANA

DNI 40908628



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y nombres del informante: BECERRA ROJAS LINDA DIANA

1.2 Grado Académico: MBA Gerencial-Administración Estratégica de Negocios

1.3 Profesión: Contador publico

1.4 Institución donde labora: Universidad Tecnológica del Perú

1.5 Cargo que desempeña: Docente tiempo parcial

1.6 Denominación del instrumento: Escala de Competitividad

1.7 Autor del instrumento: Diseñada por el investigador.

1.8 Carrera: Escuela Profesional de Administración

II. Ítems correspondientes a la COMPETITIVIDAD

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: VENTAJA COMPETITIVA							
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
4	x		x		x		
Dimensión 2: INNOVACIÓN							
5	x		x		x		
6	x		x		x		
7	x		x		x		
8							
Dimensión 3: AGILIDAD COMERCIAL							

9	x		x		x		
10	x		x		x		
11	x		x		x		
12	x		x		x		

Otras observaciones generales:



BECERRA ROJAS LINDA DIANA

DNI 40908628

Anexo 5.- Confiabilidad de los instrumentos

**GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL SECTOR LA
PUNTA PAITA – PIURA – 2019**

I. DATOS INFORMATIVOS: ESCALA – GESTIÓN DE LA CALIDAD

I.1. ESTUDIANTE	IBARBURU CARCAMO, MICHAEL ANDERSON. ORCID 0000-0001-6196-2123X
I.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL SECTOR LA PUNTA PAITA – PIURA – 2019
I.3. FACULTAD :	FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS - ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
I.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	ALPHA DE CRONBACH
I.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	KR-20 kuder Richardson ()
	Alfa de Cronbach. (X)
I.6. FECHA DE APLICACIÓN :	XX/XX/2020
I.7. MUESTRA APLICADA :	10% Muestra

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.835
---	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Items iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)

--

GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL SECTOR LA PUNTA PAITA – PIURA – 2019

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	9	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	9	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de	Cronbach	N de
	h	elementos
,835		15

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Considera que los productos que se ofrecen en el restaurante, son innovadores.	49,11	91,111	,515	,832
Ud. se siente satisfecho con la atención que le brindan en el restaurante.	49,11	91,111	,515	,832
En el restaurante, hacen uso de la tecnología para atender mejor al cliente.	50,00	72,000	,663	,810

El sistema de atención que le brindan es oportuno (rápido)	51,89	89,111	,324	,833
Es adecuado el tiempo que tiene esperar para ser atendido (desde que ingresa al local, hasta que se retira)	51,67	94,500	-,036	,845
el restaurante le brinda un servicio confiable.	49,56	96,778	-,176	,854
El personal que lo atiende, le brinda un trato amable y cordial.	51,33	76,500	,702	,808
La carta de productos describe adecuadamente cada uno de los platillos.	50,00	72,000	,663	,810
Se respetan los precios de la carta de productos.	52,00	75,750	,809	,802
El restaurante valora su opinión como cliente.	50,00	72,000	,663	,810
Durante su estancia en el restaurante, Ud. Considera que los trabajadores, están liderados por alguna persona.	49,78	76,194	,731	,806
Considera que el ambiente laboral en este restaurante es saludable para los trabajadores.	49,33	85,000	,461	,826
Ud. considera que quienes lo atendieron, están comprometidos con su centro de trabajo (restaurante).	51,33	84,000	,451	,826

Con frecuencia se mejora la variedad de productos en el restaurante.	49,56	96,778	-,176	,854
Los precios suelen adecuarse según la situación económica de los clientes.	51,33	76,500	,702	,808

GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL SECTOR LA PUNTA PAITA – PIURA – 2019

I. DATOS INFORMATIVOS: ESCALA – COMPETITIVIDAD

1.1 ESTUDIANTE	IBARBURU CARCAMO, MICHAEL ANDERSON. ORCID 0000-0001-6196-2123X
1.2 TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL SECTOR LA PUNTA PAITA – PIURA – 2019
1.3 FACULTAD :	FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS - ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
1.4 TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	ALPHA DE CRONBACH
1.5 COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	KR-20 kuder Richardson ()
	Alfa de Cronbach. (X)
1.6 FECHA DE APLICACIÓN :	XX/XX/2020
1.7 MUESTRA APLICADA :	10% Muestra

2 CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.782
---	--------------

3 DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)

75

GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL SECTOR LA PUNTA PAITA – PIURA – 2019

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	9	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	9	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,782	12

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
El restaurante brinda la posibilidad de acceder a sus productos, por medios tecnológicos (Redes sociales, web, celular, etc).	38,11	51,861	,422	,778
Los productos que se venden tienen algún elemento distintivo propio de la región donde se vende.	38,11	51,861	,422	,778

Ud. considera que el servicio de atención al cliente se diferencia de la competencia.	39,00	34,750	,796	,710
Ud. siente que el personal se esfuerza constantemente para solucionar cualquier problema derivado de la atención en el restaurante.	41,11	51,861	,422	,778
El restaurante brinda la posibilidad de acceder a sus productos, por medios tecnológicos (Redes sociales, web, celular, etc).	40,67	54,250	-,072	,800
Los productos que se venden tienen algún elemento distintivo propio de la región donde se vende.	38,56	58,528	-,393	,827
Ud. considera que el servicio de atención al cliente se diferencia de la competencia.	40,67	46,750	,457	,763
Ud. siente que el personal se esfuerza constantemente para solucionar cualquier problema derivado de la atención en el restaurante.	39,00	34,750	,796	,710
Ud. considera que el éxito de este restaurante está en la capacidad que tiene para adaptarse a los cambios del mercado.	41,33	47,000	,985	,748
Ud. es seguidor de este restaurante a través de redes sociales.	39,00	34,750	,796	,710

Recibe algún tipo de información del restaurante por correo electrónico, SMS, Facebook, Instagram, etc.	38,78	38,444	,859	,711
En el restaurante le brinda a Ud. un trato diferenciado (clientes especial).	38,67	50,500	,093	,805

Anexo 6.- Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
“AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA”

Paita, 29 de enero 2021

OFICIO s/n° - 2021-ULADECH CATÓLICA

Sr(a). Bozidar Vladimir Seselja Álvarez

Dueño de micro y pequeña empresa “Restaurant Bvlass ex Grifo”

Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, IBARBURU CARCAMO, MICHAEL ANDERSON con código de matrícula N° 0811182645, de la Carrera Profesional de administración, ciclo octavo, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado “Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE rubro Restaurantes en el Sector la Punta, Paita – Piura 2019”, durante los meses de enero y febrero del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su micro y pequeña empresa. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Bozidar Vladimir Seselja Álvarez
Apellidos y Nombres

DNI: 46149650



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de esta carta es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación en el rubro Restaurantes se titula: Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE rubro Restaurantes en el Sector la Punta, Paita – Piura 2019. y es dirigido por IBARBURU CÁRCAMO, MICHAEL ANDERSON investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: En qué situación se encuentra la gestión de la calidad y la competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de manera directa. Si desea, también podrá escribir al correo maic_010@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Bozidar Vladimir Seselja Álvarez

Fecha: 29 de Enero, 2021.

Correo electrónico: bvlass@hotmail.com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Mi nombre es IBARBURU CÁRCAMO, MICHAEL ANDERSON y estoy haciendo mi investigación, la participación de cada uno de ustedes es voluntaria.

A continuación, te presento unos puntos importantes que debes saber antes de aceptar ayudarme:

- Tu participación es totalmente voluntaria. Si en algún momento ya no quieres seguir participando, puedes decírmelo y volverás a tus actividades.
- La conversación que tendremos será de 10 minutos máximos.
- En la investigación no se usará tu nombre, por lo que tu identidad será anónima.
- Tu jefe ya ha sido informado sobre mi investigación y están de acuerdo con que participes si tú también lo deseas.

Te pido que marques con un aspa (x) en el siguiente enunciado según tu interés o no de participar en mi investigación.

¿Quiero participar en la investigación de Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE rubro Restaurantes en el Sector la Punta, Paita – Piura 2019?	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
---	---	--------------------------------

Fecha: 29 de enero 2021.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA”

Paita, 29 de enero 2021

OFICIO s/n° - 2021-ULADECH CATÓLICA

Sr(a).

Ana Paola Carozzi Quintanilla

Dueño de micro y pequeña empresa “Restaurant Hospedaje Marina del Bay”

Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, IBARBURU CARCAMO, MICHAEL ANDERSON con código de matrícula N° 0811182645, de la Carrera Profesional de administración, ciclo octavo, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado “Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE rubro Restaurantes en el Sector la Punta, Paita – Piura 2019”, durante los meses de enero y febrero del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su micro y pequeña empresa. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Ana Paola Carozzi Quintanilla
Apellidos y Nombres

DNI: 02878348



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de esta carta es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación en el rubro Restaurantes se titula: Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE rubro Restaurantes en el Sector la Punta, Paita – Piura 2019. y es dirigido por IBARBURU CÁRCAMO, MICHAEL ANDERSON investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: En qué situación se encuentra la gestión de la calidad y la competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de manera directa. Si desea, también podrá escribir al correo maic_010@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Ana Paolo Carozzi Quintanilla

Fecha: 29 de Enero, 2021.

Correo electrónico: apcarozzi@gmail.com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Mi nombre es IBARBURU CÁRCAMO, MICHAEL ANDERSON y estoy haciendo mi investigación, la participación de cada uno de ustedes es voluntaria.

A continuación, te presento unos puntos importantes que debes saber antes de aceptar ayudarme:

- Tu participación es totalmente voluntaria. Si en algún momento ya no quieres seguir participando, puedes decírmelo y volverás a tus actividades.
- La conversación que tendremos será de 10 minutos máximos.
- En la investigación no se usará tu nombre, por lo que tu identidad será anónima.
- Tu jefe ya ha sido informado sobre mi investigación y están de acuerdo con que participes si tú también lo deseas.

Te pido que marques con un aspa (x) en el siguiente enunciado según tu interés o no de participar en mi investigación.

¿Quiero participar en la investigación de Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE rubro Restaurantes en el Sector la Punta, Paita – Piura 2019?	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
---	---	--------------------------------

Fecha: 29 de enero 2021.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA”

Paita, 29 de enero 2021

OFICIO s/n° - 2021-ULADECH CATÓLICA

Sr(a).

Marcial Manrique Silva

Dueño de micro y pequeña empresa “Restaurant Hospedaje El Arrecife”

Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, IBARBURU CARCAMO, MICHAEL ANDERSON con código de matrícula N° 0811182645, de la Carrera Profesional de administración, ciclo octavo, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado “Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE rubro Restaurantes en el Sector la Punta, Paita – Piura 2019”, durante los meses de enero y febrero del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su micro y pequeña empresa. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Manrique Silva Marcial
Apellidos y Nombres

DNI: 03839740



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de esta carta es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación en el rubro Restaurantes se titula: Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE rubro Restaurantes en el Sector la Punta, Paita – Piura 2019. y es dirigido por IBARBURU CÁRCAMO, MICHAEL ANDERSON investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: En qué situación se encuentra la gestión de la calidad y la competitividad de las MYPES, rubro restaurantes, en el Sector la Punta parte baja Paita - Piura, año 2019.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de manera directa. Si desea, también podrá escribir al correo maic_010@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Marcial Manrique Silva

Fecha: 29 de Enero, 2021.

Correo electrónico: sergeman001@hotmail.com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Mi nombre es IBARBURU CÁRCAMO, MICHAEL ANDERSON y estoy haciendo mi investigación, la participación de cada uno de ustedes es voluntaria.

A continuación, te presento unos puntos importantes que debes saber antes de aceptar ayudarme:

- Tu participación es totalmente voluntaria. Si en algún momento ya no quieres seguir participando, puedes decírmelo y volverás a tus actividades.
- La conversación que tendremos será de 10 minutos máximos.
- En la investigación no se usará tu nombre, por lo que tu identidad será anónima.
- Tu jefe ya ha sido informado sobre mi investigación y están de acuerdo con que participes si tú también lo deseas.

Te pido que marques con un aspa (x) en el siguiente enunciado según tu interés o no de participar en mi investigación.

¿Quiero participar en la investigación de Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE rubro Restaurantes en el Sector la Punta, Paita – Piura 2019?	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
---	---	--------------------------------

Fecha: 29 de enero 2021.