



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN
LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO
CEVICHERIAS DEL P.J. MIRAFLORES BAJO DE LA
CIUDAD DE CHIMBOTE, AÑO 2013.”**

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

AUTOR:

Br. TORRES RISCO JOSE MIGUEL.

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARÍAS CENTURIÓN MEDINA.

**CHIMBOTE - PERÚ
2016.**

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Dr. Santos Felipe Llenque Tume.

Presidente

Mgr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro.

Secretario

Mgr. Miguel Ángel Limo Vásquez.

Miembro

Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina.

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fuerza necesaria y brindarme la sabiduría suficiente para poder culminar de manera satisfactoria mi trabajo de investigación.

A mi madre, por el apoyo incondicional que me brinda y por ser el motor y motivo para culminar uno de mis objetivos en esta vida, agradecer también su confianza puesta en mí.

Al asesor, Doctor en administración Centurión Medina Reinerio por la comprensión y el tiempo que me brindo para poder culminar mi proyecto de Tesis.

DEDICATORIA

Con mucho cariño, a mí
Madre y demás familiares
quienes me apoyaron y
confiaron en mí siempre
este primer objetivo va
para ustedes familia.

A mis amigos, docentes y
familiares por el apoyo
incondicional que siempre
me brindaron para culminar
satisfactoriamente este
proyecto.

RESUMEN

La presente investigación, tuvo por objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio - rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. La investigación que se desarrolló fue un diseño no experimental transversal, descriptivo, se utilizó una muestra poblacional dirigida a 18 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas, obteniendo estos resultados: El 77.8% de los representantes son hombres, el 44.4% tienen estudios básicos. MYPES; el 50% tienen 1 a 10 trabajadores, el 72.22% tienen 5 años a más en el rubro. Gestión de calidad; el 61.1 % no tiene conocimientos de técnicas de gestión, el 83.3 % sigue un plan estratégico , el 77.8 % percibe que aplicar la Gestión de Calidad ayuda a lograr los objetivos , el 38.9 % ha logrado obtener clientes satisfechos, el 44.4% ha desarrollado su tiempo gerencial el área de RR.HH. Concluyendo que los representantes de las MYPES del sector servicio - rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. En su mayoría son hombres y poseen estudios básicos. Tienen 1 a 10 trabajadores para minimizar costos y tienen 5 años a más en el rubro. Afirman que desconocen sobre técnicas de gestión, pero aseguran que persiguen un plan estratégico frente a su competencia, confirmando que aplicar una gestión de calidad ayuda a lograr los objetivos, obteniendo clientes satisfechos, dándole valor al recurso humano como eje principal de la organización.

Palabras claves: MYPES, Gestión de calidad.

ABSTRACT

This research objective was to determine the main characteristics of quality in the MYPES of the sector management service - industry the low Miraflores P.J. cevicherías Chimbote city, 2013. The research that is development was a design not experimental-transverse, descriptive, is use a shows population directed to 18 MYPES, to who is them apply a questionnaire of 15 questions, obtaining these results: the 77.8% of those representatives are men, the 44.4% have studies Basic. MYPES; 50% have 1 to 10 workers, the 72.22% have 5 years to more in the field. Quality management; the 61.1% do not have knowledge of techniques of management, the 83.3% follows a strategic plan, 77.8% perceive that applying quality management helps to achieve the objectives, that the 38.9% has managed to get satisfied customers, the 44.4% has developed its management time área RR.HH. Concluding that representatives of MYPES of the sector service - industry the low Miraflores P.J. cevicherías city of chimbote, 2013. In their majority are men and have studies Basic. Have 1 to 10 workers to minimizing costs and have 5 years to more in the field. They claim that they are unaware of technical management, but ensure that they pursue a strategic versus your competition plan, confirming that implement quality management helps to achieve the objectives, achieving satisfied customers, giving value to the human resources as the main focus of the organization.

Key words: MYPES, quality management.

CONTENIDO

	Pág.
1. Título de la tesis	i
2. Jurado evaluador y asesor	ii
3. Agradecimiento	iii
4. Dedicatoria	iv
5. Resumen	v
6. Abstract	vi
7. Contenido	vii
8. Índice de tablas y gráficos	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	14
2.1. Antecedentes	14
2.2. Bases teóricas	17
2.3. Marco conceptual	29
III. METODOLOGÍA	32
3.1. Diseño de investigación	32
3.2. Población y muestra	32
3.3. Definición y operacionalización de la variable e indicadores	33
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
3.5. Plan de análisis	36
3.6. Matriz de consistencia	36
3.7. Principios éticos	38
IV. RESULTADOS	39
4.1. Resultados	49
4.2. Análisis de resultados	42
V. CONCLUSIONES	48
Referencias bibliográficas	49
Anexos	52

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Nº de Pág.

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.....	39
Tabla 2. Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.....	40
Tabla 3. Características de la gestión de la calidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.....	41

Figuras

Figura Nº 1: Sexo del encuestado	61
Figura Nº 2: Edad del encuestado.....	61
Figura Nº 3: Grado de instrucción del encuestado.....	62
Figura Nº 4 : Numero de trabajadores en la empresa	62
Figura Nº 5: Tiempo de actividad de la empresa.....	63
Figura Nº 6: Conoce técnicas de gestión empresarial.....	63
Figura Nº 7: Que técnicas de gestión reconoce.....	64
Figura Nº 8: Como se presenta ante sus colaboradores	64
Figura Nº 9: Sigue un plan de negocios estratégico.....	65
Figura Nº 10: Plato de mayor acogida	65
Figura Nº 11: Días de mayor concurrencia	66
Figura Nº 12: Estándares de calidad en su empresa	66
Figura Nº 13: La gestión de calidad ayuda a cumplir los objetivos.....	67
Figura Nº 14: Resultados logrados con la aplicación de la Gestión de calidad.....	67
Figura Nº 15: Área de desarrollo	68

I. INTRODUCCIÓN

Las MYPES juegan un rol importante en la economía de los países en general ya que son generadoras de empleo, mejoran la calidad de vida de las personas y generan desarrollo en el país, hoy en día existen diversos problemas que las aquejan y es que el mercado es cambiante en un mundo globalizado, es por ello que la gestión de calidad influye para un mejor funcionamiento de todos sus procesos ya sea de un producto o servicio, buscando siempre la satisfacción del cliente y mantener constante su participación en el mercado. Según **(Del Olmo 2009)**, las PYMES en Europa conforman el núcleo del tejido empresarial tienen un afán de desarrollo y crecimiento, al cual no son ajenas las PYMES españolas. Existen dificultades y obstáculos a los que enfrentarse, tanto por las condiciones socio-económicas como por la complejidad propia de los mercados.

La importancia de las PYMES para la economía española, tanto desde el punto de vista del empleo, de su participación en el PIB, o desde cualquier otro aspecto, exige no solo la continuidad sino también el reforzamiento de las políticas de apoyo a las pequeñas y medias empresas. El entorno donde se desenvuelven las PYMES es cada día más complejo, los mercados avanzan progresivamente hacia una mayor globalización. Para su definición y diseño es necesario profundizar en la evaluación y seguimiento de las mismas, incorporando los instrumentos técnicos necesarios que permitan cuantificar o cualificar sus efectos, y valorar aspectos tan esenciales como su oportunidad, su eficacia o su eficiencia, pudiendo determinar el grado de cumplimiento de los objetivos que fueron planteados. Tanto los Sistemas de Gestión como de Calidad ayudan a centrar, organizar y sistematizar los procesos, proporcionando productos/servicios que satisfacen los requisitos del cliente. Constituyen rentables inversiones destacando, especialmente la mejora de la eficiencia interna, además de transmitir al mercado la imagen y confianza adecuada.

Por otra parte en Costa Rica Según **(Meic 2015)**, en conjunto con la Unión Europea firmaron un convenio, que tiene como fin mejorar la competitividad, la calidad y promover la internacionalización de las pymes, creando una plataforma de información para pymes fortaleciendo el sistema de calidad.

Cuyo objetivo es contribuir al aumento de la participación de la PYME en el mercado internacional, por medio de una mejor demostración del cumplimiento de requisitos y estándares de calidad internacionales, acceso a sistemas de información sobre los requerimientos técnicos para exportar al mercado de la Unión Europea, formación de pequeñas y medianas empresas, fortalecimiento de la infraestructura de los laboratorios, los recursos humanos y técnicos vinculados a los procesos de internacionalización.

A su vez (**Quintero 2014**), afirma que en Colombia las Pequeñas y Medianas empresas abarcan un 70% de la economía Colombiana y son las causantes del incremento de empleos en la nación, es por ello que surge la necesidad de brindarles herramientas las cuales les permitan mejorar no solo sus volúmenes de ventas, sino también la calidad de los productos o servicios ofrecidos para mantenerse en el mercado con un grado mayor de competitividad, para esto se les ofrece la adopción del sistema de gestión de calidad en las organizaciones que consiste en una estructura operacional de trabajo, bien documentada e integrada a los procedimientos técnicos y de administración, en áreas de encontrar no solo los puntos críticos de la organización o los famosos cuellos de botella, sino a su vez diseñar los medios de control facilitadores del mejoramiento continuo, junto con la competitividad y la calidad inmersa dentro de todos los procesos de la compañía.

Las MIPYMES Colombianas muestran la importancia de estas compañías en la economía del país debido a la alta participación de estas, en el incremento de puestos de trabajo y la producción de bienes y servicios que permiten el movimiento de los mercados, con relación a esto surge la necesidad de brindarles herramientas que le permitan mejorar la calidad de su producción y con ello la permanencia en el mercado, por medio de la adopción de un sistema de gestión de calidad como herramienta gerencial.

Por otra parte (**Benzaquen 2006**), afirma que en Perú, en los 80's se comienza a considerar a la calidad como una herramienta de gestión de suma importancia.

Así, en 1989 se crea el Comité de Gestión de la Calidad. Durante los 90' se buscó implementar medidas que insertarán al Perú dentro del comercio internacional, en base a ello se optó por brindar la libre circulación a los bienes nacionales e importados.

Lamentablemente debido a que no se establecieron ni los niveles mínimos de calidad, ni el cumplimiento de estándares para determinados productos; el Perú se vio enfrentado al problema de la informalidad y con ello la propagación de productos de baja calidad en los mercados del país.

Por otra parte (**Hernandez 2011**), nos dice que en el Perú la falta de desarrollo de las MYPES, requiere la correspondiente solución, la misma que viene mediante la aplicación de un modelo de gestión empresarial que dispone de documentos normativos, políticas, estrategias, acciones, metas, objetivos, evaluaciones y todo lo necesario que incida en el desarrollo de las MYPES.

Cuya base para lograr el desarrollo de las MYPES, parte de una adecuada gestión empresarial. Como parte de esta gestión, se incluye la gestión de recursos humanos, la gestión de los recursos financieros y la gestión de los recursos materiales de las empresas. Una gestión empresarial, encamina a las MYPES a lograr sus metas, objetivos, misión y visión empresarial. La gestión empresarial toma decisiones bien informadas, sobre los costos y beneficios de la empresa.

A su vez (**Diario el Peruano 2010**), nos dice que es necesario que las micro y pequeñas empresas esten ávidas de recibir la capacitación que sea necesaria para mejorar su competitividad y, con ello, lograr una mejor participación en el mercado interno y proyectarse a nuevas plazas en el exterior. Asimismo, tienen entre sus objetivos aprovechar, en la medida de lo posible, las ventajas obtenidas de los acuerdos comerciales que suscribe el Gobierno con los más importantes mercados del mundo. Este interés explica que más de 4,800 empresarios de la mype hayan participado, a la fecha en los talleres denominados “Jueves Empresariales”, organizados por la dirección “Mi Empres del Ministerio de la Producción” (Produce). Hay que resaltar que estos talleres se realizan no solo en Lima sino también en 16 Regiones. El objetivo de estos talleres es que los asistentes intercambien opiniones con los especialistas en temas de formalización, financiamiento, calidad y certificación, compras estatales, asociatividad y cooperativas.

Como bien sabemos las mypes son fuente de desarrollo y crecimiento para un país pero dentro de su contexto se encuentran inmersas en ciertas dificultades ya sea por el mercado cambiante o las políticas de apoyo que no reciben, en su afán de crecer las mypes deberían aplicar técnicas de gestión de calidad que generen una imagen que transmita seguridad y confianza para sus clientes, esto se lograra aplicando calidad a todos sus procesos de producción o servicio.

En algunos casos los convenios que se hacen entre estados (países), es para brindar apoyo e información que son beneficiosos tanto para los países como para las mypes en su afán de crecer, el estado invierte buscando un desarrollo a través del fortalecimiento de infraestructura, recursos humanos y de calidad que les permitan ser competitivas, por otra parte el estado apoya porque son fuentes generadoras de empleo siendo un motor importante para el desarrollo de un país.

Las herramientas de gestión de calidad son beneficiosas para el fortalecimiento de las mypes, generando una reingeniería de sus puntos débiles, buscando siempre una mejora continua de todos sus procesos dando como resultado un producto o servicio de calidad proyectando una buena imagen en el mercado.

Existe un desconocimiento sobre estas herramientas que permiten mejorar los procesos, esto se deriva básicamente al desconocimiento que sufren las mypes que no les permiten tener un mejor funcionamiento ya que no aplican modelos de gestión adecuados, quizás por falta de estudios o apoyo del estado en brindar este tipo de información.

El estado tiene que apoyar estas medidas de mejora para las MYPES ya que serán beneficiosas tanto para el estado como para los representantes, esto va permitir una mejora organizacional por ende ser competitivas en un mercado tan exigente como es que torna hoy en día.

En el P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, año 2013, donde se desarrolló la presente investigación se enfocó en las MYPES dedicadas al rubro cevicherías, dándose una serie de irregularidades de algunas de ellas, encontrando clientes insatisfechos debido a la mala gestión que emplean estas en su afán de ser competitivas. La falta de capacidad de no poder darle solución a una serie de problemas, es la que los lleva al fracaso, concluyendo con el cierre de estas. Concluyendo cabe resaltar que las MYPES siendo fuentes económicas muy preponderantes en nuestra ciudad y país necesitan información y una adecuación de la gestión de calidad con miras al futuro de ser competentes, que prime su capital humano para su desarrollo óptimo, es por ello que determinaremos y realizaremos un estudio que logre cubrir las expectativas que se buscan, por ende trataremos en particular la importancia de apoyar a la MYPE para que incrementen su competitividad, calidad de servicio, productividad, enfocándose en estrategias que les permiten tener una ventaja competitiva en el mercado.

Esto nos permite plantear la siguiente pregunta de investigación: **¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013?.**

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.

A su vez para dar cumplimiento al objetivo general se planteó tres objetivos específicos que son los siguientes: Determinar las características de los representantes legales en las MYPES del sector servicio - rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. Determinar las características en las MYPES del sector servicio - rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. Determinar las características de la Gestión de Calidad en las MYPES del sector servicio – rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote,2013.

El presente estudio de investigación se justificó porque permitió determinar las principales características de los representantes, las micro y pequeñas empresas y de la gestión de la calidad del sector servicio - rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.

Se justifica porque la investigación servirá como base para otros estudios similares de la zona o Región.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Ríos, (2014). En su estudio de tesis titulado “Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes- del distrito de Huanchaco año 2014”, llegó a las siguientes resultados. **Resultados respecto a los representantes:** El 65% está representado por el sexo masculino, el 35% tiene una edad promedio de 35 a 44 años, el 60% tienen estudios universitarios completos. **Resultados respecto a las MYPES:** El 50% cuentan con un promedio de 5 a 7 años en el mercado. **Resultados respecto a la Gestión de calidad:** El 85% de los representantes afirman que la gestión de la calidad es importante para la empresa, con lo cual el 90% de los representantes afirman que aumentaron su rentabilidad en los 2 últimos años. **Llegando a las siguientes conclusiones: En cuanto a los gerentes de las MYPES;** del estudio realizado se concluye que los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65% de los gerentes encuestados son de sexo masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cual se representa en un 60%. **En cuanto a las principales características de las MYPES;** el tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las MYPES son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. **En cuanto a la gestión de calidad;** del estudio realizado se concluye que el 50% d los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco , afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención ; el 85% respondieron que la calidad es importante para la organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad.

Hernandez, (2014). En su estudio de tesis titulado “Gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPES del sector servicio rubro-restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014”, llegó a los siguientes resultados: **Resultados respecto a los representantes:** El 66.67% está representado por mujeres, el 40% tiene una edad promedio de 30 a 40 años, en cuanto el 53.33% tienen secundaria completa. **Resultados respecto a la Gestión de calidad:** El 60% afirman que aplican el liderazgo total, en cuenta el 62.5% mantiene la calidad en sus empresas. **Llegando a las siguientes conclusiones: En cuanto a los gerentes de las MYPES;** si bien es cierto la mayoría de los Gerentes y/o Administradores cuentan con estudios secundarios completos (53%) y (27%) cuentan con estudios primarios; esto significa una gran desventaja para el negocio ya que el mayor porcentaje de Gerentes y/o Administradores cuenta con estudios secundarios completos; esto implica que deberán capacitarse en temas relacionados con el rubro y gestión de calidad, marketing y competitividad. En algunos casos al ser propietarios o hijos del propietario hace que asuma una postura un poco más conservadora al momento de dirigir el negocio ya que se tiene la idea que si hasta el momento funciona bien y tienen clientes pues no es necesario ningún tipo de modificación en la dirección de la empresa. **En cuanto a la gestión de calidad;** la gestión de calidad de las empresas no se maneja por ningún tipo de estándar marcado o parametrizado, en la mayoría de las empresas, solamente apelan a criterios que se manejaron o aprendieron y que en algún momento dieron resultados, pero el negocio evoluciona y no se puede permitir el mantener ideas o costumbre que no vayan a la par de la expansión del negocio.

Sanchez, (2013). En su estudio de tesis titulado “Gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las MYPES rubro restaurantes - provincia de Trujillo año 2013”, llegó a los siguientes resultados. **Resultados respecto a los representantes:** El 80% son hombres, el 50% tienen una edad promedio de 30 a 40 años, en cuenta el 40% tienen estudios superiores completos.

Llegando a las siguientes conclusiones: En cuanto a los gerentes de las Mypes; si bien es cierto la mayoría de los Gerentes tienen estudios completos (40% superiores completos y 20% técnicos completos) pero han sido formados en sus respectivas especialidades: Administración, Economía, Marketing. Esto no es una desventaja, al contrario le da una visión mucho más profesional de cómo deberían llevar el negocio pero necesitan mucha más capacitación en temas relacionados con el rubro y con la gestión del personal que es uno de los puntos más débiles y descuidados en el rubro. En algunos casos al ser propietarios o hijos del propietario hace que se asuma una postura un poco más conservadora al momento de dirigir el negocio ya que se tiene la idea que si hasta el momento funciona bien y tienen clientes pues no es necesario ningún tipo de modificación en la dirección de la empresa.

Beltran,(2014). En su estudio de tesis titulado “Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las MYPES del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014”, llegó a los siguientes resultados:

Resultados respecto a los representantes: El 63% son hombres, el 50% tienen una edad promedio de 31 a 50 años, en cuanto el 38% tiene secundaria completa.

Resultados respecto a las Mypes: El 50% tienen un promedio de 0 a 5 años en el mercado. **Resultados respecto a la Gestión de calidad:** Afirmaron que el 56% implementaron y aplicaron técnicas de gestión para mejorar su empresa, el 56% aplicó la técnica de mejora continua, con lo cual el 100% mantienen estándares de calidad en sus productos ofrecidos, con lo cual el 87% afirman que aplicar calidad es importante para las empresas.

Llegando a las siguientes conclusiones. En cuanto a los gerentes de las MYPES: La mayoría relativa de los representantes legales de las Mypes son personas adultas, ya que sus edades oscilan entre 31 y 50 años; son de género masculino y tienen un grado de instrucción secundaria. **En cuanto a los gerentes de las MYPES:** La mayoría relativa de los representantes legales de las MYPES tienen de 0 a 5 años en la actividad empresarial. La mayoría de los representantes legales de las MYPES encuestados están realizando sus actividades de manera informal.

En cuanto a la gestión de calidad: La mayoría de los representantes señalaron que no implementan sistemas o técnicas para mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrece su negocio.

Los representantes que utilizaron sistemas para mejorar la calidad de los productos y servicios, la mayoría se inclinó en prácticas de mejora continua en su organización. La totalidad de los representantes de las MYPES encuestadas manifestaron brindar productos y servicios de calidad en su empresa. Los representantes manifestaron mayoritariamente que es importante usar técnicas de calidad empresarial en las organizaciones.

2.2 Bases teóricas

Definición de la Micro y Pequeña Empresa

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante de tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. **(LEY N° 28015, 2013).**

Características de las MYPES

Según Ley 30056 (2013), las MYPES, deben ubicarse en alguna de las categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Pequeña y Mediana Empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Mediana Empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 unidades impositivas tributarias (UIT).

Las MYPES en el Perú

El Perú, vive un momento muy expectante en su historia, considerada una de las economías más emergentes. De hecho, los innegables avances en tecnología y el proceso de globalización, han abierto nuevos mercados y creado nuevos desafíos para las empresas peruanas.

De un lado, la apertura comercial propugnada en los últimos años, han permitido incrementar sosteniblemente las exportaciones peruanas y ser uno de los pilares de su crecimiento económico. De otro lado, paulatinamente las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) muestran su potencial dinamismo en la economía de nuestro país, constituyéndose en la base empresarial más importante del país, considerada también como generadora de empleo. **(Huaman 2009).**

Tipología de las MYPES:

En base a estos factores, podemos elaborar una tipología de MYPE de tres estratos:

MYPES de Acumulación

Las MYPES de acumulación, tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado. **(Huaman 2009).**

MYPES de Subsistencia

Las MYPES de subsistencia son aquellas unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria. Estas empresas proveen un “flujo de caja vital”, pero no inciden de modo significativo en la creación de empleo adicional remunerado. **(Huaman 2009).**

Nuevos Emprendimientos

Los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos.

El plan nacional enfatiza el hecho que los emprendimientos apuntan a la innovación, creatividad y cambio hacia una situación económica mejor y más deseable ya sea para iniciar un negocio como para mejorar y hacer más competitivas las empresas.

(Huaman 2009).

Importancia de la micro, pequeña y mediana empresa en el Perú

La importancia de la MYPE se evidencia desde distintos ángulos. En primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo; es interesante pues como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos. En segundo lugar, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción.

Con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo, y así mismo contribuyan con la producción de la gran empresa.

Se promueven las pequeñas empresas porque generan empleo e innovación, brindándole capacitación, fuente de crédito y normas promotoras. Se equivocan quienes creen que la pequeña empresa es un fenómeno exótico de los países preindustrializados del tercer mundo. Basta contemplar los dos millones de pujantes pequeñas y medianas empresas que progresan en Alemania abasteciendo a los gigantes Volkswagen, Siemens, Basf o Bayer. En el Japón, el 80 % del producto bruto interno proviene de la pequeña y mediana industria. En los Estados Unidos, las más importantes transnacionales de la informática han salido del seno de la pequeña empresa. Apple, por ejemplo, nació hace dos décadas en una cochera familiar con un capital de solo 20 mil dólares. Y en nuestro país no nos quedamos atrás con grandes ejemplos de micro y pequeños empresarios ubicados en el emporio Gamarra. (Tello 2014).

Problemática del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa en el Perú

Consideramos como problema principal la informalidad de las micro, pequeñas y medianas empresas. Las estadísticas manejadas por el Ministerio de la Producción del año 2012 reflejan que el 58,2% de empresas que emplean de dos

a cien trabajadores son informales, es decir, de cada 100, 58 de ellas se encuentran en situación de informalidad. Es decir, tenemos aproximadamente 1 873 318 de empresas informales. Entonces nos preguntamos: ¿Por qué el microempresario informal no se formaliza?. La respuesta es sencilla: El costo de ser formal es alto”. El microempresario tiene temor que al formalizarse pueda desaparecer por el alto costo de ser formal. Bien lo decía Hernando de Soto: “La informalidad no es un sector preciso ni estático de la sociedad, sino una zona de penumbra que tiene una larga frontera con el mundo legal y donde los individuos se refugian cuando los costos de cumplir las leyes exceden a sus beneficios”. (Tello 2014).

La calidad

Diremos entonces que un producto o servicio es de calidad cuando satisface las necesidades y expectativas del cliente o usuario, en función de parámetros como:

- Seguridad que el producto o servicio confieren al cliente.
- Fiabilidad o capacidad que tiene el producto o servicio para cumplir las funciones especificadas, sin fallo y por un periodo determinado de tiempo.
- Servicio o medida en que el fabricante y distribuidor responde en caso de fallo del producto o servicio.

La Sociedad Americana para el Control de la Calidad (A.S.Q.C), define la calidad como el conjunto de características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades del usuario o cliente. Por otro lado señalaremos que existen algunas confusiones en lo que a calidad se refiere. Calidad no es necesariamente lujo, complicación, tamaño, excelencia, etc. Muchos productos de alta calidad son de diseños sencillos, con mínimas complicaciones. El tamaño tampoco define la calidad del producto, es decir, por ser más grande no implica una mayor calidad. En definitiva, diremos que tendrá que ser acorde con las necesidades del cliente o usuario. (Arenas 2009).

Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad

Las Normas ISO 9000 toma su nombre de la institución “International Organization for Standardization” organismo mundial líder de la

Normalización, el cual hizo posible la aprobación de los textos de las normas que conforman dicha serie. La serie 9000 se centra en las normas sobre documentación, en particular, en el Manual de la Gestión de la Calidad; con la finalidad de garantizar que existan: Sistemas de Gestión de la Calidad apropiados. La elaboración de estos manuales exige una metodología, conocimientos y criterios organizacionales para recopilar las características del proceso de la empresa.

La aplicación de las Normas de Calidad ISO 9000 constituye para la industria, una vía de reducir costos y mejorar sus procesos de producción tomando en cuenta que la calidad es un factor clave para la competitiva en cualquier mercado. La persona que se dedique a normalizar debe ser conocedora de esta faena garantizando así la incorporación de un procedimiento que se adapte a la realidad del proceso, que sea útil y de fácil entendimiento.

Cuando las compañías se hagan crecientemente interdependientes a través de las fronteras internacionales, habrá cada vez más presión para garantizar la calidad de los procesos. En tal entorno, existe un conjunto considerable de las normas internacionales, y de una única organización internacional que realiza el esfuerzo para tratar de promoverlas.

El desarrollo y comercialización de productos no puede seguir siendo considerados en forma local, pues la competencia externa ataca con calidad y costos de nivel internacional, apareciendo entonces la empresa de clase mundial, capaz de competir en cualquier mercado con las mejores de su ramo. En vista de esta globalización y del conocimiento de que un Sistema de Gestión de la Calidad en funcionamiento crea la base para la toma de decisiones “basadas en el conocimiento”, un óptimo entendimiento entre las “partes interesadas” y sobre todo lograr un aumento del éxito de la empresa a través de la disminución de los costos por faltas (Costos ocultos) y las pérdidas por roces; las empresas en pro del mejoramiento del desempeño de su organización deben dar comienzo a la implantación del Sistema de Gestión de la Calidad fundamentándose en: El enfoque al cliente, el liderazgo, la participación del personal, el enfoque basado en los procesos, la gestión basada en sistemas, el mejoramiento continuo, la toma de decisiones basadas en hechos y la relación mutuamente beneficiosa con el proveedor. **(Arenas 2009).**

El control de la calidad

El concepto de control de calidad ha evolucionado, pasando de ser la persona o departamento encargado de controlar el cumplimiento de unas especificaciones, a desarrollar una función en la empresa; la función de la calidad. La función actual del control de calidad se orienta totalmente a satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores en base a una adecuación al uso de los productos o servicios.

Para el Dr. Kaoru Ishikawa un auténtico control de calidad consiste en desarrollar, diseñar, producir y servir un producto o servicio de calidad, el cual debe ser lo más económico posible, útil y siempre satisfactorio para el cliente o usuario. Cuando la calidad se obtenga como consecuencia de que todas las personas que están en el proceso se empeñen en obtener calidad a la primera, en realizar constantemente el óptimo posible, diremos que no se necesitara el control de calidad, pues el fabricar calidad sería un proceso natural. En realidad, esta es una situación ideal, pues aunque todos intenten alcanzar el óptimo, habrá algunos que tal vez no lo consigan, haciendo imprescindible el control de la calidad. Lo importante en este caso sería el hecho de que el personal de control de calidad pasara de cumplir funciones de vigilancia, fiscalización, de detección, a cumplir una función de supervisión bien entendida, es decir, de ayuda, de asesoramiento, de apoyo a cada uno de los trabajadores de la empresa para que pudieran alcanzar la calidad deseada en los respectivos puestos de trabajo. **(Pola 2009).**

La nueva filosofía en la empresa

Tradicionalmente, cuando los niveles de calidad deseados no eran alcanzados se entendía que la responsabilidad únicamente correspondía a los miembros del departamento de control de calidad, que no habían controlado suficientemente o que no habían cumplido con la función que se les había encomendado. La responsabilidad de la calidad va más allá del propio departamento de control de calidad.

La calidad es una exigencia creciente de los mercados y de los clientes. También es una necesidad de supervivencia para la empresa. Pero, por encima

de todo, es lo que da sentido a la actividad económica o social de cualquier institución, empresa u organismo. La calidad, entendida en un sentido amplio como la capacidad de satisfacer necesidades, expectativas y valores de la gente, es lo que genera autentico bienestar en la sociedad y lo que permite que las empresas crezcan, se desarrollen y perduren en el tiempo.

Por ello, para producir productos y servicios de calidad, hay que partir de la realidad de los clientes, averiguar que necesitan, que es lo que valoran y cuanto están dispuestos a pagar para obtenerlo. El mercado y el cliente son los primeros y los últimos en definir y evaluar la calidad. **(Pola 2009).**

Gestión de la calidad

Entendemos por gestión de la calidad al conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una empresa.

Esta tarea consta principalmente de los siguientes aspectos:

- Definir las políticas de calidad de la empresa, en relación con los principios empresariales y en función de la naturaleza del negocio.
- Establecer objetivos claramente definidos, acordes con las políticas de la empresa.
- Realizar la planificación en base a los objetivos anteriores, estableciendo las estrategias y los recursos necesarios.
- Definir la organización, con las funciones y responsabilidades, para que se lleve a cabo la planificación.
- Seleccionar y formar al personal para cada puesto de trabajo.
- Motivar a la gente para el logro de los objetivos.
- Controlar el desarrollo del programa estableciendo las medidas correctivas necesarias.

El conjunto de acciones aquí indicadas son imprescindibles si se quieren lograr los objetivos de la calidad.

Es importante destacar que es necesaria la participación de todo el personal del departamento, e incluso de técnicos o especialistas de otros departamentos, en el establecimiento de los objetivos de calidad. **(Pola 2009).**

Planificación de la calidad

La planificación de la calidad corresponde a la primera etapa de lo que hemos definido como gestión de la calidad. Una buena gestión consiste precisamente en llevar a cabo las tres etapas siguientes:

- Planificar el futuro.
- Organizar los recursos.
- Controlar los resultados.

La planificación de la calidad abarca a los tres primeros aspectos que señalamos en este tema y que podemos resumir así:

- Definir las políticas de calidad.
- Generar los objetivos.
- Establecer las estrategias para alcanzar dichos objetivos.

El proceso integrado de planificación se inicia con una etapa “filosófica” en la que se definen las políticas de calidad de la empresa en el marco de los principios y la naturaleza del negocio.

Una y segunda etapa, la “analítica”, permitirá determinar los puntos fuertes y los débiles, en base a un análisis interno, así como las oportunidades o amenazas resultantes del análisis externo a la empresa.

La etapa “operativa” ocupa el tercer lugar. Consiste en el establecimiento de objetivos claramente definidos, acordes con la filosofía y el análisis de la empresa. Después de fijados los objetivos establecemos la metodología o las estrategias a seguir para alcanzarlas, los recursos necesarios para desarrollar las estrategias y los sistemas de evaluación que vamos a utilizar.

Por último, la cuarta es la etapa de “desarrollo” que contempla la organización de las funciones y responsabilidades para llevar a cabo la planificación.

Será necesario seleccionar y formar al personal para que puedan asumir las responsabilidades, motivándolos para que sus actuaciones se orienten hacia el logro de los objetivos antes fijados. La etapa de desarrollo culmina con el control del programa, estableciendo las medidas correctivas que resulten necesarias en función de las desviaciones presentadas. **(Pola 2009).**

La calidad y sus perspectivas

Para comenzar definiremos el concepto de calidad como el conjunto de características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes. Sin embargo, muchos autores definen la calidad desde diferentes perspectivas, en este sentido Juran concibe la calidad como “la educación al uso”, también la define como “las características de un producto o servicio que le proporcionan la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes”.

Deming propone la calidad en términos de la capacidad que se tiene para garantizar la satisfacción del cliente. Por otra parte, Crosby define la calidad de un producto o servicio en la medida que se puede estar seguro de medir todas las características que satisfagan los criterios de especificación. Feigenbaum tiene una visión más integral de la calidad pues este considera la necesidad de que exista una participación de todos los departamentos para garantizar la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes.

Sin embargo, es importante entender que la calidad va mucho más allá de lo mencionado anteriormente, pues la calidad como valor agregado, también la podemos definir como el conjunto de características y requisitos de un producto o servicio que para un precio determinado alcanza un mayor nivel de calidad. Lo que implica que esta concepción está basada en la eficacia que tiene el producto o servicio para generar un impacto externo centrado en el mercado. También la podemos concebir como los requisitos y características que les generan preferencias a los clientes frente a otros productos.

Otra concepción importante es la calidad de trascendencia, la cual se centra en la importancia que tiene el cumplimiento de unos estándares que sean capaces de establecer los requisitos y exigencias en toda la organización, como son los premios de calidad reconocidos mundialmente, las normas nacionales, internacionales y los marcos legales sobre sistemas de gestión de la calidad, estos se basan en el concepto de que la calidad es subjetiva y exige a las organizaciones enfocar sus esfuerzos para trabajar de forma articulada la calidad utilizando todos los conceptos de calidad necesarios.

Considerando todos los planteamientos anteriores definimos el concepto de calidad como el conjunto de características inherentes a un producto o servicio

que están en capacidad de garantizar el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes, de los miembros de la empresa y de la sociedad. **(Fontalvo 2006).**

La calidad, la estrategia y la ventaja competitividad

Hemos visto los diferentes conceptos y concepciones sobre calidad, ahora analizaremos como esta se integra con el contexto de la organización, para ellos se describen a continuación aspectos tales como la competitividad y la estrategia como base para justificar los esfuerzos de calidad y las formas de lograrla.

La competitividad se define como la capacidad que tiene la empresa para generar un producto o servicio mejor que el de sus competidores, esta se ha convertido en una necesidad de las organizaciones de hoy en la que los clientes tienen la última palabra para elegir un producto o servicio de la empresa que le genere el mayor valor de acuerdo a sus necesidades. La competitividad es una necesidad innegable de las empresas de todo el mundo desde la época en que los fabricantes producían en masa sin tener en cuenta las necesidades de los clientes.

La competitividad está determinada por la calidad con que la empresa pueda generar sus bienes o servicios al menor costo posible, usando los recursos racionalmente, es decir producir más con menos y con alta calidad, esta es la forma en la que se enfrentan las empresas y se necesitan tanto de la competitiva como de la calidad para lograr que la organización no solo se mantenga en el mercado sino que pueda llegar a crecer y desarrollarse.

Para lograr lo anterior, se necesita formular estrategias capaces de guiar los destinos, procesos y actividades de la empresa, traduciendo esta estrategia en una ventaja competitiva, que se puede definir como el conjunto de características y propiedades de la empresa que le permitan realizar sus actividades mejor que el de la competencia, logrando a su vez captar un mayor volumen de clientes o mayores niveles de utilidad o rentabilidad como resultado de la ventaja generada.

La ventaja competitiva no surge de la nada, requiere de unos procesos organizacionales, que se pueden definir como la articulación de técnicas, métodos, personas, equipos, infraestructura que como resultado de su

interacción genera transformación de recursos e información en un tiempo y espacio determinado. (Fontalvo 2006).

La satisfacción del cliente

La fidelidad del cliente es extremadamente importante. De hecho, los clientes fieles y consolidados reducen el riesgo de tener empleados en exceso; reducen los costes de marketing (obtener un nuevo cliente es seis veces más caro que mantener el hábito de un cliente que ya existe) y permite, en la mayoría de los casos, concentrar esfuerzos en conseguir un número más limitado de nuevos clientes.

En esta concepción de fidelidad del cliente, los japoneses han demostrado que son tremendamente eficaces.

Por ejemplo, en su sector de fabricación de automóviles, la lealtad de los clientes a los fabricantes de automóviles japoneses es, hoy día, superior al 90-95% mientras que para la mayoría de las firmas europeas, los porcentajes correspondientes son del 70-85%. Las empresas europeas, por consiguiente, se encuentran a sí mismas soportando riesgos más elevados, que requieren mayores esfuerzos comerciales.

Determinada la importancia del cliente fiel y consolidado, la siguiente reflexión que los japoneses realizan es: “Si el objetivo es mantener una relación sólida con los cliente, de tal forma que nos compren otra vez, debemos descubrir las herramientas con las que garantizar su lealtad”.

La conclusión que se obtiene es que un cliente compra de nuevo si está satisfecho con su compra anterior. El grado de satisfacción que un cliente ha obtenido en sus relaciones previas con la compañía suministradora condiciona fuertemente la posibilidad de ser fiel. La satisfacción del cliente es considerada, por lo tanto, como un factor fundamental para el éxito a medio y largo plazo de una compañía. (Merli 2007).

La satisfacción del cliente a través de la conformidad a sus expectativas (productos /servicios de calidad)

El concepto de conformidad con los requerimientos, entendido como herramienta de negocio, debe ser examinado en profundidad. De hecho, la satisfacción del cliente tiene dos dimensiones:

- Desagrado, descontento (falta de satisfacción).
- Satisfacción plena.

Ambas dimensiones son fundamentales para la discusión. El descontento es el estado de un cliente que pone en cuestión la supervivencia real de una compañía. De hecho, un cliente que está descontento (no satisfecho) con su compra evitara deliberadamente volver al mismo suministrador la próxima vez y comprara el producto de cualquier otra compañía suministradora.

La calidad negativa expresa el grado de no- conformidad de un producto o servicio con los requerimientos del cliente, mientras que la calidad positiva expresa el grado en que los requerimientos del cliente son excedidos o sobrepasados. Ambas contribuyen a la satisfacción del cliente (conformidad con los requerimientos), pero en dos dimensiones diferentes.

La calidad negativa esta d hecho unida a la presencia de defectos en el producto o servicio (donde “defecto” tiene el significado de “falta de cumplimiento de las expectativas”), mientras que la calidad positiva presupone un “plus” con respecto a esas expectativas.

La eliminación de la calidad negativa (defectos) puede, como máximo, conseguir una eliminación de la insatisfacción del cliente. **(Merli 2007).**

La calidad del resultado es consecuencia de la calidad de los procesos del negocio

¿Cómo es posible garantizar que el nivel de calidad del producto o servicio sea mejorado continuamente? La respuesta a esta cuestión comienza con una consideración básica: la calidad de un producto o servicio de una empresa no es sino el resultado de la calidad de los procesos que se utilizan para generarlo o producirlo.

En consecuencia, la calidad de un producto o servicio suministrado a un cliente depende, por ejemplo, de cómo se ha realizado la investigación de mercado, y de cómo se ha diseñado el producto y planificado su producción, de los componentes y de cómo se han aprovisionado estos, de su fabricación, y de cómo se han distribuido y entregado al cliente. **(Merli 2007).**

Mejora continua de todos los procesos del negocio

Si el objetivo de una compañía es conseguir una mejora continua de sus productos y servicios, el único camino práctico es la mejora continua de sus procesos.

Este concepto es expresado por el término japonés Kaizen. De acuerdo con este enfoque, la mejora continua llega a convertirse en la prioridad absoluta de la compañía y el objetivo de cada gerente y mando. Todos los aspectos del funcionamiento del negocio deben ser mejorado continuamente; todos los defectos que existen en cada área de la empresa deben ser atacados sistemáticamente y eliminados (se empieza obviamente con la calidad negativa).

A este respecto, cualquier mal función operacional, cualquier forma de despilfarro, cualquier retraso deberá ser tratado como un defecto de calidad.

Por ejemplo, el enfoque JIT (Just- in- Time) nació como consecuencia de la búsqueda de la forma de eliminar los despilfarros, es decir de todo lo que no añade valor al producto (incluyendo transporte, tiempos de cambios de máquinas, preparación, programación de la producción, stocks, etc.).

(Merli 2007).

“La mejora continua de los procesos de una compañía requiere el máximo compromiso de todo su personal”

Una vez establecido que la implantación de la estrategia de la calidad total requiere una mejora continua de todos los procesos del negocio, es obvio concluir que tal objetivo es solo alcanzable con la involucración de un alto número de personas. **(Merli 2007).**

2.3 Marco conceptual

MYPES cevicherías

El mercado de cevicherías y picanterías en Perú creció en promedio 30% en los últimos cinco años impulsado por el boom de la gastronomía nacional”.

Sostuvo que el consumo de pescado en el país cada vez es mayor, y al cierre del 2010 la demanda de platos en las cevicherías y picanterías creció en aproximadamente 15% en relación al año previo. Asimismo, indicó que estos restaurantes se preparan para la temporada alta que significa el verano, y solo en dicha estación esperan un incremento de 25 por ciento en su nivel de ventas.

Sostuvo que si bien el consumo de ceviches y productos marinos se eleva durante los primeros meses de cada año, estos restaurantes son masivamente visitados hasta en las temporadas de mayor frío.

“Además existen diversas campañas de promoción como el Día del Ceviche cada 28 de junio que es uno de los meses más fríos del año y, de esta manera, se incentiva su comercialización a nivel nacional”.

Precisó que en la actualidad Lima concentra el mayor número de cevicherías y picanterías pues existen más de 11,000 de estos establecimientos en la capital. Refirió que en el ranking de ciudades donde predominan estos restaurantes siguen Chimbote (Ancash), Trujillo (La Libertad), Chiclayo (Lambayeque), Piura, Tumbes, Huancayo (Junín), Arequipa, Iquitos (Loreto) y Tacna. (**Gestion 25, 2015**).

MYPES cevicheras en Chimbote

Las MYPES juegan un rol importante para el crecimiento de nuestro país y ciudades, son generadoras de empleo, hoy en día son clave para el crecimiento de nuestra economía, como bien sabemos Chimbote es uno de los primeros puertos pesqueros del país, eh aquí donde radican lo mejor en pescados y mariscos. Desde hace muchos años nacieron aquí las primeras mypes dedicadas al rubro de las famosas hoy en día “Cevicherías”.

Como bien sabemos están nacen, crecen y algunas desaparecen en el transcurrir del tiempo, hoy en día existen muchas empresas consolidadas en el mercado con clientes que cada vez son más exigentes, lo malo es que encontramos una serie de problemas como por ejemplo garantizar una óptima calidad en los insumos, la atención, la ubicación, etc.

Es por ello que deben de tomar ciertos criterios de gestión para que puedan desarrollarse de forma óptima y sean competentes en el mercado.

El ceviche

El ceviche es sin lugar a dudas el plato bandera del Perú. Es la comida que mejor nos representa, y que destaca en las diferentes ferias gastronómicas que se realizan alrededor del mundo, en donde está presente la comida peruana.

Es un plato que se prepara con pescado o mariscos crudos cortados en trozos, y que lleva jugo de limón, cebolla picada, ají y sal. Se acompaña con camote, choclo, cancha serrana o chifles (en el norte del Perú).

En el año 2004 el ceviche fue declarado por el Instituto Nacional de Cultura (INC) como Patrimonio Cultural de la Nación, al considerársele uno de los principales platos del Perú.

En el año 2008 fue declarado el 28 de Junio de cada año como el “Día del Ceviche” en todo el Perú. **(Sifuentes 2015).**

Clases de ceviche

Existen una gran variedad de ceviches que dependen del tipo de pescado, mariscos e ingredientes que se usan en su preparación, pero los más comunes son los siguientes:

- ✓ **Ceviche de pescado:** Es el más simple a base de pescado
- ✓ **Ceviche mixto:** preparado con pescado y varios tipos de mariscos. Es de los más populares.
- ✓ **Ceviche de mariscos:** Se prepara con varios mariscos como calamar, pulpo, lapas, conchas, caracoles, etc.
- ✓ **Ceviche de conchas negras:** Plato típico de Tumbes, de sabor muy intenso que le proporcionan las conchas negras que viven los bosques de manglares.
- ✓ **Ceviche de camarones:** plato tradicional de Arequipa.
- ✓ **Ceviche clásico** (De pescado y conchas negras): El nombre hace alusión a los equipos de fútbol Universitario y Alianza Lima.

Existen algunos platos que se han derivado del ceviche como:

- ✓ **El tiradito:** Es un plato muy popular que se diferencia del ceviche en que no lleva cebolla.
- ✓ **La leche de tigre:** Es el jugo del ceviche, que se sirve en una copa o vaso, puede llevar trozos de pescado o mariscos.
- ✓ **Chinguirito:** Parecido al ceviche pero se prepara con con la carne seca salada de la guitarra o raya deshilachada. Es tradicional de Lambayeque.

(Sifuentes 2015).

II. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó en esta investigación fue no experimental- transversal- descriptivo.

Fue no experimental: Porque se realizó sin manipular las variables, las funciones de la gestión de calidad se presentó tal como se muestra en las mypes del sector servicio- rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.

Fue transversal: Porque el estudio se realizó en enero 2013 a diciembre del mismo año.

Fue descriptivo: Porque se determinó solo las características de los representantes, la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas en estudio del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.

3.2. Población y muestra

Población

La población de la investigación fue de 18 micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote 2013, la cual se obtuvo mediante el sondeo en el P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, zona de influencia del estudio. (Ver anexo 03).

Muestra

Constituida por el 100% de las MYPES del sector servicio- rubro cevicherías del P.J. Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote 2013, es decir una muestra poblacional de 18 micro y pequeñas empresas. (Ver anexo 03).

3.3. Operacionalidad de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes de las MYPES	Persona natural y/o jurídica que representa y/o asume responsabilidades de una empresa.	Género	<ul style="list-style-type: none"> Femenino Masculino 	Nominal
		Edad promedio	<ul style="list-style-type: none"> 18 a 25 años 26 a 34 35 a 44 45 a 50 51 a mas 	Razón
		Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> Sin instrucción Estudios básicos Estudios técnicos Estudios universitarios Postgrado 	Nominal
Perfil de las MYPES	Organización con objetivos de lucro conformada generalmente por 1 a 20 personas, en cualquier forma de organización.	N° de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> 1 a 5 1 a 10 1 a 15 1 a 20 	Razón
		Tiempo de actividad empresarial	<ul style="list-style-type: none"> Meses 1 año 2 años 3 a 5 años 5 a mas 	Cuantitativa
Gestión de la Calidad	La Gestión de la Calidad es aplicable a	Conoce técnicas de gestión empresarial	<ul style="list-style-type: none"> Si No 	Nominal

	empresas que buscan siempre una mejora continua de todos sus procesos para obtener resultados óptimos, que le permitan obtener estabilidad en un mercado.	<p>Que técnicas de gestión reconoce</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planeamiento estratégico • Mejora continua • Benchmarking • Outsourcing • Liderazgo • Lluvia de ideas • Otros 	<p>Nominal</p>
		<p>Como se presenta ante sus colaboradores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Líder • Jefe • Dueño • Colaborador 	<p>Nominal</p>
		<p>La organización persigue un plan estratégico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	<p>Nominal</p>
		<p>Plato de mayor acogida</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ceviche • Jugoso • Jalea • Chicharrón • Reventado de cangrejos 	<p>Nominal</p>
		<p>Días de mayor concurrencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entre semana • de semana 	<p>Nominal</p>

		<p>Estándares de calidad en su empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	<p>Nominal</p>
		<p>La gestión de calidad ayuda a lograr los objetivos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	<p>Nominal</p>
		<p>Logro resultados al aplicar la gestión de calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de mejor calidad • Procesos internos eficientes • Clientes satisfechos • Se adapta a los cambios • Está en crecimiento su empresa • Su empresa es rentable • Empleados satisfechos y motivados. 	<p>Nominal</p>
		<p>Área de desarrollo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing • Finanzas • Contabilidad • RR.HH • Logística • Otros. 	<p>Nominal</p>

3.4. Técnicas e instrumentos

La técnica que se utilizó fue la encuesta, ya que nos permitió obtener información de los representantes, MYPES y de la variable en estudio.

El instrumento, que se utilizó fue un cuestionario de 15 preguntas, el cual estuvo estructurado en 3 partes: 3 preguntas fueron dirigidas a los representantes, 2 a las micro y pequeñas empresas y 10 a la variable gestión de calidad. **(Ver anexo 04).**

3.5. Plan de análisis.

Para el presente trabajo de investigación se recolecto la información necesaria, en la que se tuvo una muestra de 18 micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote 2013, a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas estructurado en 3 partes; las tres primeras preguntas estuvieron dirigidas a los representantes legales de las MYPES; las dos siguientes con referencia a la información de las MYPES y las siguientes preguntas con relación a la variable gestión de calidad. Una vez obtenida la información se elaboró tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y gráficos estadísticos de la variable en estudio, procesando todos los datos en el programa Microsoft Excel 2013. Por consiguiente también se utilizó el programa Microsoft Word 2013, para la elaboración de este estudio de investigación.

3.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento
Central:	Objetivo General: Describir las principales características de la gestión de la calidad en las MYPES del sector servicios -	Gestión de la Calidad	Población: La población de la investigación fue de 18 micro y pequeñas	Diseño: El diseño de la investigación fue no experimental-transversal-descriptivo. Fue no experimental	Instrumento: La técnica que se utilizó fue la encuesta, ya que nos permitió obtener información de los representantes,

<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de la calidad en las MYPES del sector servicio- rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013?</p>	<p>rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.</p> <p>•Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Determinar las principales características en las MYPES del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. •Describir las principales características de los representantes de las MYPES del sector servicio - rubro Cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. •Determinar las principales características de los gerentes y/o representantes Legales de las MYPES del sector servicio- rubro 		<p>empresas del sector servicio- rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote 2013, la cual se obtuvo mediante el sondeo en el P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, zona de influencia del estudio.</p> <p>Muestra: Constituida por el 100% de las MYPES del sector servicio- rubro cevicherías del P.J.</p>	<p>porqué se realizó sin manipular las variables, las funciones de la gestión de calidad se presentó tal como se muestra en las MYPES del sector servicio- rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.</p> <p>Fue transversal porque el estudio se realizó en enero 2013 a diciembre del mismo año.</p> <p>Fue descriptivo porque se determinó solo las características de los representantes, la gestión de la calidad en las Micro y Pequeñas empresas en estudio del P.J Miraflores Bajo de la</p>	<p>MYPES y de la variable en estudio.</p> <p>Técnica: El instrumento, que se utilizó fue un cuestionario de 15 preguntas, el cual estuvo estructurado en 3 partes: 3 preguntas fueron dirigidas a los representantes, 2 a las micro y pequeñas empresas y 10 a la variable gestión de calidad.</p> <p>Procedimiento: Se tuvo una muestra de 18 micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. A quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas. Una vez</p>
--	---	--	--	---	--

	<p>cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.</p>		<p>Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote 2013, es decir una muestra poblacional de 18 micro y pequeñas empresas.</p>	<p>ciudad de Chimbote, 2013.</p>	<p>obtenida la información se elaboró tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y gráficos estadísticos de las variables en estudio, procesando todos los datos en el programa Microsoft Excel 2013. También se utilizó el programa Microsoft Word 2013, para la elaboración de este estudio de investigación.</p>
--	--	--	---	--	---

3.7. Principios éticos

Principio de lealtad: Guardar confidencialidad respecto a la información de las entidades y representantes.

Principio de respeto: Aplicado en el trato cordial y respetuoso que se dio a la hora de entrevistar a los representantes, en algunas ocasiones respetando la privacidad de sus identidades.

Principio de honestidad: Este principio se aplicó cuando se fue a entrevistar a los representantes, ya que la información obtenida era netamente para fines de estudio.

Principio de confiabilidad: Es confiable ya que los datos e información obtenidos en este estudio son reales, que servirá para la investigación de estudios similares.

IV. RESULTADOS

Tabla 01. Características generales de los representantes de las Mypes del sector servicio - rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.

Datos generales:	N° de Mypes	Porcentaje
Genero		
Femenino	4	22,2
Masculino	14	77,8
Total	18	100,0
Edad promedio		
18 a 25 años		
26 a 34 años	4	22,2
35 a 44 años	6	33,4
45 a 50 años	8	44,4
51 a más		
Total	18	100,0
Grado de instrucción		
Sin instrucción		
Estudios básicos	8	44,4
Estudios técnicos	4	22,2
Estudios universitarios	6	33,4
Postgrado	0	0,0
Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio-rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.

Tabla 02. Características de las Mypes del sector servicio - rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad Chimbote, 2013.

Características de las Mypes	N° de Mypes	Porcentaje
N° de trabajadores		
1 a 5	6	33,3
1 a 10	9	50,0
1 a 15	3	16,7
1 a 20	0	0,0
Total	18	100,0
Tiempo de actividad empresarial		
Meses	0	0,0
1 año	0	0,0
2 años	0	0,0
3 a 5 años	5	27,8
5 a más	13	72,2
Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio-rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.

Tabla 03. Características de la Gestión de la calidad del sector servicio - rubro cevicheras del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.

Características de gestión de la calidad	N° de Mypes	Porcentaje
Conoce técnicas de gestión empresarial		
Si	7	38,9
No	11	61,1
Total	18	100,0
Que técnicas de gestión reconoce		
Planeamiento estratégico	3	16,7
Mejora continua	10	55,6
Benchmarking		
Liderazgo	1	5,5
Lluvia de ideas	4	22,2
Otros		
Total	18	100,0
Como se presenta ante sus colaboradores		
Líder	5	27,8
Jefe	7	38,9
Dueño	2	11,1
Colaborador	4	22,2
Total	18	100,0
La organización sigue un plan estratégico		
Si	15	83,3
No	3	16,7
Total	18	100,0
Plato de mayor acogida		
Ceviche	7	38,8
Jugoso	5	27,8
Jalea		
Chicharrón	3	16,7
Reventado de cangrejo	3	16,7
Total	18	100,0
Días de mayor concurrencia		
Entre semana	0	0,0
Fin de semana	18	100,0
Total	18	100,0
Estándares de calidad en su empresa		
Si	14	77,8
No	4	22,2
Total	18	100,0

Continúa...

Tabla 03. Características de la Gestión de la calidad del sector servicio - rubro cevicheras del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.

Conclusión

Características de gestión de la calidad		
La gestión de calidad ayuda a lograr los objetivos		
Si	14	77,8
No	4	22,2
Total	18	100,0
Logro resultados al aplicar la gestión de calidad		
Oferta productos de mejor calidad		
Dispone de procesos internos eficientes	4	22,2
Clientes satisfechos	7	38,9
Se adapta a los cambios		
Está creciendo su empresa	3	16,7
Su empresa es rentable	4	22,2
Empleados satisfechos/ motivados		
Total	18	100,0
Área de desarrollo		
Marketing		
Finanzas		
Contabilidad	6	33,3
RR.HH	8	44,4
Logística	4	22,3
Otros		
Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio-rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013.

4.2 Análisis de resultados:

Tabla N° 1

Género

El 77.8% de los representantes son hombres, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por (Rios 2014), quien en su estudio de investigación señala que el 65% está representado por el sexo masculino, esto a su vez concuerda con Sánchez, (2013) donde demuestra que el 80% son del sexo masculino. Estos resultados indican que el género de los representantes de las MYPES en su mayoría son hombres, podemos señalar que algunos de ellos fueron pescadores o cocineros

en embarcaciones pesqueras, el cual les permitió tener una visión de emprender un negocio propio aprovechando el recurso marítimo e insumos que tenemos en nuestra ciudad.

Edad promedio

El 44.4% tiene una edad promedio de 45 a 50 años, estos resultados aproximadamente coinciden con los resultados encontrados por **Ríos, (2014)** quien en su estudio de investigación señala que el 35% tiene una edad promedio de 35 a 44 años, esto a su vez coincide también con los resultados encontrados por **Hernández, (2014)** donde el 40% tienen una edad entre los 30 y 40 años. Estos resultados indican que la edad promedio de los representantes de las MYPES, comprenden las edades de 30, 40 y 50 años, una edad considerable de madurez y responsabilidad para direccionar un negocio.

Grado de instrucción

El 44.4% tienen estudios básicos, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **(Hernández 2014)**, donde señala que el 53.3% solo tienen secundaria completa, a su vez contrastan con los resultados encontrados por **(Sanchez 2013)**, quien en su estudio de investigación señala que el 40% tienen estudios superiores completos. Estos resultados indican que los representantes de las MYPES hoy en día solo cuentan con secundaria completa. Quizás esto se deba a que fueron personas que dedicaron parte de su vida a la pesca, quizás esto fue un factor que no les permitió poder desarrollarse técnica o profesionalmente. En otros casos vemos personas que lo están haciendo para repotenciar su negocio, inyectando ideas de mejora que solo los conocimientos adquiridos a través de los estudios se pueden lograr.

Tabla N° 2

N° de trabajadores

El 50% cuenta con un promedio de 1 a 10 trabajadores, mientras que un 16.7% cuentan con un promedio de 1 a 15 trabajadores, esto demuestra que las MYPES utilizan un número mínimo de trabajadores para minimizar costos, y en algunos casos son negocios familiares donde el costo de mano de obra es un ahorro. En otros casos se debe a que son negocios pequeños que no necesitan de mucho personal para

poder darse abasto en la atención.

Tiempo de actividad empresarial

El 72.2% tiene más de 5 años en el negocio, este resultado coincide con los resultados encontrados por **(Ríos 2014)**, donde el 50% cuentan con un promedio de 5 a 7 años en el mercado, pero a su vez también concuerda con los resultados encontrados por **(Beltrán 2014)**, donde señala que el 50% de las MYPES tienen entre 0 a 5 años en el rubro. En algunos casos nos indican que siguen los negocios de sus padres por tradición familiar lo cual les permite seguir aun en el mercado, caso contrario ocurre con algunas MYPES que desaparecen en poco tiempo debido a su poca acogida por falta de conocimiento y gestión empresarial.

Tabla N° 3

Conoce técnicas de gestión empresarial

El 61.1% desconoce de las técnicas de gestión empresarial, este resultado coincide con los resultados encontrados por **(Beltran 2014)**, donde el 56% no implementaron ni aplicaron técnicas de gestión para mejorar sus productos o servicios, por otra parte en su teoría **(Arenas 2009)**, afirma que para el mejoramiento del desempeño de las empresas deben dar comienzo a la implantación del Sistema de la Calidad fundamentándose en: El enfoque al cliente, el liderazgo, la participación del personal, el enfoque basado en procesos, la mejora continua, la toma de decisiones basadas en hechos y la relación mutuamente beneficiosa con el proveedor. Existe gente que desconoce de técnicas gestión empresarial que son reacias al cambio por el simple hecho que les va bien, desconociendo así que les podría ir mejor aplicando técnicas de gestión, lo cual les va permitir una reingeniería global de la MYPE para un mejor funcionamiento.

Que técnicas de gestión reconoce

El 55.6% conoce técnicas de mejora continua, este resultado concuerda con los resultados encontrados por **(Beltran 2014)**, donde el 56% aplico la técnica de mejora continua. Esto se relaciona con la teoría de **(Merli 2007)**, que indica que si el objetivo de una compañía es conseguir una mejora continua de sus productos y servicios, el único camino práctico es la mejora continua de sus procesos, eliminando los desperdicios, despilfarro o cualquier retraso deberá ser tratado como un defecto

de calidad. También afirma que la mejora continua de los procesos de una compañía requiere el máximo compromiso de todo su personal. Aquí encontramos que mucha gente conoce lo que es la mejora de un negocio, relacionándola quizás con la mejora continua que es una técnica que va mucho más allá de una mejora, esta técnica abarca muchos procesos que quizás algunos desconocen pero que cuando se les aplico el cuestionario pensaron que era esa, por ello que se encontró como la más común dentro de las técnicas que reconocían.

Como se presenta ante sus colaboradores

El 38.9% se presenta como jefe, mientras que el 11.11% actúa como dueño, esto demuestra que los representantes se presentan como jefes lo cual serían las únicas personas que toman decisiones en sus negocios. Hoy en día vemos que aún existe el poder autoritario en los negocios, donde uno solo es el que delega las funciones y el resto las acata, esto se ve reflejado en el desconocimiento de gestión, donde ya no existen jefes si no líderes.

La organización sigue un plan estratégico

El 83.3 % sigue un plan de negocios estratégico, mientras que el 16.67% desconoce del plan estratégico, esto demuestra que los representantes están siguiendo un plan estratégico frente a sus competidores. A su vez **Fontalvo (2006)**, en su teoría indica que una estrategia bien formulada permite obtener una ventaja competitiva frente a la competencia. De acuerdo a lo percibido estos negocios se basan en buscar algo que los diferencie de su competencia permitiéndoles así obtener una ventaja en el mercado.

Plato de mayor acogida

El 38.88% prefieren el ceviche, mientras que el 16.67% prefieren reventado de cangrejo, esto demuestra que el plato de mayor acogida en las MYPES es el ceviche. A su vez **Gestion 25 (2015)**, en su teoría sostuvo que el consumo de pescado en el país cada vez es mayor, generando así mayor volumen de ventas para las MYPES de este rubro.

Días de mayor concurrencia

El 100% tienen mayor volumen de concurrencia los fines de semana, mientras que el 0% entre semana, esto demuestra que los días de mayor acogida en las cevicherías son los fines de semana.

Estándares de calidad en su empresa

El 77.8% mantiene estándares de calidad en su empresa, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **(Beltran 2014)**, donde el 100% mantienen estándares de calidad en sus productos ofrecidos, dando como resultado un producto o servicio de calidad a sus clientes. A su vez **(Arenas 2009)**, indica en su teoría que la aplicación de las Normas de Calidad ISO 9000 constituye para la industria, una vía de reducir costos y mejorar sus procesos de producción tomando en cuenta que la calidad es un factor clave para la competitiva en cualquier mercado.

La gestión de calidad ayuda a lograr los objetivos

El 77.8% afirman que la gestión de calidad ayuda a cumplir los objetivos, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **(Ríos 2014)**, donde el 85% de los representantes afirman que la gestión de la calidad es importante para la empresa, esto concuerda también con los resultados encontrados por **Beltrán, (2014)** donde señala que el 87,5% considero que es importante utilizar hoy en día sistemas o técnicas de Gestión de Calidad en las empresas para un mejor desenvolvimiento. Esto nos demuestra que la gestión de calidad es fundamental para el logro de los objetivos que se establecen en las micro y pequeñas empresas.

Logro resultados al aplicar la gestión de calidad

El 38.9 % cuenta con clientes más satisfechos, mientras que el 16,7% afirman que su empresa está creciendo, a su vez **(Merli 2007)**, en su teoría nos dice la importancia del cliente fiel, y la verdad es que si un cliente está satisfecho va volver a comprar si cumple con sus expectativas tanto de calidad en el producto y servicio, es por ello que la satisfacción del cliente es considerada como un factor fundamental para el éxito a medio y largo plazo de una empresa. En nuestro estudio encontramos que los dueños de las MYPES se centran en obtener clientes satisfechos para poder fidelizarlos y que estos traigan nuevos clientes por recomendación, lo cual genera

que se aumente un mayor volumen de clientes, recalando que para que sus clientes se encuentren satisfechos deben ofrecerle lo mejor de lo mejor.

Área de desarrollo

El 44.4% ha desarrollado más su tiempo gerencial en el área de RR.HH, mientras que el 22.22% lo desarrollo en el área de logística esto demuestra que los representantes de las MYPES enfocan su potencial en el recurso humano siendo este el motor de empuje para su buen funcionamiento organizacional.



VI. CONCLUSIONES

Respecto a los datos generales del encuestado

La mayoría de los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio-rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013 son del género masculino, tienen una edad promedio de 45 a 50 años de edad y en su mayoría tienen estudios básicos como es la secundaria.

Con respecto a los datos generales de la empresa

La mayoría de los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio-rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote 2013, tienen de 1 a 10 trabajadores, con un tiempo de actividad empresarial de 5 años a más, desconociendo sobre técnicas de gestión empresarial, en la cual solo se reconoció la técnica de mejora continua para su negocio, presentándose ante sus trabajadores como jefes, por consiguiente los representantes afirman en su mayoría que siguen un plan estratégico para aumentar su rentabilidad, dando a entender la mayoría de representantes que el plato de mayor acogida es el ceviche y que los días de mayor concurrencia son los fines de semana.

Respecto a la gestión de calidad de la empresa

La mayoría de los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio-rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. Mantienen los estándares de calidad en su empresa, lo cual en su mayoría perciben que aplicar una gestión de calidad en su empresa le proporciona resultados que le ayudan a lograr sus objetivos, obteniendo como resultado clientes satisfechos, los representantes afirmaron en su mayoría que el área que ha desarrollado más su tiempo gerencial es el área de RR.HH. siendo el motor de empuje para su óptimo funcionamiento.

Referencias bibliográficas

Arenas, A. (2009). Sistema de gestión de la calidad según ISO-9000. Argentina: El Cid Editor | apuntes. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Beltrán, O. (2014). Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las mypes del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014. Informe de tesis para optar el título de licenciado en administración. Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Benzaquen, DLC. (2006). Calidad en las empresas latinoamericanas: El caso peruano, recuperado del sitio web:
http://gcg.universia.net/pdfs_revistas/articulo_255_1366903351189.pdf

Diario el peruano. (2010). Mype serán capacitadas para mejorar gestión empresarial, recuperada el 22 de Agosto de 2014, del sitio web:
<http://asesorempresarial.com/web/novedad.php?id=4329>

Fontalvo, H. T. J. (2006). La gestión avanzada de la calidad: metodologías eficaces para el diseño, implementación y mejoramiento de un sistema de gestión de la calidad. Colombia: Corporación para la gestión del conocimiento ASD 2000. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Gestion25, (2015). Cevicherías esperan aumentar sus ventas en 20% este año, obtenido del sitio web:
<http://gestion.pe/noticia/693251/cevicherias-esperan-aumentar-sus-ventas-20-este-ano>

Huaman, J. (2009), Las Mypes en el Peru, obtenido del sito web:
<http://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru/>

Hernandez, D. (2011). Gestión empresarial efectiva y mejora continua de las MiPyMEs del sector comercio en Lima, obtenido del sitio web:

<http://www.gestiopolis.com/gestion-empresarial-efectiva-mejora-continua-mipymes-sector-comercio-lima/>

Hernandez, S. (2014). Gestion de calidad, marketing y competitividad de las mypes del sector servicio rubro resaurantes del distrito de la esperanza, año 2014. Informe de tesis para optar el titulo de licenciada en administracion. Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Ley 30056. (2013). Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, recuperado del sitio web:

http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/SNIL/normas/2013-07-02_30056_2966.pdf

Ley N° 28015,(2013). LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA LEY N° 28015 03/07/2013 , recuperado del sitio web:

http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

Meic. (2015). Pyme y Sistema Nacional de la Calidad costarricense se fortalecen, recuperado del sitio web:

<http://www.meic.go.cr/comunicado/350/pymes-y-sistema-nacional-de-la-calidad-costarricense-se-fortalecen>

Merli, G. (2007). La calidad total como herramienta de negocio. España: Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Olmos, C. (2009). Calidad y excelencia en la gestion de las Pymes españolas, recuperado del sitio web:

https://books.google.com.pe/books?id=Ka46zNiFgMgC&pg=PA78&lpg=PA78&dq=problema+de+la+gestion+de+calidad+de+las+pymes+en+europa&source=bl&ots=Wei9_zJONh&sig=00Z0_Ilx04ITHUykScIZsGPb_1c&hl=es&sa=X

ved=0CCMQ6AEwAjgKahUKEwi85Yza94HJAhXE7SYKHcjFA0c#v=onepage&q=problema%20de%20la%20gestion%20de%20calidad%20de%20las%20pymes%20en%20europa&f=false

Pola, M. Á. (2009). Gestión de la calidad. España: Marcombo. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Ríos, M. (2014). Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de Huanchaco año 2014. Informe de tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Sánchez, J. (2013). Gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las mypes rubro restaurantes – provincia de Trujillo año 2013. Proyecto de tesis para optar el título de licenciado en administración. Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Sifuentes, C. (2015). Historia del ceviche, recuperado del sitio web: <http://comidaperuana.about.com/od/Cebiche/a/Historia-Del-Ceviche.htm>

Tello, S. (2014), Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país, recuperado del sitio web:
[file:///C:/Users/user/Downloads/623-2136-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/623-2136-1-PB%20(1).pdf)

ANEXOS:

Anexo 01: Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	SEMANA									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mejoramiento y aprobación del proyecto de tesis			x							
Mejoramiento del informe final de tesis				x						
Revisión y corrección del estadístico					x	x				
Revisión y corrección de estilo						x	x			
Enviar a la comisión										
Pre banca								x		
Empastado del informe de tesis									x	
Sustentación de tesis										x

Anexo 02: Presupuesto

- Recurso humano.
- Recurso económico.
- Celulares.
- Computadora.
- Unidades de almacenamiento (USB).

CONCEPTO	VALOR
Usb	30.00
Pasajes	20.00
internet	30.00
Impresión del proyecto	50.00
Folders	10.00
Otros	5.00
Total	S/145.00

Anexo 03: Población y muestra

MYPES DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO CEVICHERIAS DEL P.J MIRAFLORES BAJO DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE, 2013.	
MYPES	DIRECCIÓN
Cevicheria: “Arturo”	Av. Pardo N° 1822 Miraflores Bajo.
Cevicheria: “La Talareña”	Jr. Ica N°6990 Miraflores Bajo.
Cevicheria: “El chino”	Pasaje España Mz E1- Lot 38 Miraflores Bajo.
Cevicheria: “Bravo”	Jr. Santa Cruz N° 388 Miraflores Bajo.
Cevicheria: “El Ají Seco”	Jr. San Pedro N° 552 Miraflores Bajo.
Rest. Cevicheria: “La Ramada”	Almirante Guisse N°466 Miraflores Bajo.
Cevicheria: “Sol y Luna”	Jr. Ica N° 548 Miraflores Bajo.
Cevicheria: “Oceánica”	Pro. Leoncio Prado N°1829 Miraflores Bajo.
Rest. Cevicheria: “El Picante”	Jr. Santa Cruz N° 433 Miraflores Bajo.
Rest. Cevicheria: “Ramón”	Av. Pardo N° 1826 Miraflores Bajo.
Cevicheria: “Gina”	Jr. Santa Cruz N°370 Miraflores Bajo.
Cevicheria: “Camarones y Langostinos”	Av. Pardo N°1724 Miraflores Bajo.
Cevicheria: “ El Marino Bar”	Jr. Moquegua y Pro. Espinar Mz12- Lot 1 Miraflores Bajo.
Cevicheria: “ Obregón”	Pro. Espinar Mz A1- Lot 2 Miraflores Bajo.
Cevicheria: “La Pezca”	Pro. Espinar Mz 10- Lot 11B Miraflores Bajo.
Cevicheria: “Charly”	Jr. Moquegua N°574 Miraflores Bajo.
Cevicheria Bar : “La Norteña”	Av. Meiggs N° 896 Miraflores Bajo.
Rest. Cevicheria: “La Parihuela”	Pro. Leoncio Prado N° 1534 Miraflores Bajo.

04: Cuestionario

9.-¿ Sigue la organización un plan de negocios estratégicos?

- a) Si b) No

10.-¿ Que plato tiene mayor acogida en su cevichería?

- a) Ceviche b) Jugoso c) Jales d) Chicharrón e) Reventado de cangrejo

11.-¿ Qué días tiene mayor volumen de clientes?

- a) Entre semana b) Fin de semana

12.-¿ Mantiene los estándares de calidad en su empresa?

- a) Si b) No

13.-¿ Percibe que aplicar una gestión de calidad en su empresa le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos

14.-¿ Qué resultados ha logrado su Mype con la aplicación de la Gestión de la calidad?

- Oferta productos de mayor y mejor calidad
- Dispone de procesos internos más eficientes
- Cuenta con clientes más satisfechos
- Su empresa se adapta fácilmente ante los cambios en el mercado
- Está creciendo más su empresa
- Percibe que su empresa es más rentable
- Tiene empleados más satisfechos/ motivados

15.-¿ Qué área ha desarrollado más en su tiempo gerencial?

- a) Marketing b) Finanzas c) Contabilidad d) RR.HH e) Logística f) Otros.




MBA. LIC. Adm. Felipe Urquiza Yuma
REG. ÚNICO de Colegación N° 0480

Anexo 05: Hoja de tabulación.

Pregunta	Respuestas	Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
A) REPRESENTANTES				
1° ¿ Género?	a) Femenino	III III III	14	22.2%
	b) Masculino	III	4	77.8%
	TOTAL	18	18	100%
2° ¿Su edad promedio es?	18 a 25 años		0	22.2%
	26 a 34 años	III	4	0.0%
	35 a 44 años	III III	6	33.4%
	45 a 50	III I	8	44.4%
	51 a más			
	TOTAL	18	18	100%
3° Grado de instrucción	Postgrado		0	0.0%
	Estudios universitarios	III III	8	44.4%
	Estudios técnicos	III	4	22.2%
	Estudios básicos	III I	6	33.4%
	Sin instrucción		0	0.0%
	TOTAL	18	18	100%
B) DE LA MYPE				
4° ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?	a) 1 a 5	III I	6	33.3%
	b) 1 a 10	III III	9	50%
	c) 1 a 15	III	3	16.7%
	d) 1 a 20		0	
	TOTAL	18	18	100%
5° ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial?	a) Meses		0	0.0%
	b) 1 año		0	0.0%
	c) 2 años		0	0.0%
	d) 3 a 5 años	III	5	27.8%
	e) 5 a mas	III III III	13	72.2%

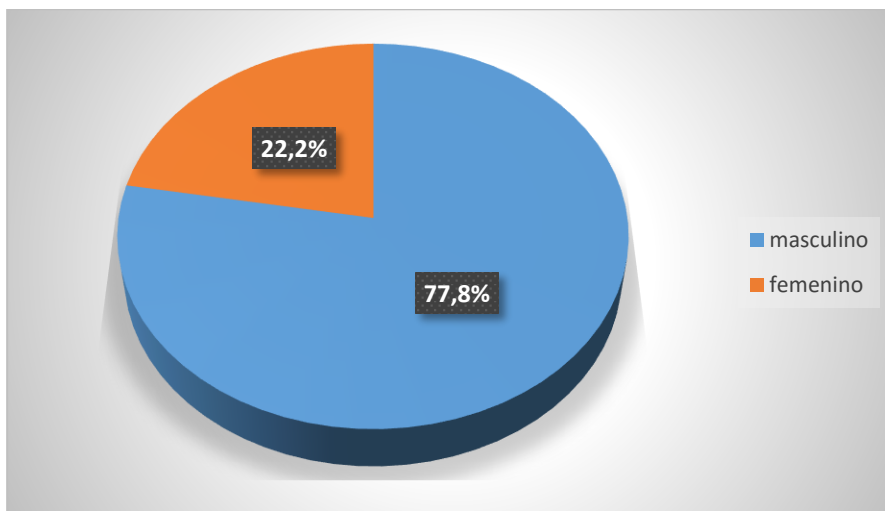
	TOTAL	18	18	100%
C) GESTION DE LA CALIDAD				
6° ¿Conoce técnicas de gestión empresarial?	Si	IIII II	7	38.9%
	No	IIII IIII I	11	61.1%
TOTAL	18	18	100%	TOTAL
7° ¿Si conoce sobre técnicas de gestión empresarial?	a) Planeamiento estratégico	III	3	16.6%
	b) Mejora continua	IIII IIII	10	55.6%
	d) Outsourcing			
	e) Liderazgo	I	1	5.6%
	f) Lluvia de ideas	IIII	4	22.2%
	g) Otros.			
	TOTAL	18	18	100%
8° ¿Respecto a su liderazgo usted como propietario, como se presenta ante sus colaboradores?	Líder	IIII	5	27.8%
	Jefe	IIII II	7	38.9%
	Dueño	II	2	11.1%
	Colaborador	IIII	4	22.2%
	TOTAL	18	18	100%
9° ¿Sigue la organización un plan de negocios estratégicos?	Si	IIII IIII IIII	15	83.3%
	No	III	3	16.7%
	TOTAL	18	18	100%
10° ¿Qué plato tiene mayor volumen de clientes?	a) Ceviche	IIII II	7	38.8%
	b) Jugoso	IIII	5	27.8%
	c) Jalea		0	0.0%
	d) Chicharrón	III	3	16.7%
	e) Reventado de cangrejo	III	3	16.7%
		TOTAL	18	18
11° ¿Qué días tiene	a) Entre semana		0	0.0%

mayor volumen de clientes?	b) Fin de semana	III III III III	18	100%
	TOTAL	18	18	100%
12° ¿Mantiene los estándares de calidad en su empresa?	a) Si	III III IIII	14	77.8%
	b) No	IIII	4	22.2%
	TOTAL	18	18	100%
13° ¿Percibe que aplicar una gestión de calidad en su empresa le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos?	a) Si	III III IIII	14	77.8%
	b) No	IIII	4	22.2%
	TOTAL	18	18	100%
14° ¿Qué Resultados ha logrado su mype con la aplicación de la gestión de calidad?	Oferta productos de mayor y mejor calidad		0	0.0%
	Dispone de procesos internos más eficientes	IIII	4	22.2%
	Cuenta con clientes más satisfechos	III II	7	38.9%
	Su empresa se adapta fácilmente ante los cambios en el mercado		0	0.0%
	Está creciendo más su empresa	III	3	16.7%
	Percibe que su empresa es más	IIII	4	22.2%

	rentable			
	Tiene empleados más satisfechos motivados		0	0.0%
15° ¿Qué área ha desarrollado más en su tiempo gerencial?	TOTAL	18	18	100%
	a)Marketing		0	0.0%
	b)Finanzas		0	0.0%
	c)Contabilidad	III I	6	33.3%
	d) RR.HH	III III	8	44.4%
	e) Logística	III	4	22.3%
	f)Otros		0	
	TOTAL	18	18	100%

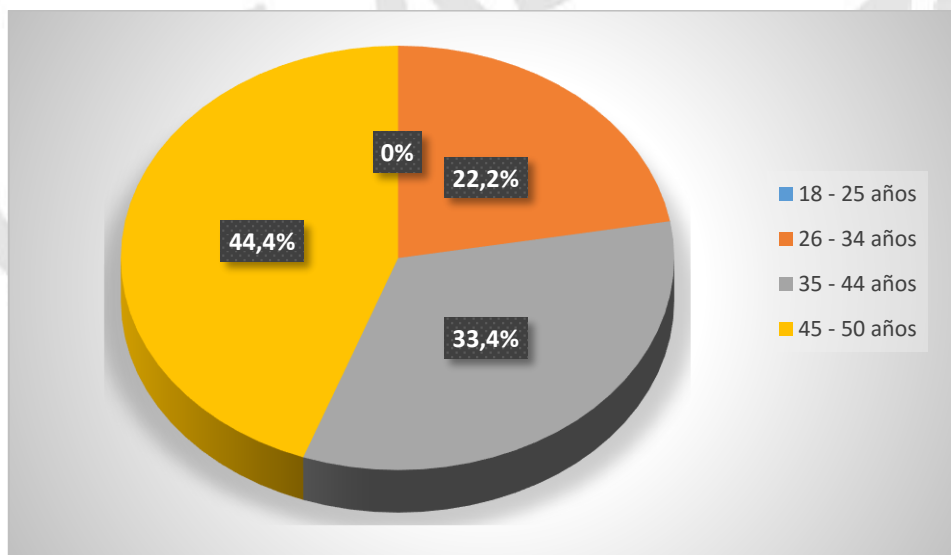
Anexo 06: Figuras.

Figura N° 01: Género del representante



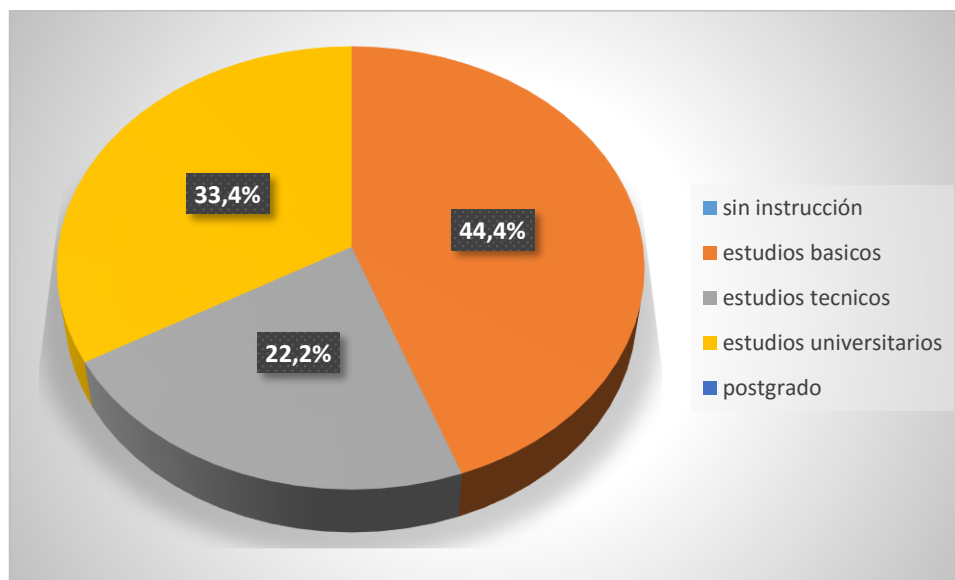
Fuente: Tabla 1.

Figura 02: Edad



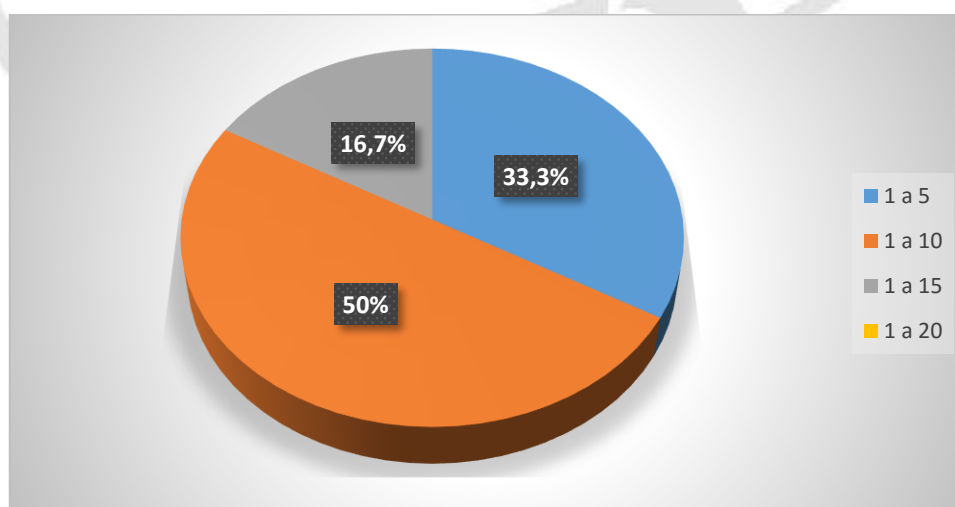
Fuente: Tabla 1.

Figura 03: Grado de instrucción



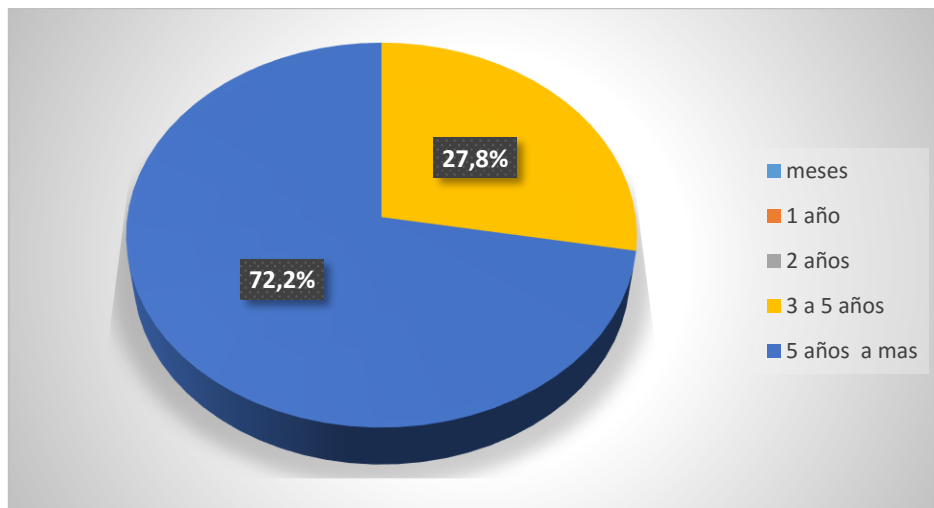
Fuente: Tabla 1.

Figura 04: N° de trabajadores



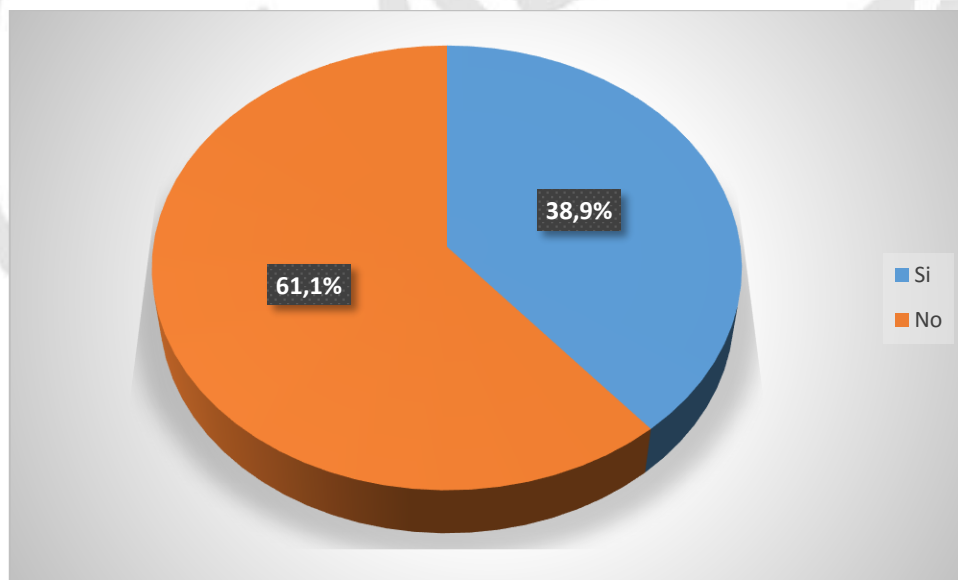
Fuente: Tabla 2.

Figura 05: Tiempo de actividad



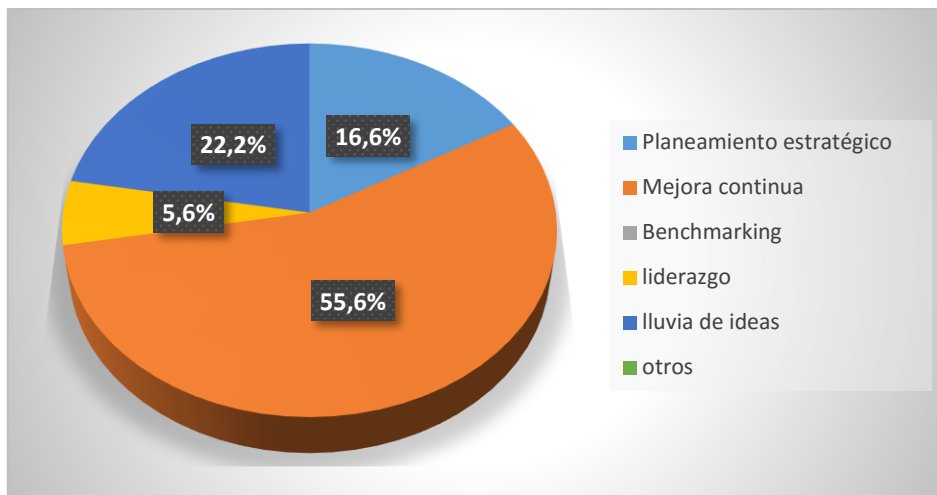
Fuente: Tabla 5.

Figura 06: Conoce de técnicas de gestión empresarial



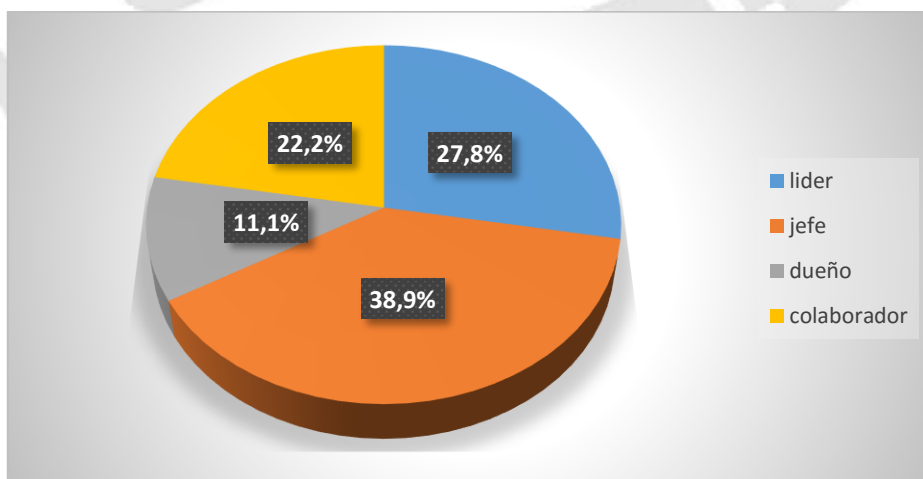
Fuente: Tabla 3.

Figura 07: Técnicas de gestión que reconoce



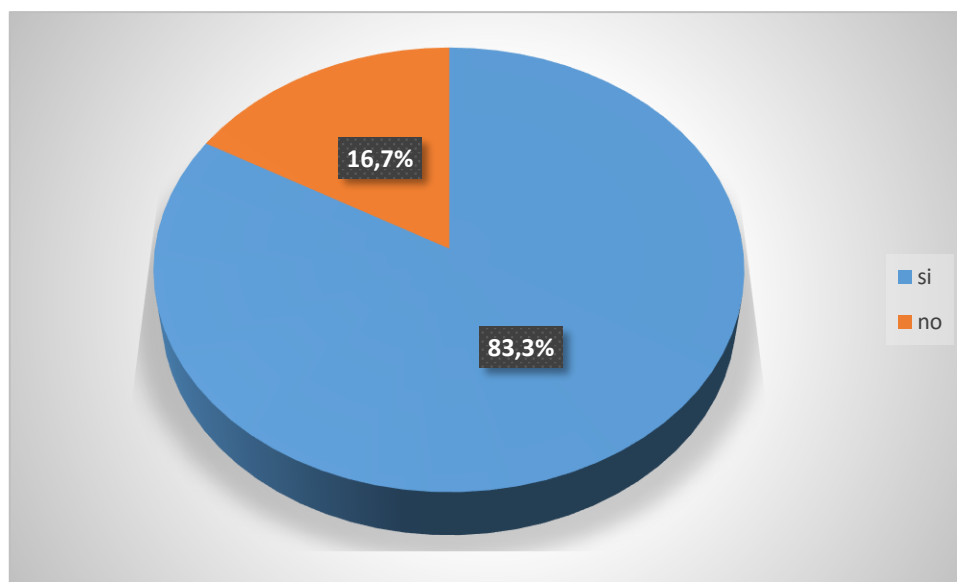
Fuente: Tabla 3.

Figura 08: Como se representa ante sus colaboradores



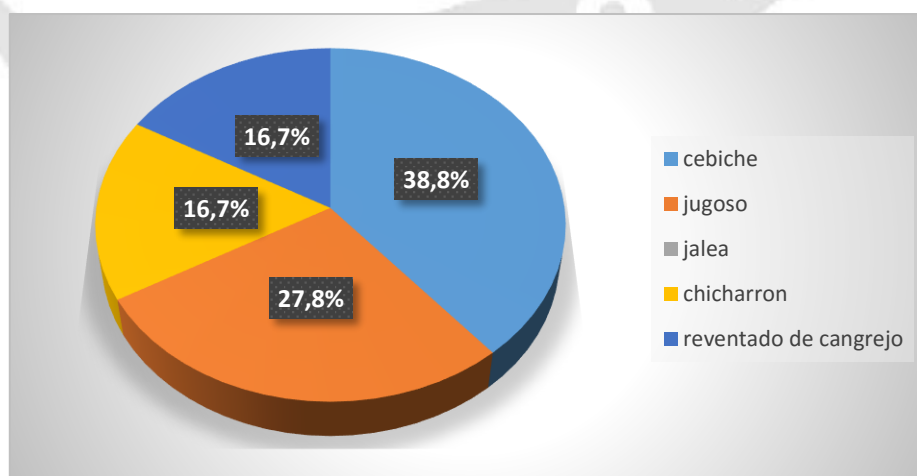
Fuente: Tabla 3.

Figura 09: Sigue su organización un plan de negocios estratégicos



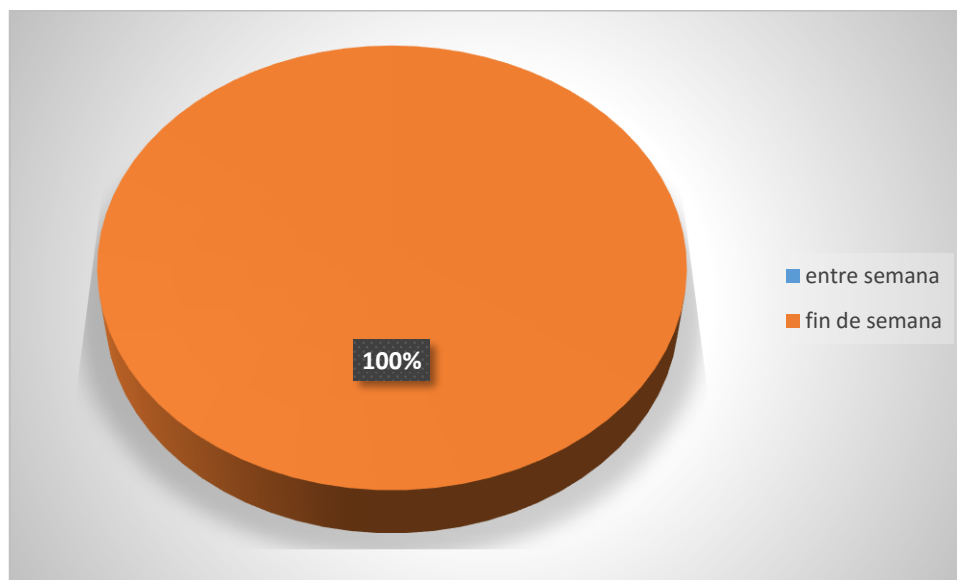
Fuente: Tabla 3.

Figura 10: Plato de mayor acogida



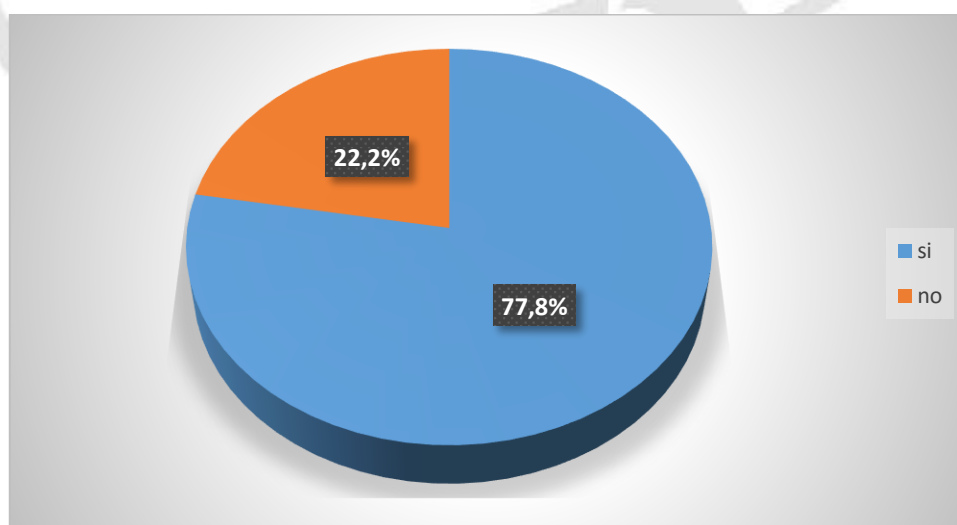
Fuente: Tabla 3.

Figura 11: Días de mayor concurrencia



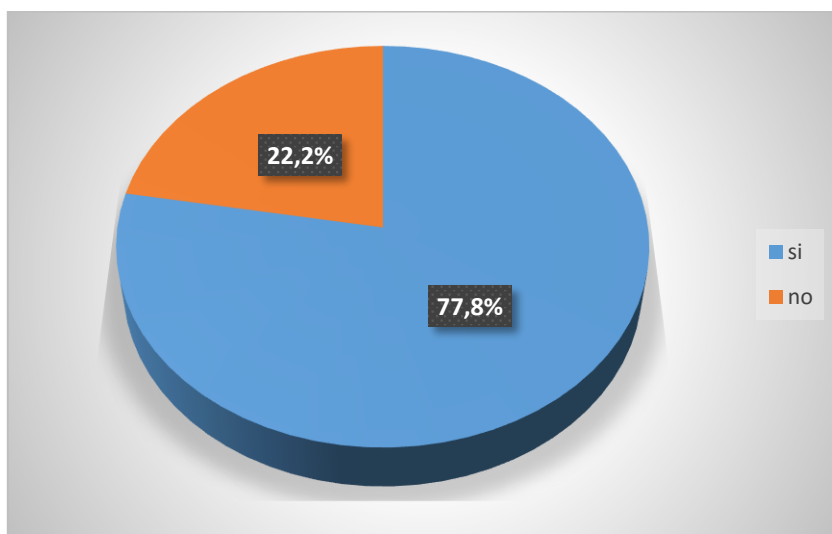
Fuente: Tabla 3.

Figura 12: Estándares de calidad en su empresa



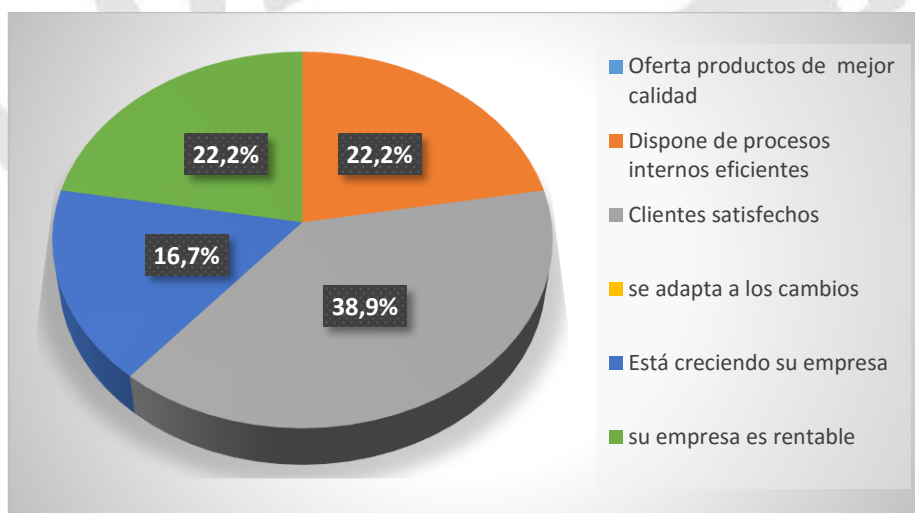
Fuente: Tabla 3.

Figura 13: La gestión de calidad el ayuda a cumplir con sus objetivos



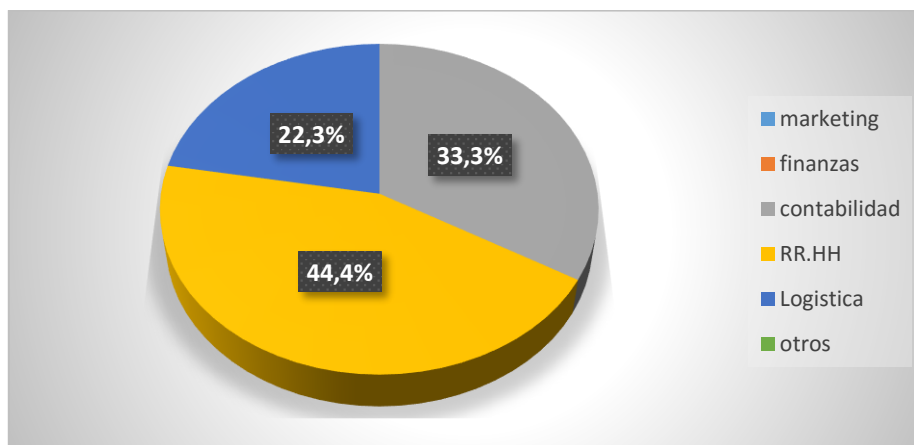
Fuente: Tabla 3.

Figura 14: Resultados logrados con la aplicación de la gestión de calidad



Fuente: Tabla 3.

Figura 15: Área de desarrollo



Fuente: Tabla 3.

