

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD
COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE
CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DE
LA URBANIZACIÓN PUERTAS DE PRO, DEL DISTRITO
LOS OLIVOS, 2018**

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

AUTOR:

Bach. RICARDO ZARAGOZA CÓRDOVA

ORCID: 0000-0003-0683-0921

ASESOR:

Mgtr. SIMÓN POMA ANCCASI

LIMA – PERÚ

2019

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización puertas de pro, del distrito Los Olivos, 2018

2. HOJA FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Dra: Zenozain Cordero, Camen Rosa

Presidente

Lic. Espinosa Otoyá, Víctor

Miembro

Mgter. Meza de los Santos, Juan Pablo

Miembro

Mgter. Poma Anccasi, Simón

ASESOR

3. EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Zaragoza Córdova, Ricardo

ORCID: 0000-0003-0683-0921

Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote, estudiante de pregrado,

Lima, Perú

ASESOR

Poma Anccasi, Simón

ORCID: 0000-0001-6594-8650

Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias

contables, Financiera y Administrativas, escuela profesional de

administración, Lima, Perú

JURADO

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

Presidente

ORCID ID: 0000-0001-6079-2319

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

Miembro

ORCID ID: 0000-0002-7260-5581

Meza de los Santos, Juan Pablo

Miembro

ORCID ID: 0000-0001-8852-1342

4. AGRADECIMIENTO

A dios todo poderoso:

Quien ha forjado mi camino y me
dirigido por el sendero correcto,
quien día a día guía mis pasos,
quien guía mi destino de mi vida.
Gracias mi Dios

5. DEDICATORIA

A mi madre:

Mi primera maestra, a ella por darme la vida y valiosa enseñanza de mi vida, por sus consejos. Por ser un ejemplo de mi vida.

6. RESUMEN

La presente investigación titulada Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización Puertas de Pro, del distrito Los Olivos, 2018, estableció como objetivo Proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018, se empleó la metodología de tipo cuantitativo de nivel descriptivo, diseño no experimental y transversal, siendo agrupados los resultados según el objetivo de estudio. Se encontró que el 53.3% casi siempre la empresa cuenta con programas de capacitación de personal para el desarrollo personal y organizacional, el 33.3% siempre la empresa otorga los comprobantes de pago para reducir los pagos de impuestos, el 46.7% siempre la empresa establece políticas de ventas adecuadas al cliente, el 40% siempre la organización utiliza las herramientas de gestión de calidad, el 60% siempre la empresa realiza la evaluación y bonifica a sus colaboradores en el desempeño laboral. Lo que determina que las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos están inmersas en el mundo competitivo del mercado en el que se han posicionado, contando con una buena gestión de calidad que deben seguir desarrollándose para brindar un mejor servicio a los clientes.

Palabras clave: competitividad, gestión de calidad, micro y pequeñas empresas.

7. ABSTRACT

This research entitled Proposal to improve competitiveness as a relevant factor for quality management in micro and small businesses in the service sector, restaurants in the Puertas de Pro Urbanization, Los Olivos district, 2018, set the objective of Proposing improvements of competitiveness as a relevant factor for quality management in micro and small businesses in the services sector, restaurants in the Puertas Pro urbanization of Los Olivos district, 2018, the quantitative and methodology of descriptive and level was used , non-experimental and transverse design, the results being grouped according to the objective of the study. It was found that 53.3% almost always the company has personnel training programs for personal and organizational development, 33.3% always gives the company proof of payment to reduce tax payments, 46.7% always establishes policies of adequate sales to the client, 40% always the organization uses quality management tools, 60% always the company carries out the evaluation and rewards its employees in the work performance. What determines that the micro and small companies of the service sector, heading restaurants of the Gates Pro urbanization of the Los Olivos district are immersed in the competitive world of the market in which they have been positioned, have a good quality management that they should Continue to develop to provide a better service to customers.

Keywords: competitiveness, quality management, micro and small businesses.

8. CONTENIDO

| | | |
|------|---|------|
| 1. | TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN | ii |
| 2. | HOJA FIRMA DE JURADO Y ASESOR | iii |
| 3. | EQUIPO DE TRABAJO | iv |
| 4. | AGRADECIMIENTO | v |
| 5. | DEDICATORIA | vi |
| 6. | RESUMEN | vii |
| 7. | ABSTRACT | viii |
| 8. | CONTENIDO | ix |
| 9. | ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS | x |
| I. | INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. | REVISACIÓN DE LA LITERATURA | 8 |
| 2.1. | Antecedentes | 8 |
| 2.2. | Bases teóricas | 17 |
| 2.3. | Marco conceptual de la investigación | 26 |
| III. | METODOLOGIA | 30 |
| 3.1. | Diseño de la investigación | 30 |
| 3.2. | Población y muestra | 31 |
| 3.3. | Definición y operacionalización de variables | 33 |
| 3.4. | Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 35 |
| 3.5. | Plan de análisis | 35 |
| 3.6. | Matriz de consistencia | 37 |
| 3.7. | Principios éticos | 39 |
| IV. | RESULTADOS | 41 |
| 4.1. | Resultados | 41 |
| 4.2. | Análisis de resultados | 66 |
| V. | CONCLUSIONES | 89 |
| VI. | RECOMENDACIONES | 91 |
| | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 92 |
| | ANEXOS | 95 |
| | ANEXO N° 1 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS | 96 |
| | ANEXO N° 02 DIRECTORIO DE LA MYPE EN ESTUDIO | 100 |
| | ANEXO N° 03 PROPUESTA DE MEJORA | 101 |

9. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Edad | 41 |
| Tabla 2. Genero..... | 42 |
| Tabla 3. Grado de instrucción | 42 |
| Tabla 4. Cargo que se desempeña | 43 |
| Tabla 5. Tiempo que se desempeña | 44 |
| Tabla 6. Tiempo de permanencia de la empresa | 45 |
| Tabla 7. Número de trabajadores | 46 |
| Tabla 8. Las personas que trabajan en su empresa son: | 47 |
| Tabla 9. Objetivo de creación | 48 |
| Tabla 10. Tipo de constitución de la empresa..... | 49 |
| Tabla 11. La empresa establece políticas de ventas adecuadas al cliente | 50 |
| Tabla 12. La empresa se siente satisfecha con el consumo de sus clientes..... | 51 |
| Tabla 13. La empresa otorga los comprobantes de pago para reducir los pagos de impuestos .. | 52 |
| Tabla 14. La empresa realiza inventarios periódicamente para medir sus estados financieros... | 53 |
| Tabla 15. La empresa cuenta con programas de capacitación de personal para el desarrollo personal y organizacional..... | 54 |
| Tabla 16. La empresa aplica la política de seguridad e higiene, para sus colaboradores en la manipulación de los alimentos. | 55 |
| Tabla 17. La empresa cuenta con tecnología de información y comunicación..... | 56 |
| Tabla 18. Su organización o la empresa cuenta con un plan de contingencia..... | 57 |
| Tabla 19. La empresa establece procesos de actividades administrativas y operativas de acuerdo a los objetivos establecidos. | 58 |
| Tabla 20. La empresa cuenta con un plan estratégico y un plan operativo. | 59 |
| Tabla 21. La organización cuenta con un plan de acción..... | 60 |
| Tabla 22. La empresa cuenta con un manual de organización y funciones y ROF donde las tareas y funciones de los colaboradores están especificadas..... | 61 |
| Tabla 23. La empresa compara los logros y las metas con lo planificado. | 62 |
| Tabla 24. La organización utiliza las herramientas de gestión de calidad. | 63 |
| Tabla 25. La empresa cuenta con programa de mejora de calidad continua. | 64 |
| Tabla 26. La empresa realiza la evaluación y bonifica a sus colaboradores en el desempeño laboral..... | 65 |

Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Edad | 41 |
| Figura 2. genero | 42 |
| Figura 3. Grado de instrucción..... | 43 |
| Figura 4. Cargo que se desempeña..... | 44 |
| Figura 5. Tiempo que se desempeña | 45 |
| Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa..... | 46 |
| Figura 7. Número de trabajadores | 47 |
| Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son:..... | 48 |
| Figura 9. Objetivo de creación | 49 |
| Figura 10. Tipo de constitución de la empresa..... | 50 |
| Figura 11. La empresa establece políticas de ventas adecuadas al cliente | 51 |
| Figura 12. La empresa se siente satisfecha con el consumo de sus clientes | 52 |
| Figura 13. La empresa otorga los comprobantes de pago para reducir los pagos de impuestos | 53 |
| Figura 14. La empresa realiza inventarios periódicamente para medir sus estados financieros. | 54 |
| Figura 15. La empresa cuenta con programas de capacitación de personal para el desarrollo personal y organizacional..... | 55 |
| Figura 16. La empresa aplica la política de seguridad e higiene, para sus colaboradores en la manipulación de los alimentos. | 56 |
| Figura 17. La empresa cuenta con tecnología de información y comunicación | 57 |
| Figura 18. Su organización o la empresa cuenta con un plan de contingencia. | 58 |
| Figura 19. La empresa establece procesos de actividades administrativas y operativas de acuerdo a los objetivos establecidos. | 59 |
| Figura 20. La empresa cuenta con un plan estratégico y un plan operativo..... | 60 |
| Figura 21. La organización cuenta con un plan de acción | 61 |
| Figura 22. La empresa cuenta con un manual de organización y funciones y ROF donde las tareas y funciones de los colaboradores están especificadas..... | 62 |
| Figura 23. La empresa compara los logros y las metas con lo planificado. | 63 |
| Figura 24. La organización utiliza las herramientas de gestión de calidad. | 64 |
| Figura 25. La empresa cuenta con programa de mejora de calidad continua..... | 65 |
| Figura 26.. La empresa realiza la evaluación y bonifica a sus colaboradores en el desempeño laboral..... | 66 |

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro, del distrito Los Olivos, 2018”, proviene de las líneas de investigación “Propuesta de mejora de la gestión de calidad, competitividad, rentabilidad de las micro pequeñas empresas” que son designadas por la Escuela de Administración “ULADECH – LIMA” comprendiendo el campo disciplinar promoción de las micro pequeñas empresas y se vinculan con las variables que utilizaremos para realizar nuestra investigación que son competitividad y gestión de calidad que se utilizarán en esta investigación. La estructura de la investigación consta de V capítulos, en donde en el capítulo I se encuentra la introducción, en el capítulo II la revisión de la literatura, capítulo III metodología, capítulo IV resultados y capítulo V conclusiones.

Las MYPES en el Perú representan el 96.5% del total de las empresas en el Perú y son las que mayores problemas tienen ya que no cuentan con suficiente apoyo, tienen poco acceso a crédito y asesoría.

Sin embargo, las MYPE enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo. Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados.

Además, las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas.

La mayor parte de los empresarios tienen profundo conocimiento técnico, pero existe resistencia a delegar responsabilidad, y esto se debe a que los dueños de las pequeñas empresas no confían en sus subordinados y creen que es el único que puede resolver conflictos.

El microempresario se ha dado cuenta que necesita asesoría externa para llevar mejor las riendas de su negocio, pero esto está muy caro, es por ello que aspectos como la selección, el reclutamiento, la capacitación de personal y estrategias de negocio deben ser analizados dentro de la organización.

La gestión de calidad, denominada también como sistema de gestión de la calidad, son aquel conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma. La misión siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad. (ABC, 2016)

Ferraz y colaboradores (2004) mencionan que una empresa es competitiva si es capaz de formular y aplicar estrategias que la lleven a una posición de mercado sostenida o ampliada en el segmento de la industria donde opera. Las estrategias, las capacidades y el desempeño de una empresa deben ser coherentes con los patrones de competencia prevalecidos en la actividad realizada, es decir, se define sobre la base de las empresas, es posible considerar, por extensión que un sector es competitivo si una proporción alta de valor de producción se origina de empresas que son y deben presentar cuatro elementos.

Las micro y pequeñas empresas a nivel microambiente nos habla que estas no tienen una negociación directa con los proveedores y esto se debe al bajo volumen de compra y al reducido. Ya que a pesar las MYPE tengan un poder de negociación

muy limitado, el microempresario cumple con los requisitos exigidos por el proveedor.

Para el ambiente externo tiene que ver con los medios que utilizan para la buena administración del local y entre ellas tenemos: aspecto político legal, tiene como objetivo regular la parte administrativos como es de la Licencia de Funcionamiento en sus distintas modalidades en la jurisdicción del Gobierno Local, para que esta manera pueda funcionar sin problema alguno.

La MYPE dedicadas en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, año 2018, cuenta con el permiso de funcionamiento otorgado por la municipalidad para poder brindar un servicio legal como son: SUNAT; es un derecho que realizan las MYPES de pagar sus impuestos, por la presentación de servicios, atreves de la entrega de sus comprobantes de pago. La licencia de funcionamiento; brinda el permiso de poder efectuar o seguir en marcha el negocio. Defensa civil; es muy importante porque cumple con una acción de prevención a solicitud comprende un conjunto de procedimientos y acciones efectuadas por los Órganos Ejecutantes, con la intervención de los inspectores técnicos de seguridad de defensa civil autorizados por el INDECI, conducentes a verificar y evaluar el cumplimiento de las normas de seguridad de defensa civil vigentes en los objetos de inspección a fin de prevenir y reducir el riesgo debido a un peligro origen natural o inducido por el hombre y mantener la seguridad de las personas.

En el aspecto económico como se puede saber en la ciudad capital de Perú, es el lugar que tiene mayor movimiento y actividad comercial, siendo esta ciudad el centro financiero del país, además de ocupar el 35% de su producción industrial.

Dentro de los principales rubros económicos que destacan se pueden encontrar a la industria manufacturera, el comercio en general y un servicio reamente resaltante y sumamente explotable como lo es el turismo, que hoy por hoy está adquiriendo un incalculable valor y está siendo fomentado intensamente.

Las sedes de las empresas más importantes están ubicadas en distritos elegantes como San Isidro, que en estos últimos años ha adquirido gran peso y renombre por ser el centro financiero de la ciudad. En cifras, Lima viene a ser el 57% de la industria nacional, el 46% de la población económicamente activa (PEA) y el 53% del Producto Bruto Interno (PBI).

En el aspecto sociocultural son las de necesidades básicas es aquella en la que quizás el Perú está más en deuda según el Índice de Progreso Social. Según el informe nuestro país se encuentra en puesto 74 en dicha dimensión. En ella, se toman en cuenta subcomponentes como muertes por enfermedades infecciosas, acceso rural al agua, acceso a los servicios mejorados de saneamiento, en los que nuestro país tiene un bajo desempeño.

Solo por poner un ejemplo, en el aspecto de agua y saneamiento el Perú se encuentra en el puesto 85, mostrando un bajo desempeño. En tanto, el Índice de Progreso Social muestra una ligera mejoría en cuanto a la seguridad personal (del puesto 112 al 88), aunque en cuanto a la criminalidad percibida, estamos en el puesto 92.

En el factor de la tecnología, en estos tiempos vivimos en un mundo netamente globalizado, lo que nos permite tener uso de las nuevas tecnologías permitiendo el desarrollo de las empresas, como para la implementación de equipos electrónicos para realizar mejoras técnicas de funcionamiento y procesamiento para poder alcanzar los objetivos de la calidad de servicio y las ventas logrando el objetivo que es obtener una buena rentabilidad y así alcanzar los objetivos de calidad de servicio,

producto de calidad ya que a medida del tiempo van surgiendo y saliendo a la luz nuevos instrumentos para poder realizar dichas actividades con mayor eficiencia.

En cuanto al endeudamiento en Lima; tienen un gran potencial de crecimiento y desarrollo; por ello, debemos tratar de ayudarlas a mejorar su gestión empresarial para que puedan crecer de manera sostenida. Además, deben estar innovando siempre y deben utilizar nuevas estrategias de mercado para hacer frente a competidores más grandes.

Esto permite que las MYPE del rubro restaurantes optaran estratégicamente luchar competitivamente con la mejor, publicidad, introducción de nuevos productos y aumento de garantías a los clientes.

Debido a la creciente competencia que surge en las organizaciones, producto a las mayores exigencias del consumidor en cuanto a la calidad, servicio y entrega que requiere por el servicio que se le presentan; características propias de la situación problemática llevan a enunciar el problema general como: ¿Cuáles son las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018?, así el objetivo de la investigación es “proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018”. Además, se han establecido como objetivos específicos (a) Identificar los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018. (b) Describir los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector

servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018. (c) Elaborar la propuesta de mejora en la competitividad como factor relevante en la mejora para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018. Seguidamente la investigación tiene la metodología de tipo cuantitativo, nivel de descriptivo y su diseño es no experimental y transversal, su instrumento de recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario, el plan de análisis que se utilizó en esta investigación fue el programa estadístico SPSS.

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

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

generarse una ventaja competitiva desarrollando un excelente sistema de calidad que les permita posicionarse en el mercado.

II. REVISACIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedente internacional

López (2018), realizó una investigación titulada “*gestión de calidad y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil – (Ecuador)*”.

Tuvo como objetivo diseñar un estudio de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. Actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener clientes satisfechos. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

A través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la

misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. Referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio. En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos.

Hidalgo (2015) realizó una investigación titulada *“Modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del GAADM CATON BABAHOYO – (Ecuador)”*. Tuvo como objetivo evidenciar la necesidad de los Usuarios del GADM del Cantón Babahoyo, de recibir de la Administración Municipal un Servicio de calidad, mejorar sus procesos administrativos con el fin de optimizar su gestión interna. Para esto el investigador direcciona la investigación hacia la búsqueda de la calidad en el servicio administrativa.

El modelo de gestión para mejorar la calidad en la atención a los usuarios del GADM del cantón Babahoyo, es validado por expertos en el tema, quienes consideran que los procesos actualmente levantados son los más relevantes al momento, pero sin embargo es importante en el mediano plazo, considerar la inclusión de todos los aspectos operativos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Babahoyo.

Contreras, Castillo y Salgado (2017). Realizó una investigación titulada *“Análisis de los factores determinantes de competitividad del sector astillero – (Colombia)”*. Tuvo como objetivo desarrollar el estudio de las variables de competitividad del sector astillero colombiano, se realizó una contextualización referente a sus actores y comportamientos mediante la recolección de información y datos asociados a la

situación empresarial de los astilleros, y a la aplicación de encuestas a los principales representantes de este sector de la industria, se determinaron los procesos que rigen su conducta.

La teoría de Michael Porter y la competitividad sistémica, nos brindaron un aporte amplio y riguroso de las variables a nivel micro, macro, meso y meta, que posteriormente fueron aplicadas al sector astillero y ajustadas en relación a lo que se planteó en la investigación, encontrando que las variables micro y macro son las que mejor se ajustan al sector astillero colombiano, en el sentido que fueron variables que se pudieron analizar y se pudieron estimar conforme a la información obtenida del sector mediante la estadística descriptiva, revisión bibliográfica y el uso de las encuestas.

Antecedente Nacional

Silva (2015). Realizo una investigación titulada *calidad del servicio al cliente en el restaurant la Lomita – Tambogrande – 2015*. Tuvo como objetivo general determinar la calidad del servicio al cliente del Restaurant La Lomita del Distrito de Tambo grande - 2015. Para dar cumplimiento a este objetivo, se realizó una investigación de método no experimental bajo la característica de nivel descriptivo. La población y muestra utilizada para la presente investigación fueron los clientes que acuden al restaurant, tomando una muestra de 171 clientes. Se aplicó como instrumento de recolección de datos encuestas aplicando el modelo SERVPERF que estudia las percepciones. Los resultados determinan que existe buena calidad del servicio ya que se obtuvo un promedio de 3,5 y el referente es 3.0.

Se ha logrado comprobar uno de los principales objetivos cuyo fin es determinar la percepción de los consumidores a través del método SERVPERF propuesto por Cronin y Taylor. En consecuencia, los resultados obtenidos dan evidencia empírica

de que es posible medir la calidad haciendo uso de las dimensiones planteadas en el modelo mencionado. b) Se puede concluir que calidad del servicio que brinda el Restaurant "La Lomita" es buena, según lo confirma la mayoría de encuestados, obteniendo un promedio de 3,5. e) Las dimensiones intangibles que han tenido mejor calificación son: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, con puntajes 3.5, 3.7, 3.9 y 3,6 respectivamente. La dimensión Fiabilidad hace referencia al interés que tiene la empresa por solucionar los problemas, realizar bien el servicio a la primera vez, aunque débil en las preguntas sobre la rapidez del servicio. la segunda hace mención que los mozos son muy atentos, siempre están dispuestos atenderlos. La tercera seguridad del servicio, la percepción es bastante favorable, ya que los empleados del restaurante generan confianza, los clientes se sienten seguros cuando realizan sus transacciones, el personal es siempre amable con los clientes, y tienen suficientes conocimientos para responder a sus respuestas y por último los aspectos relacionados a la empatía, los horarios son los más convenientes, que el restaurante se preocupa por sus intereses y que los empleados comprenden sus necesidades específicas.

Ganoa (2015) realizó una investigación titulada "*estrategias de diferenciación en el servicio como ventaja competitiva en el restaurant - pub el encanto de la Amazonía en la ciudad de Chiclayo-2015*". Tuvo como objetivo determinar la relación entre las estrategias de diferenciación en el servicio y la ventaja competitiva en el Restaurant-Pub El Encanto de la Amazonía. La metodología de la investigación se basó en un estudio de tipo descriptiva correlacional, ya que se buscó conocer la relación entre las variables diferenciación en el servicio y ventaja competitiva en el Restaurant-Pub El Encanto de la Amazonía, donde se consideró un diseño no experimental - Transaccional y se trabajó con una muestra de 150 personas. Además, se utilizó

como técnica e instrumento de recolección de datos la encuesta y el cuestionario respectivamente, y para el procesamiento de datos se utilizó el programa SPSS Statistics 19 y Microsoft Excel.

En el análisis de las estrategias de diferenciación en el servicio y sus procesos en el Restaurant – Pub El Encanto de la Amazonía se obtuvo como resultados positivos que el 62 % de los clientes si regresarían a consumir los productos, pese a que en algunos puntos muestran su indiferencia tales como en su satisfacción (51.33 %) y calidad de servicio (48 %) respectivamente. 2. En la identificación del proceso de las ventajas competitivas del Restaurant – Pub El Encanto de la Amazonía se obtuvo resultados poco favorables ya que los clientes muestran su indiferencia en puntos importantes como la tecnología (50 %), los precios del producto (46.67 %) y la falta de recursos (66.6 %) para desarrollar sus actividades. 3. Con respecto a la influencia y relación de las estrategias de diferenciación el servicio en la ventaja competitiva del Restaurant – Pub El Encanto de la Amazonía se determinó que la relación es altamente significativa ya que el valor de p es 0.01 para ambas variables.

Caro y Gonzales (2016) realizó una investigación titulada “*nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016*” La competitividad es un elemento clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de las empresas especialmente en el rubro turístico, de acuerdo con la literatura es un concepto multidimensional y son diversos los criterios para definirla y medirla. El objetivo de la presente investigación es determinar el nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo para el año 2016 evaluando aspectos internos de los mismos. Para medir la competitividad de los restaurantes se utilizó la metodología del Mapa de Competitividad del BID que contempla 8 dimensiones estratégicas por medio de las cuales se mide el nivel de competitividad

de la empresa como son: planeación estratégica, producción y aprovisionamiento, calidad, comercialización, recursos humanos, contabilidad y finanzas, gestión ambiental y sistemas de información. Estas dimensiones fueron divididas en aspectos y estos en características y las características en parámetros ejecutando un modelo regresivo para el procesamiento de los datos. Los parámetros asumieron valores cuantitativos mediante los cuales se hallaron los diferentes puntajes para cada dimensión, aspecto y característica.

La competitividad es clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de cualquier empresa, especialmente en el sector servicios – restaurantes por ello la importancia de medirla y corregir los errores que impiden a los empresarios locales generar ventajas competitivas en forma interna. La competitividad medida por dimensiones nos permite determinar qué área de la industria cuenta con un nivel más elevado de competitividad para así tomar las medidas correctivas más asertivas. Los resultados de esta investigación muestran que la competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016 es de nivel medio (regular) y que aún existen factores por trabajar para el surgimiento del sector en la región. Un 60% de los restaurantes planifica sus actividades medianamente, por lo tanto, no puede disponer de una planeación estratégica óptima permitiendo una visión futurista del negocio. En materia de producción y operaciones existe un desempeño regular – medio en materia de competitividad y es la dimensión con más puntaje acumulado siendo equipamiento la característica con puntos más bajos

Antecedente Local

Sandoval (2018) realizó una investigación titulada “*el sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant el gourmet urbano en el distrito de San Isidro, 2015*”. Tuvo como objetivo determinar la relación de un Sistema de Gestión

de Calidad y la atención al cliente en el Restaurant El Gourment Urbano en el Distrito de San Isidro en el 2015. La investigación es de carácter cualitativo, describe al personal del Restaurant El Gourment Urbano en el Distrito de San Isidro. El tipo de investigación es correlacional, porque relaciona las dos variables en un solo momento, diseño no experimental, transversal. La población estuvo conformada por los 116 trabajadores del restaurante. Para la selección de la muestra se aplicó el muestreo probabilístico, diseño aleatorio. Lo que dio como resultado una muestra de 89 trabajadores y comensales. Se usó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, para la recolección de la información. La relación del sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano fueron sometidos a validación y confiabilidad a través del juicio de expertos con un puntaje de 0.88 y 0.85 respectivamente mediante Alfa total de Cronbach. El sistema de gestión de calidad no empleado disminuye la atención al cliente

Llego a la conclusión: Mediante el estudio se afirma que existe relación entre el sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente en los empleados y clientes en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro. El estudio comprueba que el nivel del sistema de gestión de la calidad en los empleados es malo en la devolución del servicio, insatisfacción del cliente y rotación de clientes. Además, quedó en evidencia que el Resturante El Gourmet Urbano debe elaborar procesos, manuales, diseño de procedimientos de calidad hacia la gastronomía permanente mediante el sistema de gestión de la calidad promoviendo así mejorar el nivel de laboral de gastronomía y todos los empleados por ende esto se traducirá en la mejora de la atención al cliente brindado. También, fue notoria la necesidad de formar un comité de control de la calidad para la lograr satisfacción en los clientes,

compuesto por personal capacitado, y a la vez elaborar una guía de indicadores de satisfacción del servicio.

Chupayo (2018) realizó una investigación titulada *“Impacto De La Calidad Del Servicio En La Satisfacción En La Micro y Pequeña Empresa Del Rubro Restaurante De Comida Criolla En Ñaña, Distrito De Lurigancho Chosica*. Tuvo como objetivo facilitar un instrumento de medición de los niveles de satisfacción de los clientes en un restaurante MYPE. El instrumento presentado fue validado por expertos y su utilidad se encarga de resolver dos grandes interrogantes: El grado de satisfacción de los clientes en un momento determinado y qué variables influyen en mayor grado en la satisfacción de los clientes en el negocio de la restauración. Los clientes ya no sólo deciden ir a un restaurante por el sabor de la comida (producto básico), sino también por las experiencias que el restaurante le ofrece (valor agregado). A partir de esto surge la necesidad de evaluar las variables de la calidad de servicio que influyen en la satisfacción de los clientes, ya que, son muy pocas las MYPES que miden tal aspecto, y en consecuencia de ello fracasan sin explicarse las razones.

Como se puede observar, en el rubro de restaurantes MYPE en el distrito de Lurigancho, es importante cuidar 6 variables: Elementos Tangibles, Empatía, Seguridad, Fiabilidad y la Accesibilidad, las cuales influyen significativamente; sin embargo, es importante destacar que las variables que mayor peso presentan según la regresión lineal son: Fiabilidad y Empatía

Coronel (2016) realizó una investigación titulada *“Calidad de Servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant pizza hut en el Centro Comercial Mega Plaza Lima; 2016”*. Tuvo como objetivo general determinar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega plaza-lima 2016; aplicando un instrumento de elaboración propia. El tipo de

investigación que se utilizó para este proyecto de investigación es de tipo descriptiva – correlacional y la hipótesis realizada, existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima; 2016. En cuanto a los métodos y procedimientos de la recolección de datos, se utilizó la encuesta al cliente. Además, se elaboraron fichas bibliográficas de resumen y comentarios textuales que ayudaron a contribuir el marco teórico de la investigación y así poder fundamentar nuestra base teórica. En el Restaurant Pizza Hut, un promedio general de 41.6% de los clientes se encuentran en total acuerdo con el servicio; solo 11% de los clientes se sienten en indiferencia o desacuerdo con esta variable en estudio.

En el Restaurant Pizza Hut- Lima; de un total de 356 comensales encuestados 255 estuvieron de acuerdo con el nivel de calidad del servicio en el restaurante; sin embargo, 101 de ellos manifestaron su desacuerdo con este proceso. Es importante destacar que en promedio 157, manifestaron que los productos que vende dicho restaurante son de buena calidad, sin embargo, 199 de ellos afirman su desacuerdo con respecto a los productos ofrecidos por este restaurante. En el Restaurant Pizza Hut- Lima; de un total de 356 encuestados, se concluye que 181 comensales se encuentran satisfechos con el servicio ofrecido por el restaurante; sin embargo, 175 de ellos manifiestan claramente su insatisfacción. Asimismo, un elemento clave de la satisfacción es el tiempo de espera para ser atendido; con respecto a esto en la tabla N^o3, 214 comensales están de acuerdo con el tiempo de espera; sin embargo 153 manifiestan su insatisfacción con respecto a este parámetro.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Competitividad

2.2.1.1. Teoría de la competitividad

Nelson (1992), las publicaciones existentes hasta entonces se dividían en escuelas o grupos intelectuales desarticulados, que tendían a estar relativamente aislados unos de otros. Nelson identificó tres de estos grupos en la literatura sobre competitividad: Estudios enfocados en empresas individuales.

Estudios enfocados en el desempeño macroeconómico de las economías nacionales.

Estudios enfocados en las formulaciones de políticas industriales.

El primer grupo de publicaciones forma tradicionalmente parte del trabajo de las escuelas de negocios, mientras que el segundo grupo es casi exclusivamente el trabajo de economistas (quienes consideran que el comportamiento de las empresas individuales está prácticamente determinado por su entorno macroeconómico). El último grupo de publicaciones se concentra en el uso de políticas gubernamentales a nivel microeconómico para fomentar el desarrollo de las empresas que pertenecen a una industria en particular. Los autores que constituyen este grupo sostienen que el gobierno puede jugar un papel de vital importancia al complementar el mercado para guiar la actividad industrial. (Pg.103)

2.2.1.2 Elementos de la competitividad

Según Matiz (2008), Examinado en detalle el concepto de competitividad, y cómo se llega a ser competitivo, nos encontramos que esto depende de la interacción de por lo menos seis grandes elementos: la gestión administrativa en sus dos áreas fundamentales de desempeño: la gestión estratégica y la gestión diaria; los aspectos relativos a la innovación y actualización tecnológica y al mejoramiento de la productividad y, finalmente, con los temas que tienen que ver con la cultura de la

organización y el manejo, desempeño y desarrollo de su personal. Veamos en detalle los componentes más significativos de cada factor.

La gestión estratégica: se desprende el “plan de vuelo” que la compañía ejecuta para lograr la ventaja competitiva sostenible, que por su puesto hay que estar revisando periódicamente para verificar que efectivamente se esté yendo en la dirección planteada en la visión y que ésta se está logrando.

La gestión diaria: lograr la verdadera orientación de la empresa al cliente, y mejorar continuamente la calidad, que finalmente también redundan en beneficio de los clientes.

Innovación y actualización de tecnologías: para lograr la competitividad tiene que ver con la innovación o actualización tecnológica en los equipos de manufactura y del manejo de la información.

La productividad: de los equipos tiene que ver con su eficiencia de operación, esto es con la elaboración de la cantidad de elementos por unidad de tiempo para la que está diseñada una máquina.

Gestión de personal: comienza con la fijación y ejecución de políticas de personal claras y que estimulen claramente el desarrollo que lleva a la polifuncionalidad; que abran espacios y permitan el empoderamiento; que fomenten la creatividad porque ésta es la clave para la innovación en todos los aspectos mencionados.

La Cultura: el marco que limita o impulsa todos los elementos anteriores es indudablemente la cultura organizacional.

2.2.1.3 Tipos de la competitividad

Sáenz (2000) es la competencia de “lograr y retener” una participación en la oferta de bienes y servicios en un mercado determinado; veamos los siguientes tipos.

Competitividad sistemática: enfatiza la importancia de aquellos factores que determinan la evolución de los sistemas económicos y que no son sistemáticamente tratados por los enfoques convencionales de la macro y microeconomía.

Competitividad estética: es un tipo de competitividad que hoy en día no es útil para esta época en la que (según sectores) la oferta iguala a la demanda, y a veces hasta la supera.

Competitividad dinámica: los esfuerzos deben enfocarse en mejorar el servicio al cliente, recursos humanos.

Competitividad espuria o auténtica: usa recursos naturales y el costo se realiza sobre las remuneraciones laborales, así que su recorrido en el tiempo es muy limitado, por lo que también es efímera.

2.2.1.4 Estrategias de la competitividad

Según la Real Academia Española (2004), “estrategia” es ‘un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento’; y de tomar decisiones saben las empresas, qué duda cabe. Los principales tipos de estrategias utilizadas para conseguir tener un buen nivel de competitividad, son:

Enfoque: la utilizan las organizaciones que solo se centran en un segmento del mercado, en busca de la diferenciación en costes.

Diferenciación: un producto o servicio significativamente diferente al de los competidores (incluso único) situará muy bien a la empresa, aunque el precio se incrementará para el consumidor.

Líder en costes: el objetivo es situarse en precios por debajo de los competidores; según la demanda existente en un momento y lugar determinado, dicho coste podrá mantenerse o no.

2.2.2. Gestión de calidad

2.2.2.1 Teoría de la gestión de calidad

Gómez (2004), Las organizaciones que presentan servicios (escolares) aumentan en viabilidad en la medida en que lo hace el grado de efectividad con que satisfacen las demandas y las necesidades de las personas e identidades sociales que les aportan los recursos que requiere el funcionamiento , y en la que lo consiguen con un nivel de eficiencia que les permite competir con las restantes organizaciones que ofrecen el mismo servicio (siempre que el sistema en el que operan garantice la libertad de elección entre los diferentes proveedores de enseñanza).

Crecientemente, existe evidencia de que la efectividad y la eficiencia que determinan la referida viabilidad en el medio y largo plazo se favorecen si las organizaciones están en condiciones de mantener la calidad del servicio con una tasa de crecimiento igual o superior a la de las exigencias y las necesidades de sus clientes, cual requiere que su funcionamiento les asegure un desarrollo sostenible en un contexto crecientemente cambiante y competitivo, lo que únicamente es posible si están dotadas de suficiente potencial innovador. (p.28)

2.2.2.2 Concepto de la gestión de calidad.

Según Deminig (1989) la gestión calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la viabilidad en el diseño de los procesos productivos.

Control de calidad: Es asegurar que los productos o servicios cumplan con los requisitos mínimos de calidad. Existe primordialmente como una organización de

servicio, para conocer las especificaciones establecidas por la ingeniería del producto y proporcionar asistencia al departamento de fabricación, para que la producción alcance estas especificaciones. Como tal, la función consiste en la recolección y análisis de grandes cantidades de datos que después se presentan a diferentes departamentos para iniciar una acción correctiva adecuada.

Inspección de la calidad: Consiste en examinar y medir las características de calidad de un producto, así como sus componentes y materiales de que está elaborado, o de un servicio o proceso determinado, todo ello utilizando instrumentos de medición, patrones de comparación o equipos de pruebas y ensayos, para ver si cumple o no los requisitos especificados.

Por tanto, los sistemas de inspección sirven para confirmar que el sistema de calidad funciona según lo previsto. Normalmente se hace por muestreo y solo se usa el control 100% para características importantes de seguridad, funcionalidad o normas.

Aseguramiento de la calidad: En el aseguramiento de la calidad se aplicó el concepto de la calidad en todas las etapas del ciclo del producto dentro de la organización: diseño del producto, diseño de procesos, producción, venta y servicio postventa. En cada una de las etapas se aplicaron un conjunto de técnicas englobadas, muchas de ellas, bajo el nombre de ingeniería de la calidad. Este estadio que comenzó a mediados de la década de los 50, se extiende hasta el momento actual gracias a la formalización de los estándares que deben cumplir un sistema de calidad. Estos estándares conforman el conjunto de normas ISO de la serie 9000. La implantación de un sistema de aseguramiento de la calidad permite identificar las características de la calidad que son apropiadas para el producto final, los factores que contribuyen a esas características y los procedimientos para evaluar y controlar dichos factores.

2.2.2.3 Gestión de la calidad total

Coello (2013) Se refiere introducción implica la comprensión y la implantación de un conjunto de principios y conceptos de gestión en todos y cada uno de los diferentes niveles y actividades de la organización.

Los principios sobre los que se fundamenta la Gestión de Calidad Total son los tres siguientes:

Enfoque sobre los clientes.

Participación y trabajo en equipo.

La mejora continua como estrategia general.

Garvin, (1988), sugirió que la calidad puede tener cinco diferentes significados o definiciones:

Transcendental: Calidad como sinónimo de superioridad o excelencia. Es un significado utilizado a menudo por los consumidores. La calidad sería reconocible, pero no definible de forma precisa, debido a que el significado de los estándares de excelencia, pueden variar entre las personas y en el tiempo.

Basada en el producto: La calidad viene definida por la cantidad en la que un atributo deseable está presente en un producto o servicio. El consumidor, generalmente, entiende que cuanto más caro es el producto, más cantidad de atributo está presente en el producto; por ello, a veces, se confunde calidad con precio.

Basado en el usuario: La calidad viene determinada por lo que el consumidor desea. En este contexto la calidad se define como “lo que mejor se ajusta al uso que se pretende dar con el producto o servicio”.

Basado en el valor: La calidad como relación entre la utilidad o satisfacción con el producto o servicio y su precio. Bajo esta perspectiva, un producto es de más calidad

con respecto a sus competidores, si tiene un precio más bajo, o si por el mismo precio nos ofrece mayor utilidad o satisfacción.

Basado en la producción: La calidad se define como conformidad a las especificaciones determinadas para la manufactura o realización de un producto o servicio.

2.2.2.4 Calidad – producto

Según Taylor (1856) desarrolló una serie de métodos destinados a aumentar la eficiencia en la producción, en los que se consideraba a los trabajadores poco más que como máquinas con manos. Esta forma de gestión, conocida como Taylorismo, ha estado vigente durante gran parte de este siglo, y aunque está muy alejada de las ideas actuales sobre calidad, fue una primera aproximación a la mejora del proceso productivo.

2.2.2.5 Teoría de la calidad

Shewart (1891-1967), saca a la luz su trabajo Economic Control of Quality of Manufactured Products, precursor de la aplicación de la estadística a la calidad. Este trabajo es aprovechado por otros estudiosos de la época como base de ulteriores desarrollos en el mundo de la gestión de la calidad. Además, se da la coincidencia de que el ejército de los Estados Unidos decide aplicar muchas de sus ideas para la fabricación en serie de maquinaria de guerra.

La calidad total

La Calidad Total supone un cambio de cultura en la empresa, ya que la gente se debe concienciar de que la calidad atañe a todos y que la calidad es responsabilidad de todos. La dirección es responsable de liderar este cambio, mediante la implantación de un sistema de mejora continua permanente, y mediante la instauración de un sistema participativo de gestión.

Excelencia continua

Taylor (1915) Se puede decir que el modelo de Excelencia empresarial no es más que una adaptación del modelo de Calidad Total (de origen japonés) a las costumbres occidentales. En estos momentos existen dos modelos ampliamente aceptados, son el Baldrige en los Estados Unidos y el de la EFQM en Europa. Ambos son un complemento a las normas ISO 9000, añadiendo la importancia de las relaciones con todos los clientes de la empresa y los resultados de la misma.

Mejora continua.

Deming (2013) es uno de los creadores del concepto de mejora continua, el objetivo principal del sistema de gestión de la calidad. En la década de 1940 empezó a trabajar con los procesos industriales y de fabricación e introdujo muchas de las herramientas que se utilizan en las iniciativas de mejora de la calidad; sus ideas y conceptos se usan hoy en día para generar resultados de analíticos fiables y de calidad.

2.2.2.6 Ciclo de Deming como herramienta

Guajardo (2003), definió el círculo de Deming o PHVA (planear, hacer, verificar, actuar) como un enfoque sistemático para la solución de problemas, que impulsa a la alta gerencia a participar más activamente en los programas de mejora de calidad de la compañía. Representa los pasos de un cambio planeado, donde las decisiones se toman científicamente y no en base a apreciaciones. Mientras Mejía (2007), lo describió como una teoría sencilla que permite administrar en forma estructurada los proyectos de mejoramiento, orientados a satisfacer las necesidades de los clientes y a obtener productividad en los procesos.

El ciclo de Deming, planificar, hacer, comprobar y actuar (Plan-Do-Check-Act, PDCA), muestra cómo conseguir la mejora continua en cualquier proceso.

Planificar: identifique los problemas y las posibles fuentes de debilidad o error del sistema. Decida los pasos que debe seguir para recoger información. Hágase la pregunta “¿Cuál es la mejor forma de evaluar la situación actual y analizar las causas fundamentales de las áreas problemáticas?” Elabore un plan de mejora utilizando la información recogida mediante estas técnicas.

Hacer: implemente los planes que se hayan elaborado, ponga el plan en acción.

Comprobar: se refiere al proceso de seguimiento. Será importante evaluar la eficacia de la acción que se ha tomado, utilizando procesos de revisión y auditoría focalizados. Si la debilidad del sistema es compleja, quizá sea necesario realizar un estudio piloto para poder entender todas las complejidades.

Actuar: aplique cualquier acción correctiva necesaria y luego vuelva a comprobar para asegurarse de que la solución ha funcionado. Este ciclo es un proceso continuo, así que el laboratorio empezará otra vez con un proceso de planificación para continuar con las mejoras.

2.2.3 Micro y pequeñas empresas

2.2.3.1 Concepto de micro y pequeñas empresas

Según Fleitman (2007), la pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad.

2.2.3.2 Características de la pequeña empresa

Según fleitman (2004), las características principales son:

Ritmo de crecimiento por lo común superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el de la mediana o grande.

Mayor división del trabajo (que la microempresa) originada por una mayor complejidad de las funciones; así como la resolución de problemas que se presentan

Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa) en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros.

Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades que proporciona la red de internet, puede traspasar las fronteras con sus productos (especialmente si son digitales, como software y libros digitales) y servicios.

Está en **plena competencia** con empresas similares (otras pequeñas empresas que ofrecen productos y/o servicios similares o parecidos).

Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación.

2.3. Marco conceptual de la investigación

2.3.1. Concepto de la competitividad

Según Porter (2008), en los conceptos fundamentales de la estrategia competitiva y empresarial proporcionan las bases para analizar cualquier situación competitiva. Las firmas compiten en distintas ubicaciones geográficas con estrategias nacionales, regionales y locales. Al mismo tiempo, los países y las regiones deben competir con otros lugares para proporcionar un entorno económico favorable. Tanto para las compañías como para los países, desarrollar la competencia en varias ubicaciones requiere dos nuevas series de ideas. La primera hace la referencia al rol de la

ubicación en la competencia, la segunda serie de ideas que se plantea a partir de la competencia transnacional es el modo en que las empresas puedan ganar ventaja competitiva extendiendo y coordinando actividades en la cadena de producción de valor más allá de las fronteras en redes regionales y globales. (Pg. 15)

1.3.2. Concepto de la gestión de calidad.

Según Deminig (1989) la gestión calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la viabilidad en el diseño de los procesos productivos.

1.3.3. Concepto de las micro y pequeñas empresas

Según la Sunat (1988), es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO UNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente.

1.3.4. Concepto del rubro

Según Real Academia Española (2004), es un adjetivo que se refiere a algo rojizo. En América Latina, sin embargo, el término hace referencia a una categoría o un título: el rubro, en este sentido, es un conjunto de entidades con determinadas características en común. Contable, por su parte, es aquello vinculado a la contabilidad (la técnica o herramienta que permite registrar los movimientos financieros o económicos).

1.3.5. Concepto de calidad

Deming (1989), establece que es el grado predecible de uniformidad y fiabilidad a un bajo costo y que se ajuste a las necesidades del mercado. La calidad no es otra cosa más que "una serie de cuestionamiento hacia una mejora continua"

1.3.6. Concepto de calidad

Philip Crosby (1989), puntualiza que la calidad es entregar a los clientes y a los compañeros de trabajos, productos y servicios sin defectos y hacerlo a tiempo.

1.3.7. Gestión de calidad

Garvin, 1988, conceptualizan a esta etapa como a la de la evolución del concepto de Calidad desde una perspectiva inicialmente en manos de especialistas a una gestión más extensa donde las mejoras no podrían tener lugar sin el compromiso de todos los trabajadores de planta. De esta forma, se desarrolla un sistema interno que genera información e indica si el producto ha sido fabricado de acuerdo a especificaciones.

1.3.8. La gestión de calidad

La planificación estratégica y operativa de la Calidad hace su aparición como uno de sus principales factores críticos, generándose una de las definiciones más importantes de los procesos de Calidad “Solo hay una definición de Calidad y esa definición la da el cliente”, según (Barroso, 2010).

1.3.9. La competitividad

Cebreros (1993) señala que la competitividad es un proceso de creación de ventajas competitivas, donde es importante la capacidad de innovar para obtener saltos tecnológicos, al tener la capacidad de innovar en aspectos tecnológicos y además anticipar las necesidades de los consumidores; se obtiene la capacidad de organización, infraestructura y un marco jurídico.

1.3.10. Concepto de la competitividad

No sólo es un problema de tipo tecnológico y económico, sino involucra una gran variedad de aspectos como: territorio, elementos sociales, ambientales y políticas, según (Díaz-Bautista, 2006).

III. METODOLOGIA

3.1. Diseño de la investigación

3.1.1. Tipo de la investigación

El tipo de investigación fue cuantitativo; la investigación es cuantitativa ya que se va a recopilar y analizar datos obtenidos ya que se trata de cuantificar el problema y entender que tan generalizado va estar mediante la búsqueda de resultados de la investigación como es para la competitividad y gestión de calidad del rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018. Según Tamayo (2007), el tipo de investigación es cuantitativo ya que consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

3.1.2 Nivel de investigación

Nivel de investigación fue descriptivo; la investigación es descriptiva porque especifica las dimensiones de las variables y enumera las variables, se ocupa de la descripción de fenómenos sociales o clínicos en un circunstancial temporal en este caso de mi tesis para el año 2018 y geográfica determinada en este caso en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos; Desde el punto de vista cognoscitivo su finalidad es describir y desde el punto de vista estadístico su propósito es estimar parámetros. Según Sampiere (1998), el tipo de investigación son descriptivo por que permiten detallar situaciones y eventos, es decir como es y cómo y como se manifiesta terminado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido en análisis.

3.1.3. Diseño de la investigación

El diseño de investigación fue no experimental y transversal; la investigación es no experimental porque solo observo el comportamiento entre las variables, mas no manipulare, los datos obtenidos reflejaran en el comportamiento de las variables en estudio: competitividad y gestión de calidad del rubro restaurantes en la urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018

Según Kerlinger (2002), el diseño de investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables.

La investigación es transversal ya que va analizar los datos de las variables recopiladas de un periodo de tiempo sobre una población como para este caso va ser en la urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos. Según Hernández (2003), es trasversal porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único.

3.2. Población y muestra

La unidad de análisis estuvo constituida por las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes ubicadas en Pro los Olivos, que constituyen un total de 15 restaurantes.

Según Carrasco (2009) señala que universo es el conjunto de elementos personas, objetos, sistemas, sucesos, entre otras- finitos e infinitos, a los pertenece la población y la muestra de estudio en estrecha relación con las variables y el fragmento problemático de la realidad, que es materia de investigación.

Muestra

La muestra estuvo constituida por 15 restaurantes que es 100 por ciento de la población; porque es el tamaño de la muestra que vamos a trabajar en la población del rubro restaurantes en la urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos.

La muestra es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. Según Tamayo. T (1997), afirma que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico (p.38)

3.3. Definición y operacionalización de variables

| VARIABLE | | DEFINICIÓN OPERACIONAL | | | ESCALA DE MEDICIÓN |
|------------------------|---|-------------------------|--|-------------------------------|--------------------|
| | | DIMENSIÓN | | INDICADOR | |
| Denominación | Definición conceptual | Denominación | Definición | Denominación | |
| Competitividad | La Competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar; las compañías a su vez ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto. Porter (1991) | Comercialización | Que consiste en poner a la venta un producto, darle las condiciones comerciales necesarias para su venta a los clientes. | Políticas de venta | Likert |
| | | | | Satisfacción de los clientes. | |
| | | Contabilidad y finanzas | Encargan de registrar y resumir las operaciones monetarias de un negocio. | Pago de impuesto | |
| | | | | Inventario | |
| | | Recursos humanos | Organiza y maximiza el desempeño de los funcionarios, o capital humano, en una empresa. | Capacitación | |
| | | | | Seguridad e higiene | |
| Sistema de información | Conjunto de elementos orientados al tratamiento y administración de datos e información. | Tecnología | | | |
| | | Plan de contingencia | | | |
| Gestión de calidad | La calidad es traducir las necesidades | Planificar | Es el proceso por el cual se obtiene una visión del futuro, en donde es posible determinar y lograr los objetivos. | Procesos | Likert |
| | | | | Objetivos | |

| | | | | |
|--|-----------|---|-------------------|--|
| futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagara; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente. Deming (1989) | Hacer | Llega el momento de llevar a cabo el plan de acción, mediante la correcta realización de las tareas planificadas. | Plan de acción | |
| | | | Tareas | |
| | Verificar | Se comprueban los logros obtenidos en relación a las metas u objetivos que se marcaron en la primera fase del ciclo mediante herramientas de control. | Metas | |
| | | | Herramientas | |
| | Actuar | Incrementar la capacidad de la organización para satisfacer a sus clientes y aumentar dicha satisfacción a través de la mejora de su desempeño | Calidad de mejora | |
| | | | Desempeño laboral | |

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

La técnica que se empleó en la presente investigación fue la técnica la encuesta porque son procedimientos, reglas, normas o protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado determinado y efectivo, ya sea en el campo de la información.

Peñuelas (2008), las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre que destacan la observación, cuestionario, entrevistas y encuestas.

La técnica que se utilizó:

La encuesta, se caracterizó por la recopilación de testimonios, orales o escritos, provocados y dirigidos con el propósito de averiguar hechos, opiniones actitudes (Garza,1988. P.183).

Instrumento

El instrumento fue el cuestionario de preguntas porque cumple un rol importante en la recopilación de datos, y se aplicaron según la naturaleza y características del problema y la intencionalidad del objetivo de investigación.

El instrumento fue validado por el juicio de tres expertos profesionales en administración que tengan el grado de Magister de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

El instrumento que se utilizó en la presente investigación será:

El Cuestionario es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información (Hurtado, 2000. P. 469).

3.5. Plan de análisis

El procedimiento del desarrollo del proyecto de investigación comprende realizar las siguientes actividades.

1. Se aplicó el cuestionario estructurado a la población determinada según la muestra.
2. Después de aplicar se realizó el procesamiento de datos en el programa SPSS.
3. Se realizó el análisis e interpretaciones de datos haciendo uso el programa estadístico SPSS versión 23.
4. Se redactó el informe final de investigación y se presentará para su aprobación.
5. Se elaboró el artículo científico correspondiente.

3.6. Matriz de consistencia

| Problemas | Objetivos | Variables | Población y muestra | Metodología | Técnicas e instrumentos |
|---|--|---|--|---|--|
| <p>General:</p> <p>¿Cuáles son las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018?</p> | <p>General:</p> <p>Proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018</p> <p>Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018 2. Describir los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de | <p>Competitividad</p> <p>Gestión de calidad</p> | <p>Población</p> <p>La población estará conformada por 15 representantes de restaurantes de la urbanización Puertas de pro.</p> <p>Muestra</p> <p>El tamaño de la muestra es población finita por lo tanto tiene 15 restaurantes que es el 100 por ciento.</p> | <p>Tipo:</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Nivel:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Diseño:</p> <p>El diseño de la investigación será no experimental o transversal</p> | <p>Técnica:</p> <p>La encuesta</p> <p>Instrumento</p> <p>El cuestionario</p> |

| | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|
| | <p>calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018</p> <p>3. Elaborar la propuesta de mejora en la competitividad como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018</p> | | | | |
|--|---|--|--|--|--|

3.7. Principios éticos

Esta investigación, no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario, la beneficiará siendo u propósito favorable para las Micro y Pequeñas en la urbanización Puertas de Pro distrito Los Olivos orientada al éxito.

El presente estudio será evaluado y revisado por el comité de ética de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Por ello la presente investigación se tiene en cuenta los siguientes principios éticos en todo el trabajo de estudio:

Principios de Confidencialidad: Donde se guardará la confidencialidad, no exponiendo los resultados y guardando la intimidad de las personas, así mismo solo se publicará la información que desee se publique el dueño de la micro y pequeña empresa quien proporciona la información.

Principios de Confiabilidad: Los datos que se presenten son reales y contundentes.

Respecto a la Persona Humana: Se respetará las ideas, creencias de las personas, para la elaboración del trabajo de investigación siempre buscando el bien común.

El Principio de Justicia: Que se cumplirá mediante el trato adecuado antes, durante, después del proceso de recolección de datos.

El Conocimiento Informado: Que se cumplirá informando los elementos de la muestra sobre el objetivo del cuestionario estructurado.

Honestidad: Cuidando que los resultados solamente se utilizarán para

los efectos del trabajo de investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

A. Representantes

Tabla 1. Edad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | 8 – 30 años | 5 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| | 31 – 50 años | 6 | 40,0 | 40,0 | 73,3 |
| | 51 a más años | 4 | 26,7 | 26,7 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

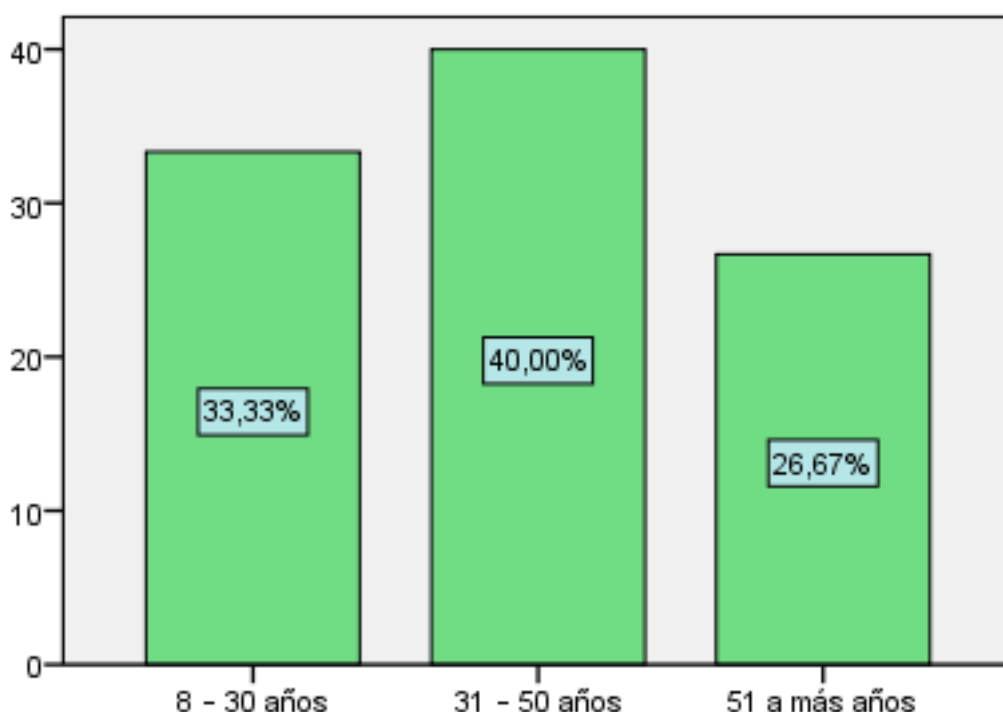


Figura 1. Edad

Interpretación: En la tabla 01, de la edad de los representantes, del 8 a 30 años el 33% de las 15 personas encuestadas quiere decir que cumplen con el rol de laborar en una empresa, para los 31 a 50 años el 40% del total de los encuestados son las personas que optan tener un negocio para trabajar por su propio criterio, es decir que entre esa edad están seguros de sí mismos para ejercer cualquier responsabilidad; y de los 51 años a mas, 27% de las 15 personas encuestadas, esto quiere decir es un bajo porcentaje ya que algunas personas ya cumplieron con ciclo de labor de elaborar en una empresa.

Tabla 2. Genero

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Femenino | 5 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| | Masculino | 10 | 66,7 | 66,7 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

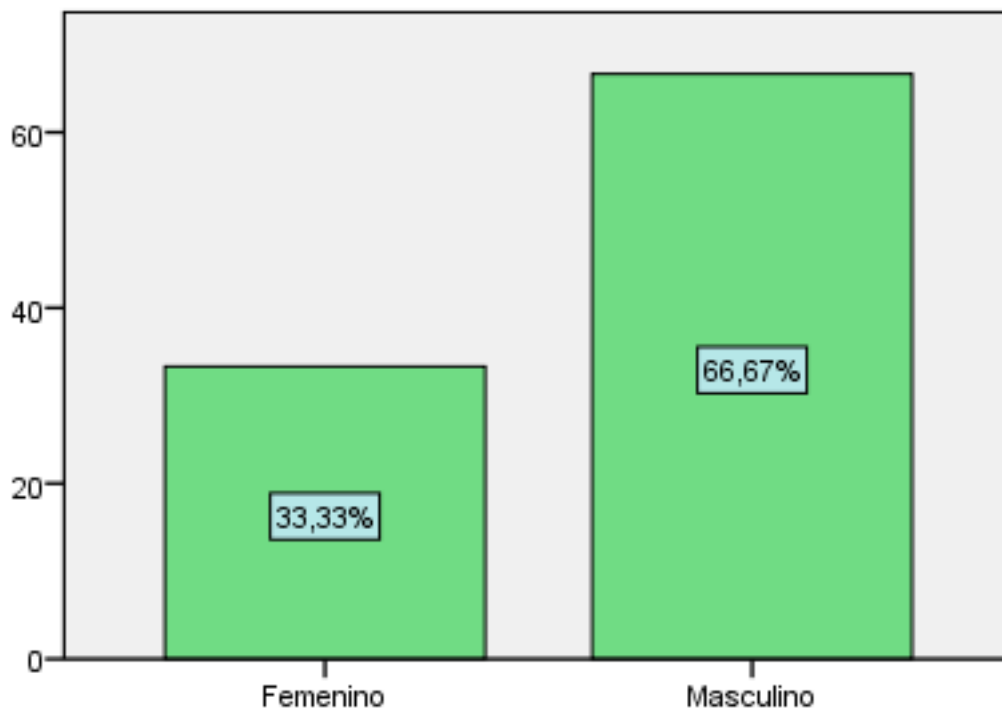


Figura 2. genero

Interpretación: tabla 02, del género de los representantes, del femenino el 33% del total de los encuestado representan a las femeninas es el total de porcentaje que presentan en una empresa, y el masculino el 67% de total de los encuestados representan el total del porcentaje en una empresa, eso quiere decir que las personas masculinas tienen el más alto nivel estadístico, que tienen una empresa o representantes de una organización.

Tabla 3. Grado de instrucción

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Sin instrucción | 2 | 13,3 | 13,3 | 13,3 |
| | Secundaria | 5 | 33,3 | 33,3 | 46,7 |
| | Superior no Universitario | 5 | 33,3 | 33,3 | 80,0 |
| | Superior Universitario | 3 | 20,0 | 20,0 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

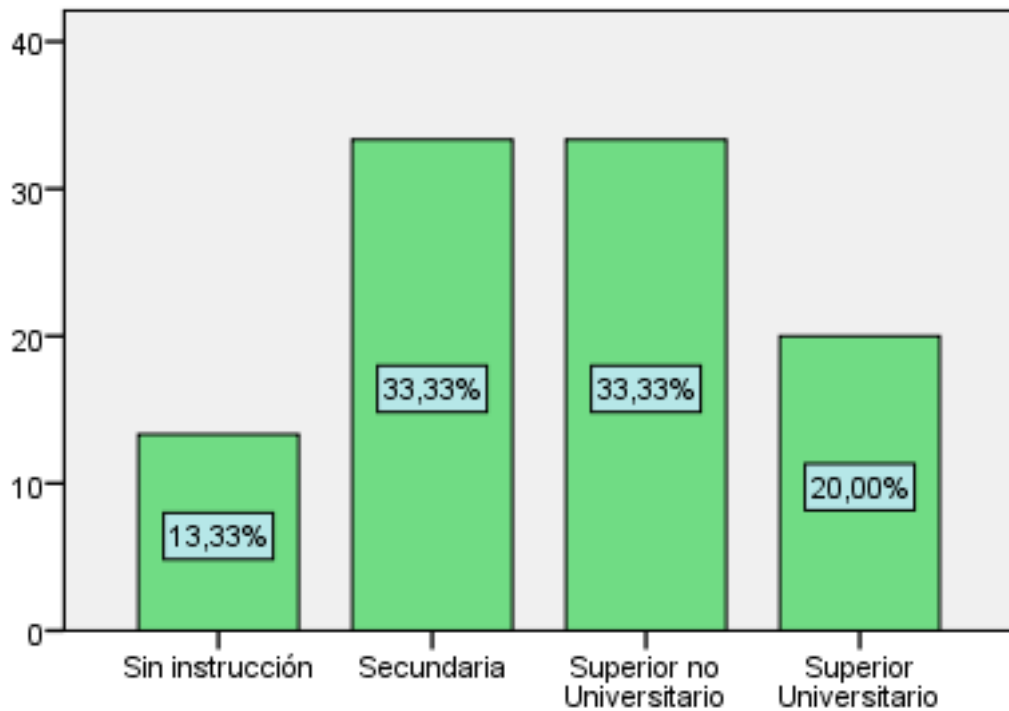


Figura 3. Grado de instrucción

Interpretación: tabla 03 del grado de instrucción, sin instrucción el 13% del total de los encuestados representan el total del porcentaje de que no tienen instrucción, en secundaria el 33% de total de encuestados representan en una empresa, en superior no universitario el 33% de total de los encuestados representan en la empresa y el 20% de superior universitario como porcentaje más bajo, quiere decir que en las empresas micro y pequeñas empresas hay personal profesional, eso quiere decir que la mayoría se encuentran en las grandes empresas.

Tabla 4. Cargo que se desempeña

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Dueño | 10 | 66,7 | 66,7 | 66,7 |
| | Administrador | 5 | 33,3 | 33,3 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

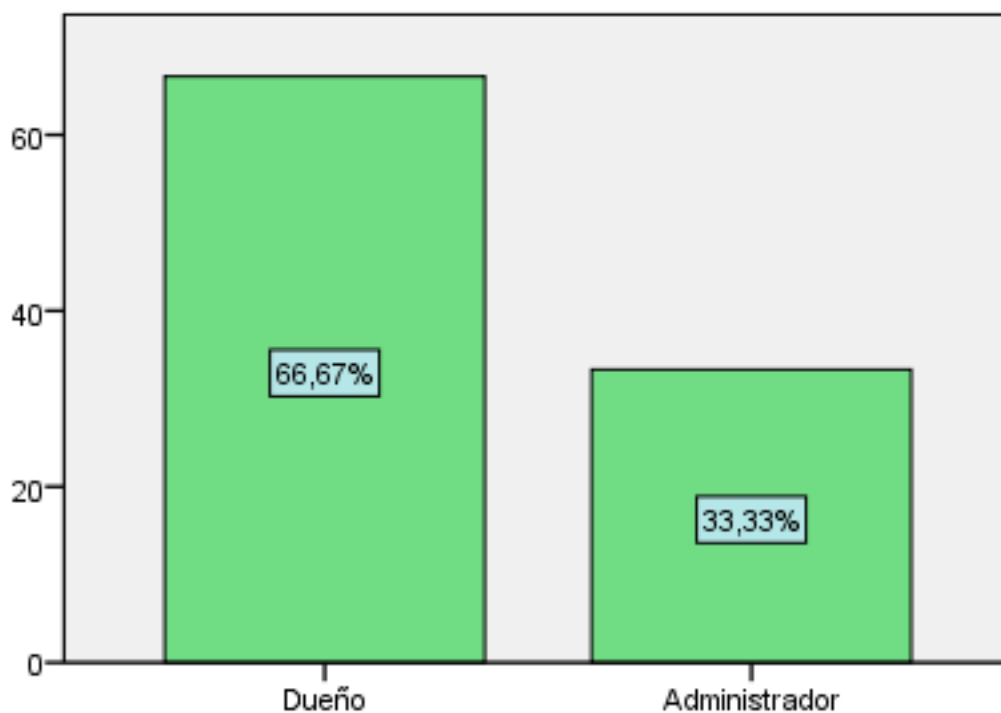


Figura 4. Cargo que se desempeña

Interpretación: la tabla 04 del cargo que se desempeña, el dueño tiene un porcentaje del 67% del total de los encuestados, quiere decir que los representantes de las empresas son dueños y el administrador tiene un porcentaje del 33% son los representantes de la empresa, quiere decir que las micro y pequeñas empresas más son dueños que administradores.

Tabla 5. Tiempo que se desempeña

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | 0 a 3 años | 3 | 20,0 | 20,0 | 20,0 |
| | 4 a 6 años | 10 | 66,7 | 66,7 | 86,7 |
| | 7 a más años | 2 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

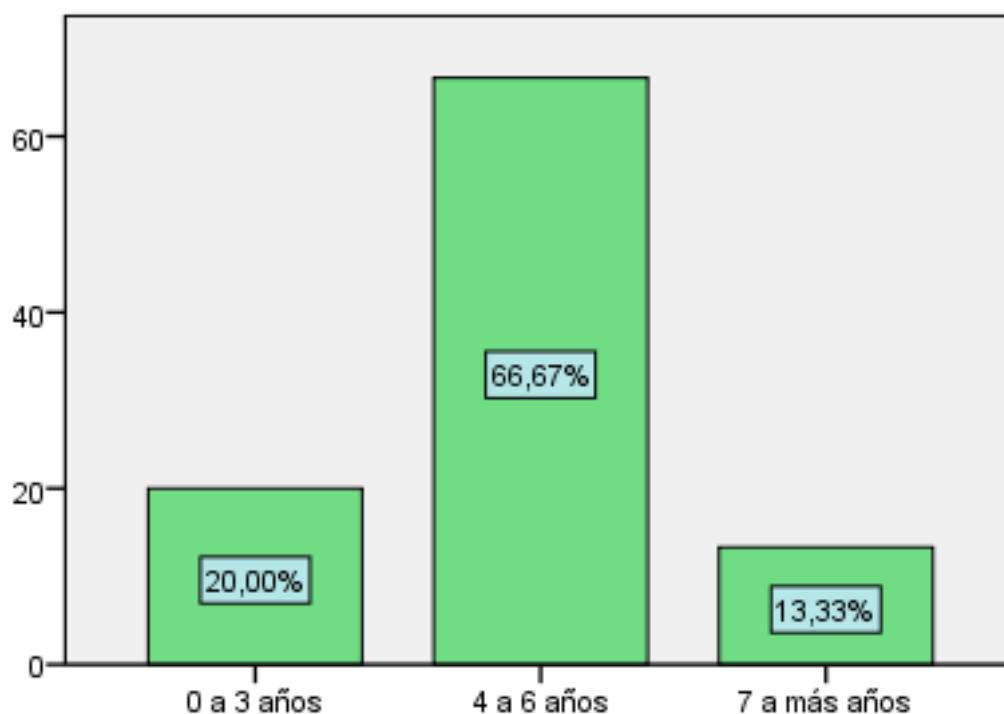


Figura 5. Tiempo que se desempeña

Interpretación: la tabla 05 del tiempo que se desempeña, el 0 a 3 años el 20% del total de los encuestados, del 4 a 6 años el 67% de los encuestados laboran en la empresa, es decir que ya están establecidos en la empresa y 7 a más años el 13% trabajan en la empresa, es decir que 7 años más los representantes se retiran de la empresa para buscar una vida mejor.

B. Micro y pequeñas empresas

Tabla 6. Tiempo de permanencia de la empresa

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido 0 a 3 años | 1 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| 4 a 6 años | 9 | 60,0 | 60,0 | 66,7 |
| 7 a más años | 5 | 33,3 | 33,3 | 100,0 |
| Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

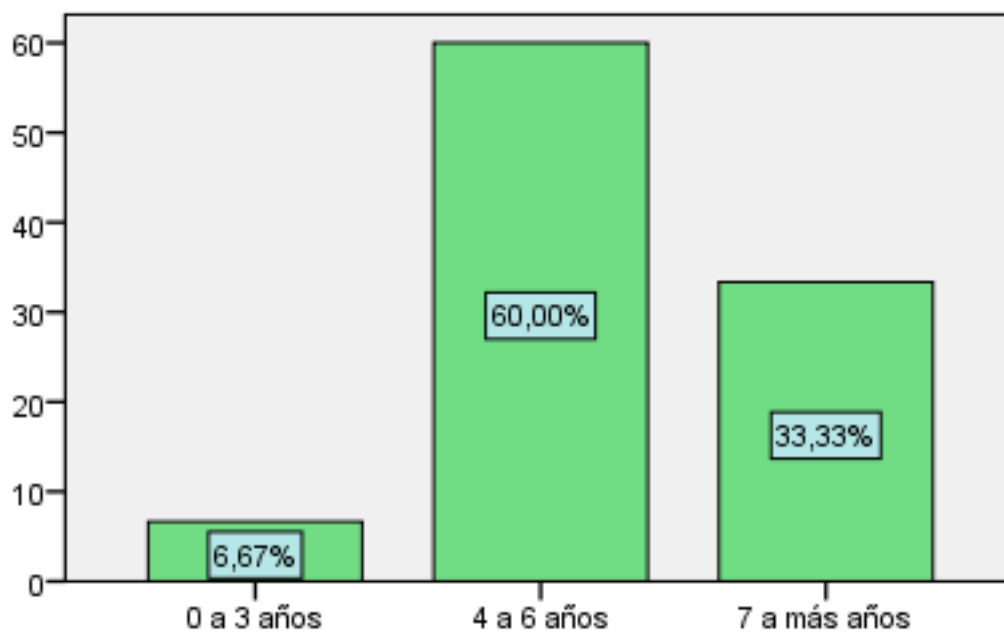


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa

Interpretación: la tabla 06 del tiempo de permanencia de la empresa, el 0 a 3 años tienen un porcentaje menor 6.7% tiempo de permanencia en la empresa, del 4 a 6 años tienen un porcentaje mayor 60% de permanencia en la empresa y de 7 años a más el 33.3% con un menor o igual puntaje. Para esto con más permanencia en la empresa son de 4 a 6 años de tiempo.

Tabla 7. Número de trabajadores

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido 1 a 5 trabajadores | 5 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| 6 a 10 trabajadores | 5 | 33,3 | 33,3 | 66,7 |
| 11 a más trabajadores | 5 | 33,3 | 33,3 | 100,0 |
| Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

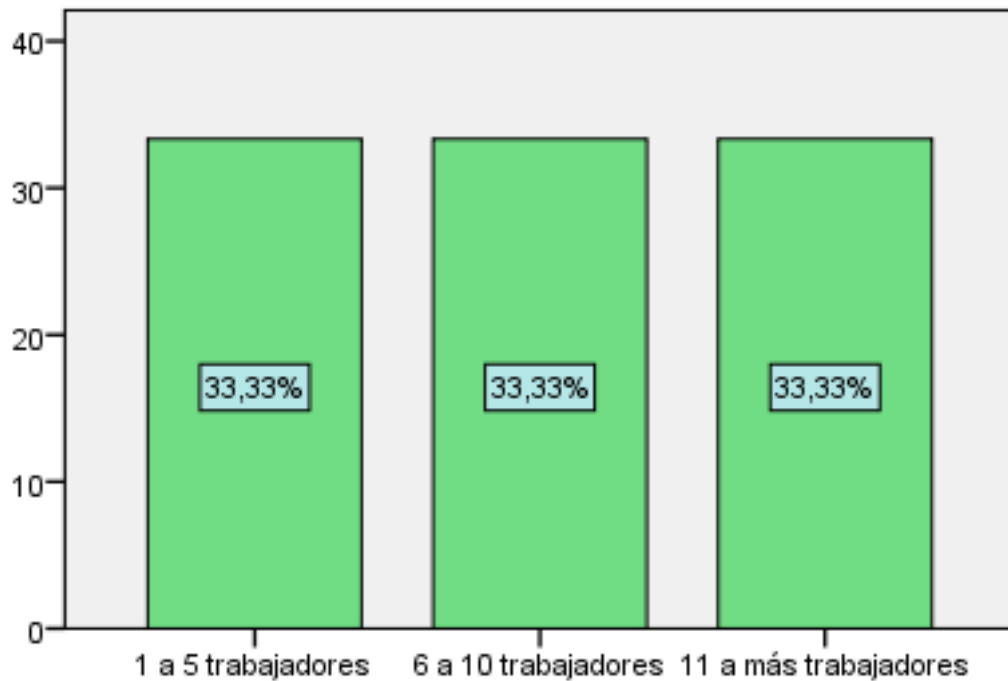


Figura 7. Número de trabajadores

Interpretación: tabla 07, de número de trabajadores, de 1 a 5 trabajadores tiene un porcentaje 33.3% de trabajadores, de 6 a 10 tiene un porcentaje 33.3% de trabajadores y 11 a más trabajadores, eso quiere decir que en las micro y pequeñas empresas hay una igualdad de trabajadores trabajando en dichas empresas.

Tabla 8. Las personas que trabajan en su empresa son:

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Familiares | 3 | 20,0 | 20,0 | 20,0 |
| | Personas no familiares | 10 | 66,7 | 66,7 | 86,7 |
| | Familiares y personas no familiares | 2 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

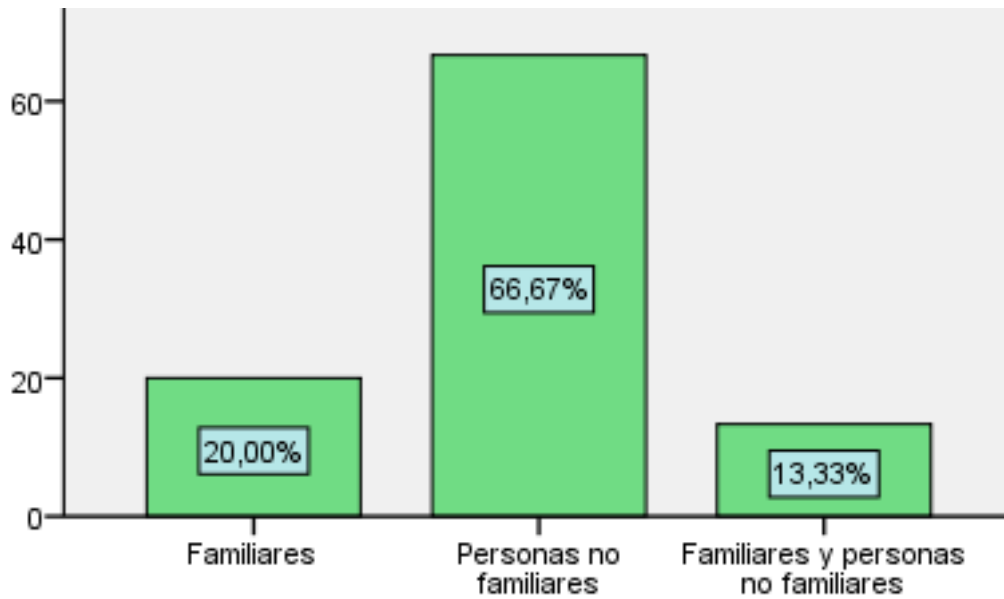


Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son:

Interpretación: la tabla 08, las personas que trabajan en su empresa, las familiares tiene un porcentaje de 20% que elaboran en la empresa son familiares, 66.67% personas no familiares con un alto porcentaje que trabajan en dichas empresas y 13.33% familiares y personas no familiares elaboran en las respectivas empresas con un índice menor a las demás.

Tabla 9. Objetivo de creación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Generar ganancia | 7 | 46,7 | 46,7 | 46,7 |
| | Generar trabajo | 8 | 53,3 | 53,3 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

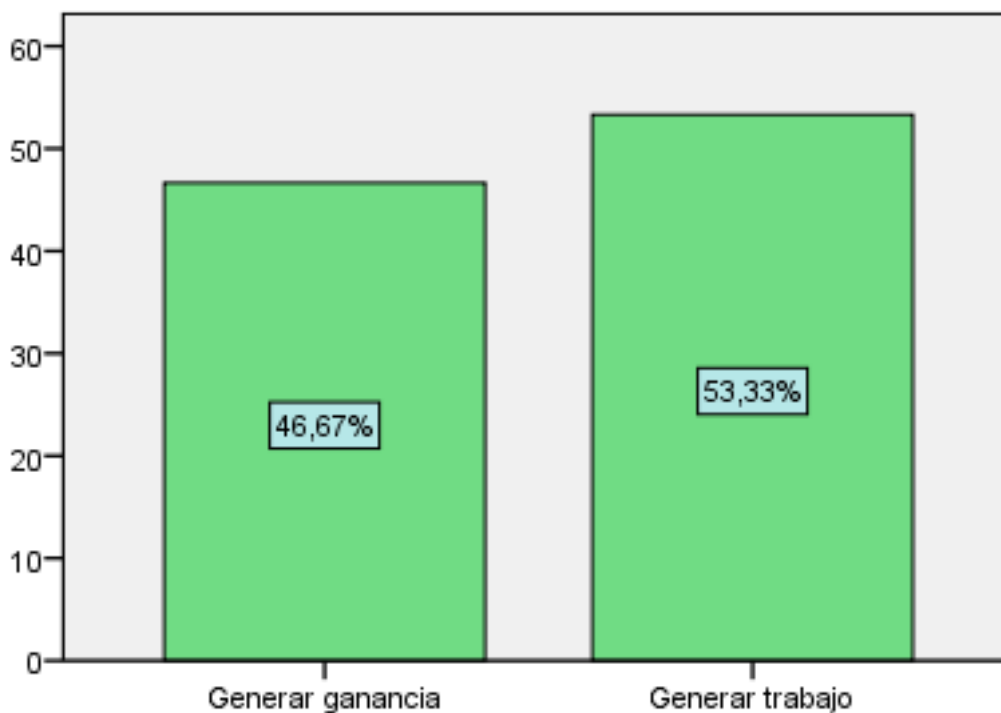


Figura 9. Objetivo de creación

Interpretación: la tabla 09 objetivo de creación, el 46.67% es para genera ganancia y el 53.33% es para generar trabajo a la sociedad. Esto quiere decir que las micro y pequeñas empresas su objetivo de creo es más para generar ganancia según los encuestados de las empresas.

Tabla 10. Tipo de constitución de la empresa

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Persona Natural | 1 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.) | 3 | 20,0 | 20,0 | 26,7 |
| | Sociedad comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) | 2 | 13,3 | 13,3 | 40,0 |
| | Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) | 3 | 20,0 | 20,0 | 60,0 |
| | Sociedad Anónima (S.A.) | 6 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

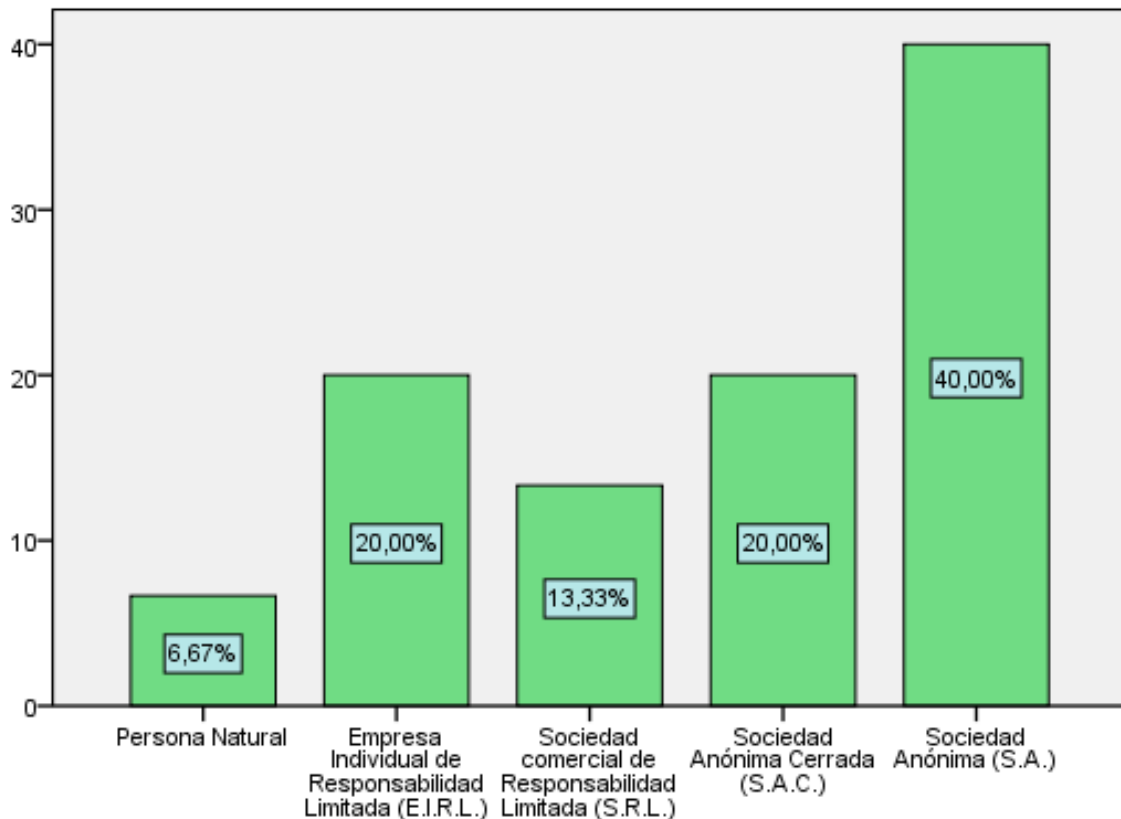


Figura 10. Tipo de constitución de la empresa

Interpretación: la tabla 10 dominada, tipo de constitución de la empresa, la persona natural el 7% del total de los encuestados tiene ese tipo de constitución de la empresa, el E.I.R.L. EL 20% del total de los encuestados tiene ese tipo de constitución de la empresa, la S.R.L. el 13 % de total de los encuestados tiene ese tipo de constitución de la empresa, la S.A.C. el 20% del total de los encuestados señalaron que tienen ese tipo de constitución de la empresa y la sociedad anónima tiene el 40% del total de los encuestados, es decir que las micro y pequeñas empresas están constituidas por dos o más socios, según el porcentaje de los encuestados.

C. Variable de competitividad

Tabla 11. La empresa establece políticas de ventas adecuadas al cliente

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 1 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | Algunas veces | 3 | 20,0 | 20,0 | 26,7 |
| | Casi siempre | 4 | 26,7 | 26,7 | 53,3 |
| | Siempre | 7 | 46,7 | 46,7 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

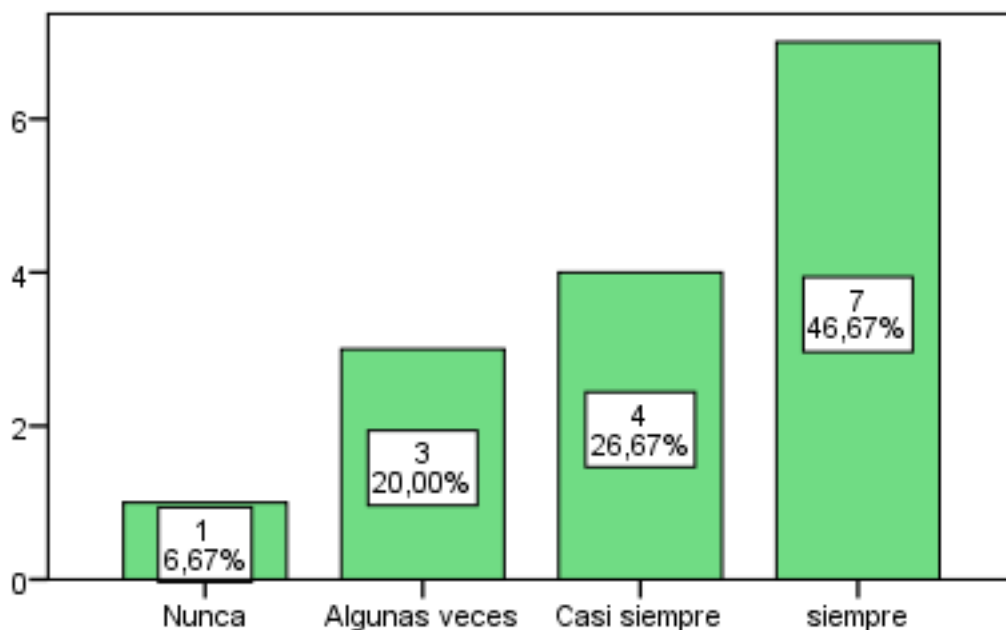


Figura 11. La empresa establece políticas de ventas adecuadas al cliente

Interpretación: la tabla 11 dominada, la empresa establece políticas de ventas adecuadas al cliente tiene como un alto porcentaje el 47% del 15 del total de las empresas encuestadas es decir que siempre tienen las políticas de ventas adecuadas al cliente y el menos porcentaje es el 7% del total de las empresas encuestadas que quiere decir que deben adecuar las políticas de venta, como también deben dijeron algunas veces que tiene un porcentaje 20% y casi siempre el 27% de total de las empresas encuestadas.

Tabla 12. La empresa se siente satisfecha con el consumo de sus clientes

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Nunca | 1 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | Muy pocas veces | 1 | 6,7 | 6,7 | 13,3 |
| | Algunas veces | 1 | 6,7 | 6,7 | 20,0 |
| | Casi siempre | 7 | 46,7 | 46,7 | 66,7 |
| | Siempre | 5 | 33,3 | 33,3 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

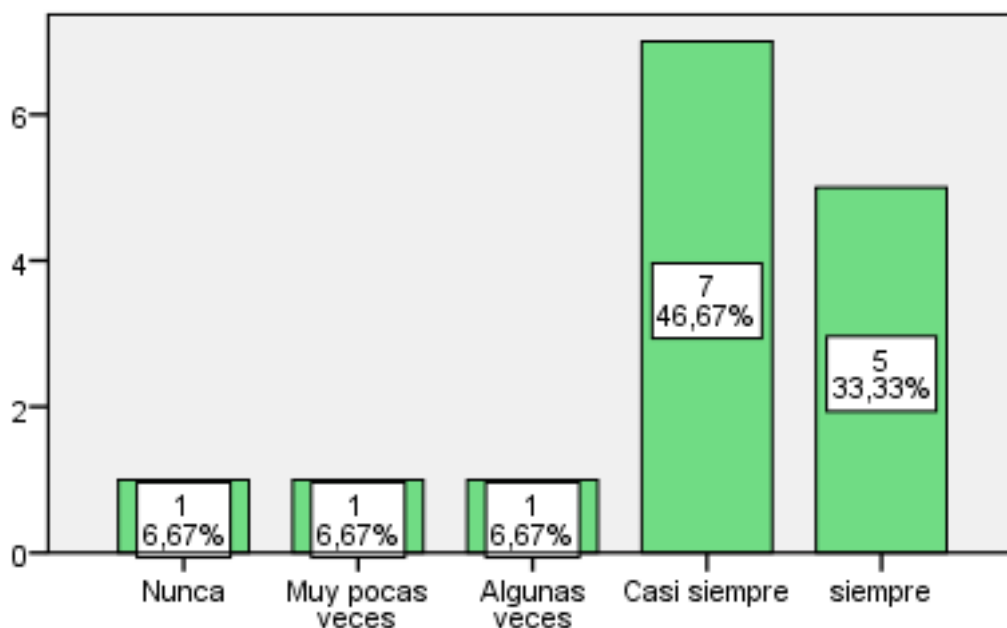


Figura 12. La empresa se siente satisfecha con el consumo de sus clientes

Interpretación: la tabla 12 denominada, la empresa se siente satisfecha con el consumo de sus clientes, tiene como un alto porcentaje casi siempre con un 47% del 15 del total de las empresas encuestadas esto quiere decir que la empresa si se siente satisfecha con el consumo de sus clientes y un bajo nivel de porcentaje nunca con un 7% de total de los encuestados e igual con muy pocas veces y algunas veces, como también siempre con un 33% de total de los encuestados, es decir que las empresas están satisfechas con el consuno de los clientes.

Tabla 13. La empresa otorga los comprobantes de pago para reducir los pagos de impuestos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy pocas veces | 2 | 13,3 | 13,3 | 13,3 |
| | Algunas veces | 4 | 26,7 | 26,7 | 40,0 |
| | Casi siempre | 4 | 26,7 | 26,7 | 66,7 |
| | Siempre | 5 | 33,3 | 33,3 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

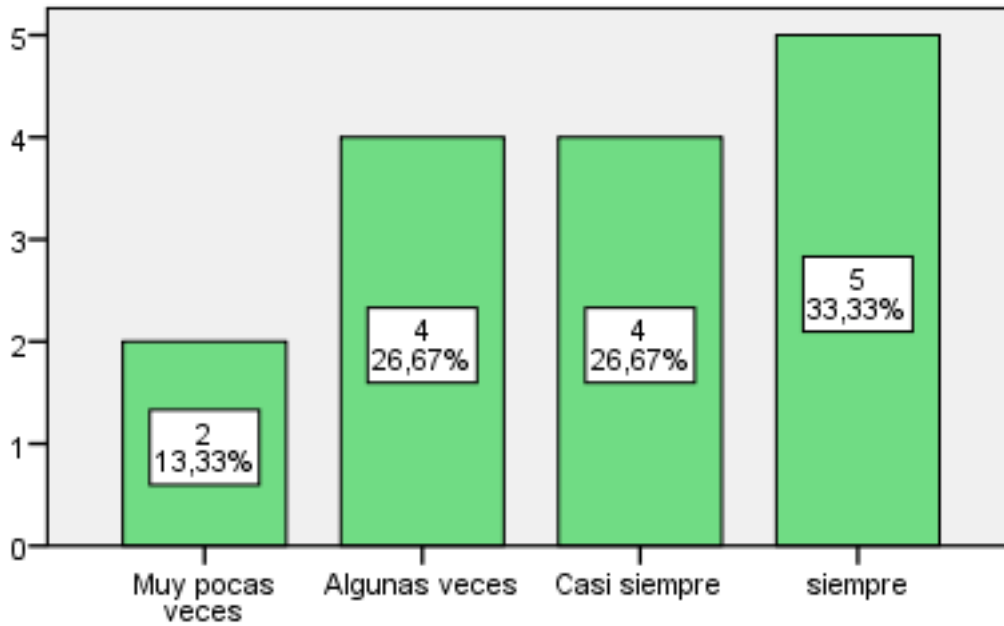


Figura 13. La empresa otorga los comprobantes de pago para reducir los pagos de impuestos

Interpretación: la tabla 13 denominada, la empresa otorga comprobantes de pagos para reducir los pagos de impuestos tiene como un alto porcentaje siempre con un 33% del 15 del total de las empresas encuestadas quiere decir que siempre las empresas entregan comprobantes de pagos para sí reducir los pagos de impuestos y un bajo nivel porcentual que es muy pocas veces con 13% eso quiere decir que muy pocas veces entregan comprobantes; como también algunas veces con un 26% y casi siempre con un 26% del total de los encuestados.

Tabla 14. La empresa realiza inventarios periódicamente para medir sus estados financieros.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy pocas veces | 2 | 13,3 | 13,3 | 13,3 |
| | Algunas veces | 2 | 13,3 | 13,3 | 26,7 |
| | Casi siempre | 6 | 40,0 | 40,0 | 66,7 |
| | Siempre | 5 | 33,3 | 33,3 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

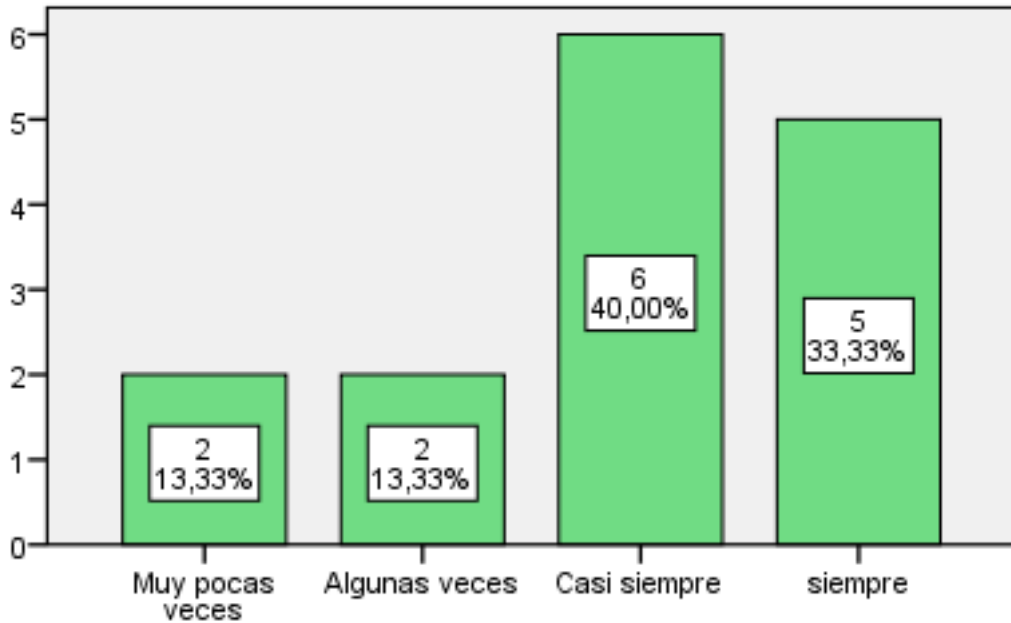


Figura 14. La empresa realiza inventarios periódicamente para medir sus estados financieros.

Interpretación: la tabla 14 denominada, la empresa realiza inventarios periódicamente para medir sus estados financieros tiene con un alto porcentaje casi siempre con un 40% del 15 del total de las empresas encuestados es decir que casi siempre las empresas realizan inventarios periódicamente para medir sus estados financieros, como bajo porcentaje muy pocas veces y algunas veces con un 13% del total de las empresas encuestadas y siempre con un 33% del total de los encuestados, es decir que las empresas si evalúan sus estados financieros periódicamente.

Tabla 15. La empresa cuenta con programas de capacitación de personal para el desarrollo personal y organizacional.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy pocas veces | 1 | 6,7 | 6,7 |
| | Algunas veces | 2 | 13,3 | 20,0 |
| | Casi siempre | 8 | 53,3 | 73,3 |
| | siempre | 4 | 26,7 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Encuesta aplicada

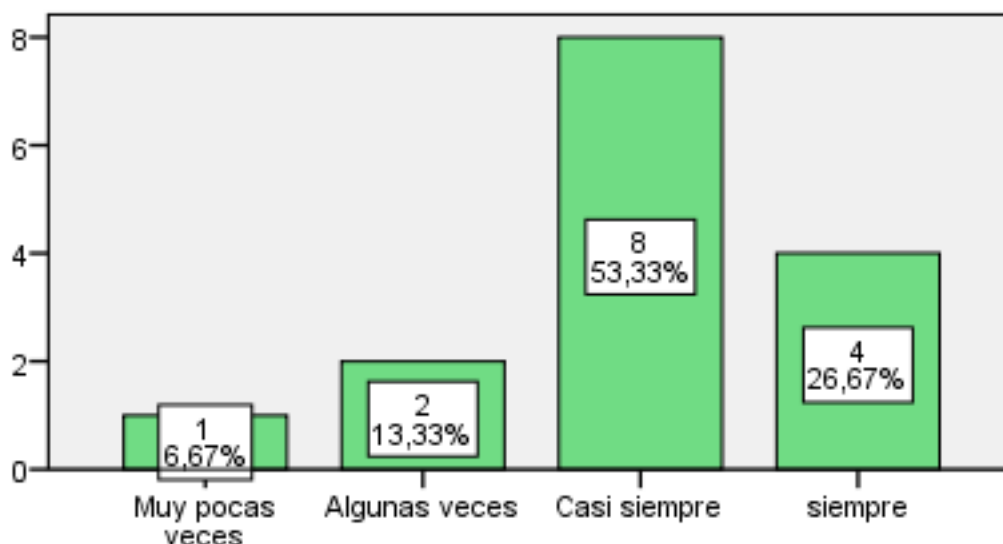


Figura 15. La empresa cuenta con programas de capacitación de personal para el desarrollo personal y organizacional.

Interpretación: la tabla 15 denominada, la empresa cuenta con programas de capacitación de personal para el desarrollo personal y organizacional, tiene un alto porcentaje casi siempre con un 53% del 15 del total de las empresas encuestadas es decir que las empresas casi siempre cuentan con un programa de capacitación para el desarrollo del personal y un bajo nivel porcentual de muy pocas veces de un 7% del total de las empresas encuestadas que quiere decir que no utilizan un programa de capacitación para el desarrollo de su personal.

Tabla 16. La empresa aplica la política de seguridad e higiene, para sus colaboradores en la manipulación de los alimentos.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Muy pocas veces | 2 | 13,3 | 13,3 | 13,3 |
| Algunas veces | 2 | 13,3 | 13,3 | 26,7 |
| Casi siempre | 6 | 40,0 | 40,0 | 66,7 |
| siempre | 5 | 33,3 | 33,3 | 100,0 |
| Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

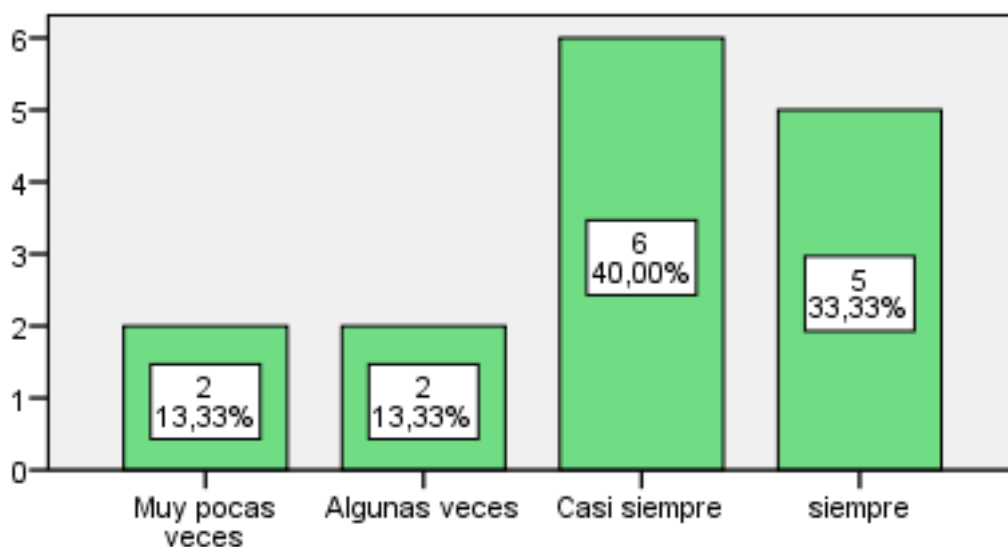


Figura 16. La empresa aplica la política de seguridad e higiene, para sus colaboradores en la manipulación de los alimentos.

Interpretación: la tabla denominada, 16 la empresa aplica la política de seguridad e higiene, para sus colaboradores en la manipulación de los alimentos tiene un alto porcentaje casi siempre con un 40% del 15 del total de las empresas encuestadas quiere decir que las empresas casi siempre aplican la seguridad e higiene en la manipulación de los alimentos y para el nivel más bajo porcentual es muy pocas veces y algunas veces que quiere decir que no tienen una seguridad de higiene en la manipulación de sus alimentos, según los datos estadísticos quiere decir que tiene una seguridad de higiene en la manipulación de los alimentos.

Tabla 17. La empresa cuenta con tecnología de información y comunicación

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Muy pocas veces | 3 | 20,0 | 20,0 | 20,0 |
| Algunas veces | 8 | 53,3 | 53,3 | 73,3 |
| Casi siempre | 3 | 20,0 | 20,0 | 93,3 |
| siempre | 1 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

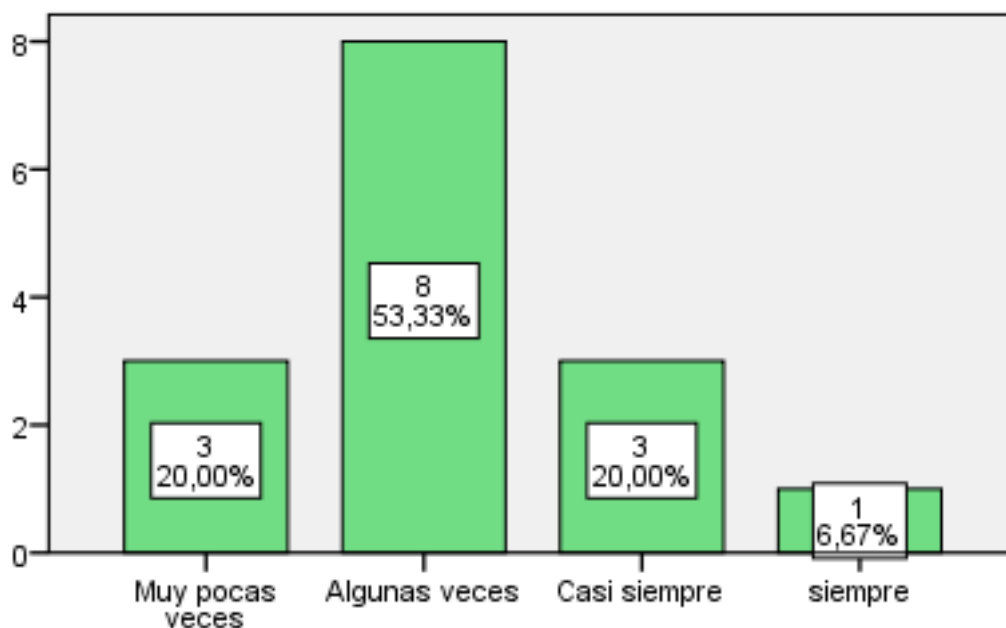


Figura 17. La empresa cuenta con tecnología de información y comunicación

Interpretación: la tabla denominada, la empresa cuenta con tecnología de información y comunicación tiene un alto porcentaje algunas veces con un 53% del 15 del total de las empresas encuestadas eso quiere decir que en las empresas utilizan que algunas veces utilizan cuentan con tecnología de información y comunicación, y el nivel más bajo porcentual es siempre con un 7% de total de los encuestados eso quiere decir que las empresa de restaurantes no cuentan con una tecnología de información y comunicación.

Tabla 18. Su organización o la empresa cuenta con un plan de contingencia.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Nunca | 1 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| Muy pocas veces | 9 | 60,0 | 60,0 | 66,7 |
| Algunas veces | 2 | 13,3 | 13,3 | 80,0 |
| Casi siempre | 2 | 13,3 | 13,3 | 93,3 |
| siempre | 1 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

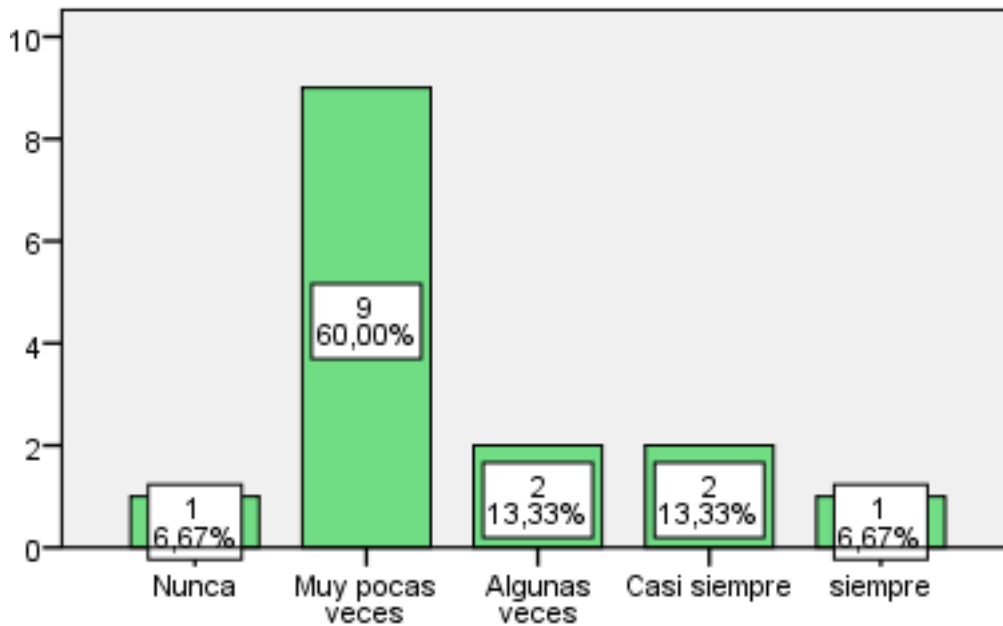


Figura 18. Su organización o la empresa cuenta con un plan de contingencia.

Interpretación: la tabla 18 denominada, su organización o la empresa cuenta con un plan de contingencia tiene un alto porcentaje muy pocas veces con un 60% del 15 del total de empresas encuestadas eso quiere decir que las empresas no cuentan con plan de contingencia y un bajo porcentaje siempre con un 7% de total de las empresas encuestadas.

D. Variable de gestión de calidad

Tabla 19. La empresa estable procesos de actividades administrativas y operativas de acuerdo a los objetivos establecidos.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy pocas veces | 1 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | Algunas veces | 3 | 20,0 | 20,0 | 26,7 |
| | Casi siempre | 9 | 60,0 | 60,0 | 86,7 |
| | siempre | 2 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

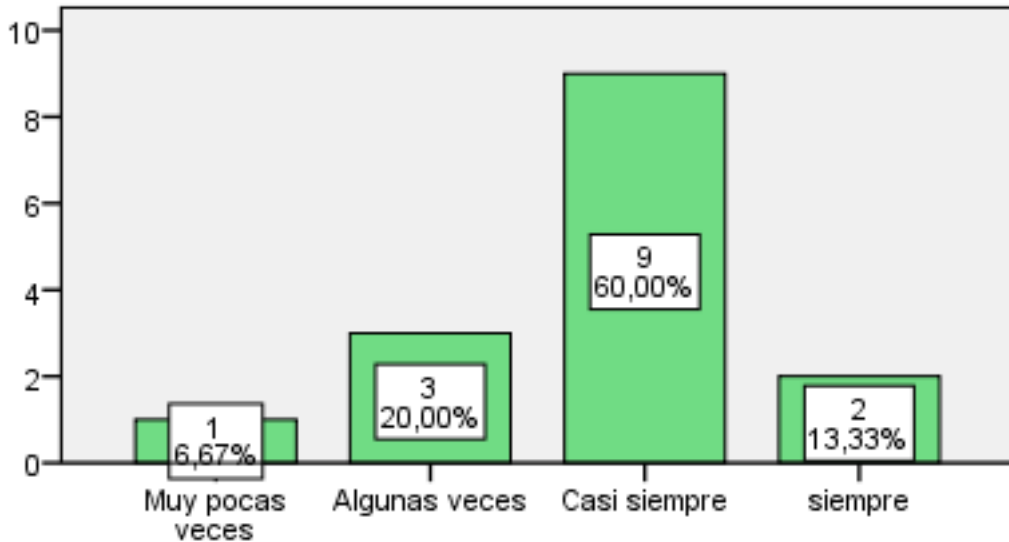


Figura 19. La empresa establece procesos de actividades administrativas y operativas de acuerdo a los objetivos establecidos.

Interpretación: la tabla 19 denominada, la empresa establece procesos de actividades administrativas y operativas de acuerdo a los objetivos establecidos, tiene como porcentaje más alto casi siempre con un 60% del total de las empresas encuestadas eso quiere decir que casi siempre las empresas establecen procesos de actividades administrativas y operativas según los datos obtenidos y un bajo nivel de porcentaje de muy pocas veces con un 7% del total de las empresas encuestadas es decir que no establecen los procesos de actividades administrativas.

Tabla 20. La empresa cuenta con un plan estratégico y un plan operativo.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 1 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | Muy pocas veces | 2 | 13,3 | 13,3 | 20,0 |
| | Algunas veces | 7 | 46,7 | 46,7 | 66,7 |
| | Casi siempre | 5 | 33,3 | 33,3 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

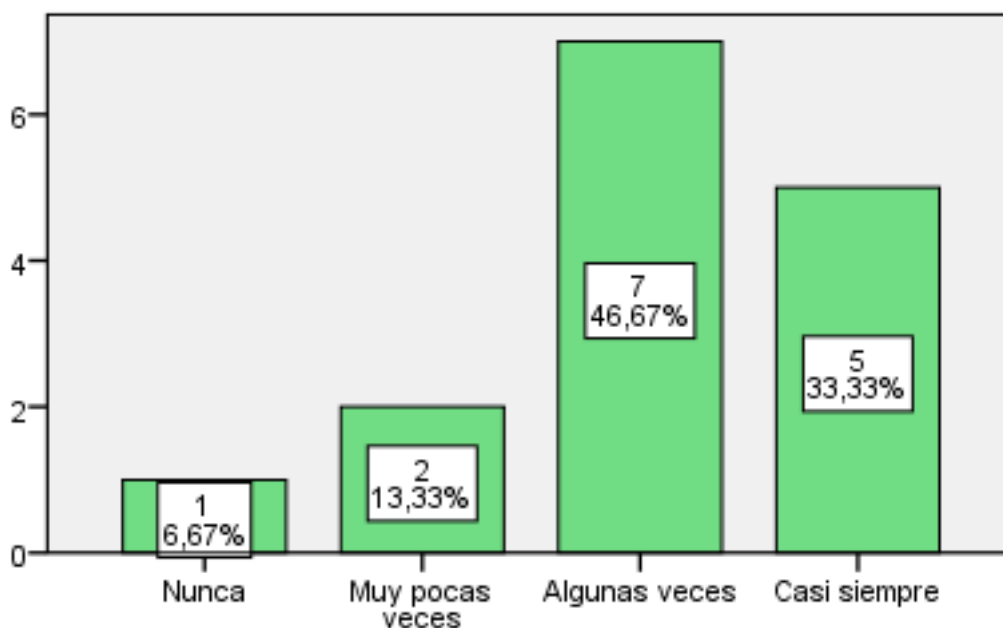


Figura 20. La empresa cuenta con un plan estratégico y un plan operativo.

Interpretación: la tabla 20 denominada, la empresa cuenta con un plan estratégico y un plan operativo tiene un alto porcentaje algunas veces con un 47% de total de las empresas encuestadas eso quiere decir que algunas veces las empresas utilizan un plan estratégico y un plan operativo y el bajo nivel porcentual es nunca con un 7% de total de las empresas encuestadas que quiere decir que algunas empresas no utilizan un plan estratégico y un plan operativo.

Tabla 21. La organización cuenta con un plan de acción

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Muy pocas veces | 2 | 13,3 | 13,3 | 13,3 |
| Algunas veces | 6 | 40,0 | 40,0 | 53,3 |
| Casi siempre | 3 | 20,0 | 20,0 | 73,3 |
| siempre | 4 | 26,7 | 26,7 | 100,0 |
| Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

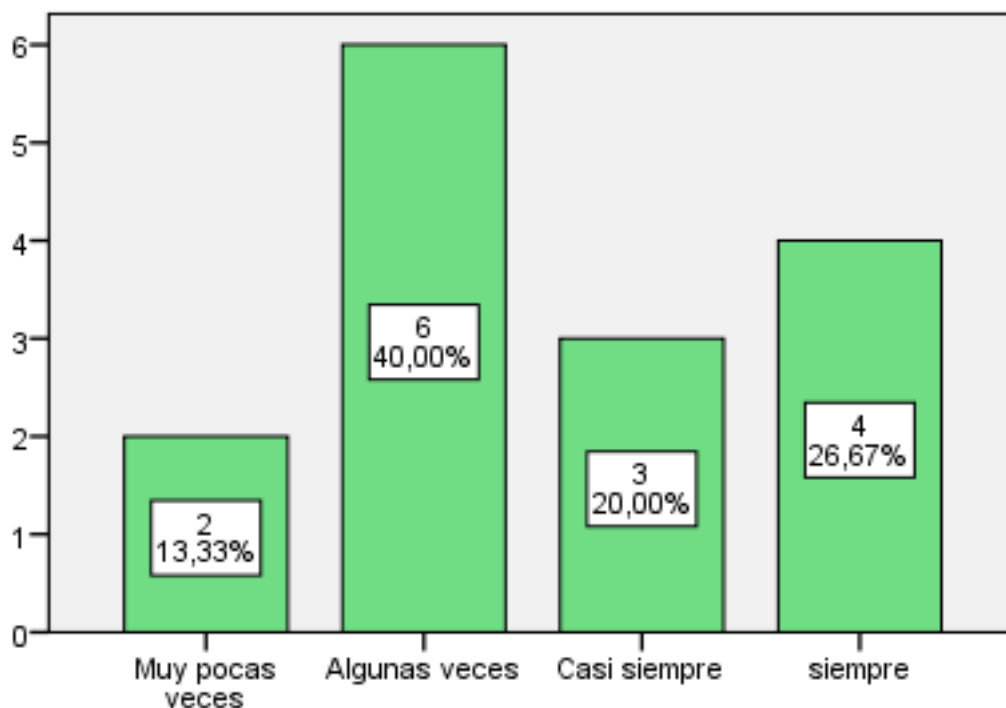


Figura 21. La organización cuenta con un plan de acción

Interpretación: la tabla 21 la organización cuenta con un plan de acción, con un alto porcentaje de algunas veces el 40% del total de las empresas encuestadas no cuentan con un plan de acción, el 13.33% muy pocas veces, el casi siempre el 20% y el 26.67% siempre. Eso quiere decir que algunas empresas con cuentan con un plan de acción en sus micro y pequeñas empresas.

Tabla 22. La empresa cuenta con un manual de organización y funciones y ROF donde las tareas y funciones de los colaboradores están especificadas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy pocas veces | 2 | 13,3 | 13,3 | 13,3 |
| | Algunas veces | 4 | 26,7 | 26,7 | 40,0 |
| | Casi siempre | 6 | 40,0 | 40,0 | 80,0 |
| | siempre | 3 | 20,0 | 20,0 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

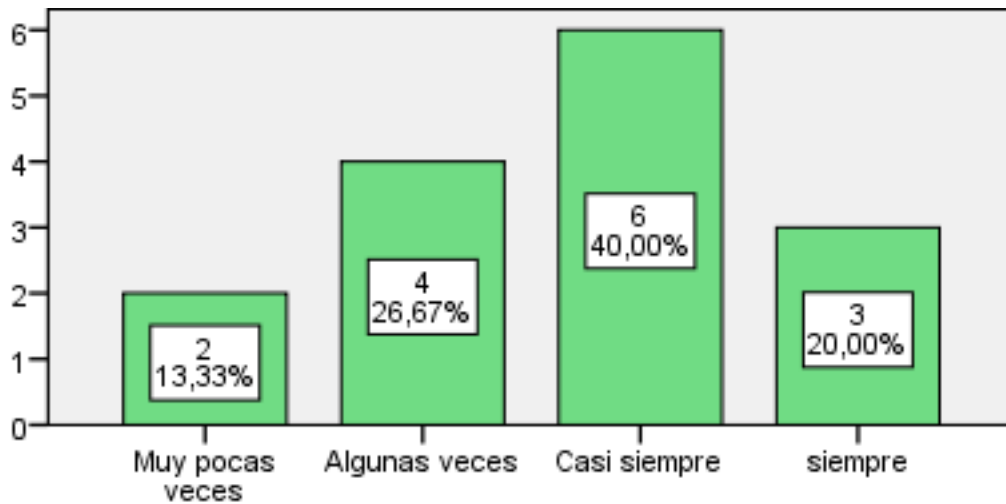


Figura 22. La empresa cuenta con un manual de organización y funciones y ROF donde las tareas y funciones de los colaboradores están especificadas

Interpretación: la tabla 22, la empresa cuenta con un manual de organización y funciones, donde las tareas y funciones de los colaboradores están especificadas, el 40% de las empresas encuestados casi siempre las empresas tienen un manual de organización y funciones y el 13.33% muy pocas veces no cuentan con el respectivo manual para sus empresas que es muy beneficioso para los colaboradores o no están especificadas las funciones o tareas.

Tabla 23. La empresa compara los logros y las metas con lo planificado.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Muy pocas veces | 2 | 13,3 | 13,3 | 13,3 |
| Algunas veces | 2 | 13,3 | 13,3 | 26,7 |
| Casi siempre | 9 | 60,0 | 60,0 | 86,7 |
| siempre | 2 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

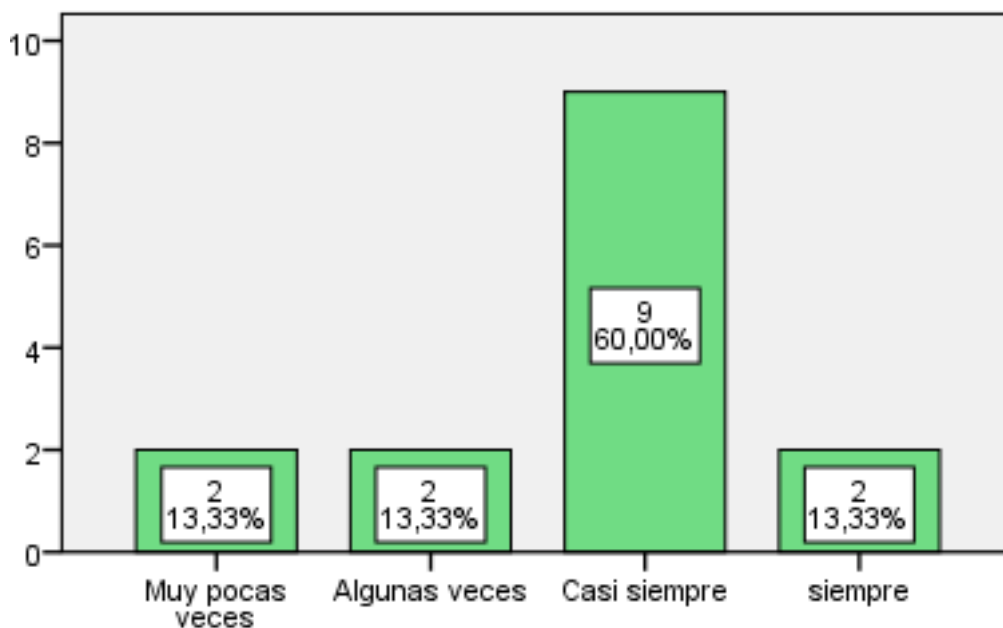


Figura 23. La empresa compara los logros y las metas con lo planificado.

Interpretación: la tabla 23 la empresa compra los logros y las metas con lo planificado, el 60% de las 15 empresas encuestadas casi siempre las empresas comparan los logros y las metas con lo planificado y un porcentaje 13.33% son igualdades con muy pocas veces, algunas veces y siempre, eso quiere decir que las micro y pequeñas empresas casi siempre van a comparar los logros con las metas establecidas para su personal.

Tabla 24. La organización utiliza las herramientas de gestión de calidad.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Algunas veces | 5 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| Casi siempre | 4 | 26,7 | 26,7 | 60,0 |
| siempre | 6 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

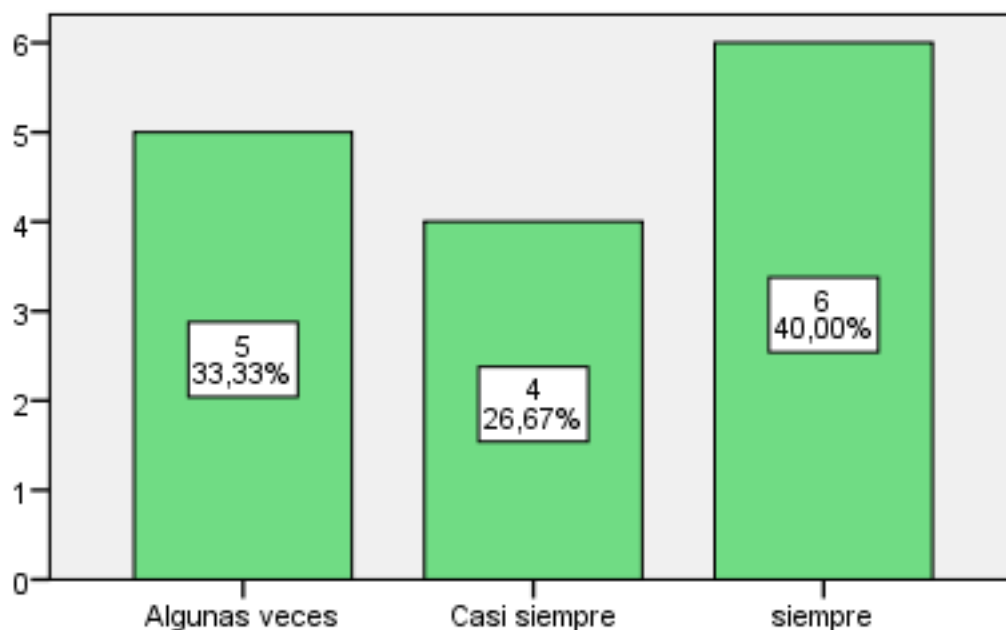


Figura 24. La organización utiliza las herramientas de gestión de calidad.

Interpretación: la tabla 24, la organización utiliza las herramientas de gestión de calidad, el 40% de las empresas encuestadas siempre utilizan las herramientas de la gestión de calidad y 33.33% algunas veces utilizan las herramientas de gestión de calidad, eso quiere decir que estas empresas trabajan con estas herramientas para tener una buena mejora de calidad.

Tabla 25. La empresa cuenta con programa de mejora de calidad continua.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Muy pocas veces | 2 | 13,3 | 13,3 | 13,3 |
| Algunas veces | 5 | 33,3 | 33,3 | 46,7 |
| Casi siempre | 4 | 26,7 | 26,7 | 73,3 |
| siempre | 4 | 26,7 | 26,7 | 100,0 |
| Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

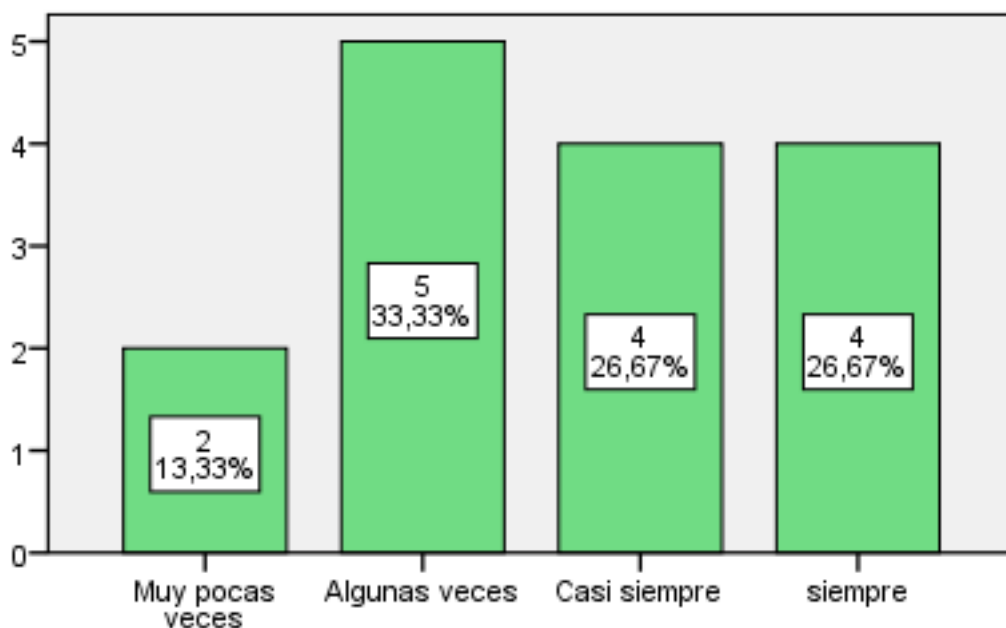


Figura 25. La empresa cuenta con programa de mejora de calidad continua.

Interpretación: la tabla 25 la empresa cuenta con programas de mejora de calidad continua el 33.33% de las empresas encuestadas algunas veces cuentas estos programas de calidad continua eso quiere decir que no utilizan esta este programa por no contar con una buena gestión de calidad y un 26.67% siempre utiliza el programa por lo tanto estas empresas deben gestionar estos programas para tener una mejora continua en la empresa.

Tabla 26. La empresa realiza la evaluación y bonifica a sus colaboradores en el desempeño laboral.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy pocas veces | 1 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | Algunas veces | 2 | 13,3 | 13,3 | 20,0 |
| | Casi siempre | 3 | 20,0 | 20,0 | 40,0 |
| | siempre | 9 | 60,0 | 60,0 | 100,0 |
| | Total | 15 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta aplicada

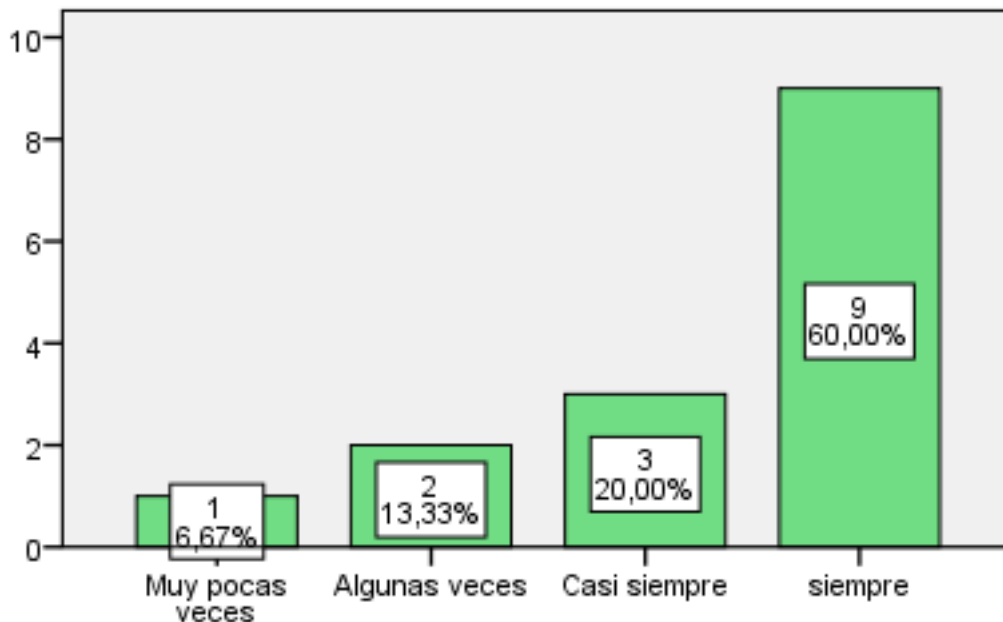


Figura 26.. La empresa realiza la evaluación y bonifica a sus colaboradores en el desempeño laboral.

Interpretación: la tabla 26, la empresa realiza la evaluación y bonificación a sus colaboradores, el 60% del total de las empresas encuestadas siempre la empresa realiza la evaluación y bonificación a sus colaboradores, por lo tanto, se benefician su personal como también la empresa en la calidad de servicio que van a brindar y un 6.67% muy pocas veces no evalúan y ni bonifican a la personal de las empresas. Donde esto puede ocurrir una debilidad para las empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro Los Olivos.

4.2. Análisis de resultados

A. Representantes

En la tabla 4.1 denominada edad de los representantes, se observa que, de las 15 empresas encuestadas, en su totalidad afirman que 40% hay 31 a 50 años son representantes de las micro y pequeñas empresas. Según la SANAT (2003) es la unidad económica constituida por una persona o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o presentación de servicios. Eso quiere decir con lo

investigado, que los representantes de 31 a 50 años de la tercera generación son personas que están constituidas para desarrollar y gestionar con el objetivo crear una empresa y generar actividades como en esta investigación prestación de servicios rubro restaurantes.

En la tabla 4.2 denominada el género de los representantes, se observa que las 15 personas encuestadas, 66.7% son personas masculinas y 33.3% son personas femeninas. Según Chávez (2016), señala que es importante incorporar en favor de la buena convivencia entre mujeres y hombres de acuerdo a sus necesidades específicas, esto con el fin de mejorar la calidad de vida laboral, fortalecer relaciones y el apego hacia la organización, además de contribuir a un buen clima laboral. Para el género de estas micro y pequeñas empresas, señalan casi existe una igualdad de género, hoy en la actualidad muchas mujeres pueden ejercer actividades que hacen los hombres, esto conlleva a contribuir a buen clima laboral en las empresas.

En la tabla 4.3 denominada grado de instrucción de los representantes se observa que, de las 15 empresas encuestadas, el 33,3% existe una igualdad de porcentajes de secundaria y superior no universitario que tienen grado instrucción en estas micro y pequeñas empresas, es quiere decir que no cuentan con estudios superiores, lo cual dada las limitaciones de nuestra educación básica, no se encuentran preparados para realizar una actividad laboral especializada. Las micro y pequeñas empresas, deben convertirse además de ser centros de trabajo, en centros de formación de la mano de obra del Perú, aceptando cuando contrata en cualquier modalidad a un trabajador, las limitaciones con las que estos trabajadores entran a trabajar.

En la tabla 4.4 el cargo que se desempeña en las empresas, se observa que las 15 empresas encuestadas 66.7% son propietarios o dueños de las micro y pequeñas

empresas. Eso quiere decir que un propietario de un negocio, puede tener un estilo de vida de libertad y flexibilidad que no se ofrece a un empleado. Sin embargo, ser dueño de una pequeña empresa también lleva una mayor responsabilidad con muchas más tareas con las que ser malabares. La mayoría de las pequeñas empresas cuentan con cursos limitados en el lanzamiento, lo que significa, como propietario, tienes muchas responsabilidades, dependiendo de la naturaleza del negocio.

En la tabla 4.5 denominada tiempo que se desempeña, se observó que, de las 15 empresas encuestadas, el 66.6% son de 4 a 6 años de se desempeñan en las empresas, eso quiere decir que es importante la experiencia que se ha hecho en el pasado o lo que se ha conseguido hasta hora, sino la autoconfianza que se desarrolla cuando uno ha vivido determinadas situaciones en la empresa. Se trata que los conocimientos que posee te ayuden a reconocer posibles peligros o riesgos, así como la forma de evitarlos, de modo que se emplee la mínima cantidad de energía y recursos para conducir a la a la empresa hacia sus objetivos.

B. Micro y pequeñas empresas

En la tabla 4.6 denominada tiempo de permanencia en la empresa, se observa que de las 15 empresas encuestas, el 60% de los 4 a 6 años tiempo que llevan trabajando en el mercado laboral, esto quiere decir que la variable del tiempo, la medida elegida debería permitirnos realizar comparaciones intersectoriales. Por ello, el tiempo de mercado promedio de las empresas no sería una medida adecuada, dado que lo que un sector puede ser considerado como tiempo reducido, otro sector puede considerarse como muy elevado. Por ello, para solucionar este problema hemos optado por emplear una medida relativa el tiempo de mercado, entendido como el

cociente entre el tiempo de mercado promedio de una empresa y el tiempo de mercado promedio en el sector.

En la tabla 4.7 denominada número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas, se observa que, de las 15 empresas encuestadas, el 33.3% hay de 1 a 5 trabajadores, de 6 a 10 trabajadores y 11 a más trabajadores, eso quiere decir que estas micro y pequeñas empresas tienen trabajadores de acuerdo a tiempo de permanencia que están elaborando en el mercado laboral. Según Puchol (1997), la empresa debe desarrollar políticas que ayuden a equilibrar los roles laboral y no laboral de las personas que, durante esta etapa, también necesitan comprometerse más activamente en actividades de planificación de carrera profesional.

En la tabla 4.8 denominada las personas que trabajan en su empresa son, se observa que de las 15 empresas encuestadas, el 66.7% son personas no familiares, es decir que en estas micro y pequeñas empresas más se encuentran laborando en su organización personas no familiares, que para esta investigación quiere decir que las responsabilidades más importantes de un líder es administrar la fuerza del trabajo, asegurarse de contar con la gente adecuada y en cantidad necesaria para que la empresa pueda crecer en paso firme, la productividad de la empresa no depende de cuánto tiempo se invierta, si no de la eficiencia de los trabajadores.

En la tabla 4.9 denominada objetivo de creación de una empresa, se observa que las 15 empresas encuestadas el 53.3% es para generar trabajo y el 46.7% es para generar ganancia para la empresa, por lo tanto, las empresas se caracterizan por poseer un número reducido de facturación y trabajadores. Su relevancia aumenta en cuenta que sectores vulnerables de la población de escasos recursos económicos, mujeres y jóvenes son quienes ven más beneficiados con la oferta laboral. Allí no solo

encontramos gente beneficiada por puestos de trabajo, sino los micro empresarios. Ellos ven el rendimiento una oportunidad para alcanzar una mayor independencia económica y social, algo totalmente opuesto a las medidas asistencialistas que corren el riesgo de generar dependencia.

En la tabla 4.10 denominada tipo de constitución de la empresa, se observa que de las 15 empresas encuestadas, el 40% son empresas de sociedad anónima (S.A), esto quiere decir que estas micro y pequeñas empresas tiene un contrato por lo cual dos o más personas se obligan a poner dinero, bienes o materiales, con ánimo de trabajar en común y repartirse entre sí las ganancias, está integrado por las aportaciones de los socios que no responden personalmente de las deudas sociales. El 20% sociedad anónima cerrada (S.A.C), esta quiere decir es creada con un reducido número de personas, quienes se conocen entre sí y pueden ser naturales o jurídicas, y cuyas acciones se encuentran bajo la titularidad de familiares. Es la más recomendada para la constitución de una empresa familiar, ya sea chica o mediana empresa.

C. Variable competitividad

En la tabla 4.11 denominada la empresa establece políticas de ventas adecuadas al cliente, se observa que, de las 15 empresas encuestadas, en su totalidad afirman que siempre la empresa establece políticas adecuadas al cliente esto le permite a la empresa ser un buen competente en el mercado de restaurantes. Caro y Gonzales (2016) realizó una investigación titulada “nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016” siendo las principales conclusiones que la competitividad es clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de cualquier empresa, especialmente en el sector servicios – restaurantes por ello la

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

Así mismo para Iglesias (2018), determino la relación entre los costes y los beneficios estimados de este servicio una vez definidos los elementos clave de este. Mientras que los costes referidos a un determinado nivel de servicio pueden calcularse con mayor o menor exactitud, los beneficios referidos a un incremento en el nivel de servicio o los perjuicios causados por una disminución de este son muy difíciles de cuantificar. Entonces según los resultados de la encuesta y de lo que dice el autor de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes. Que las empresas están adecuadas sus políticas de venta con sus consumidores esto quiere decir que los clientes tienen más facilidades al adquirir sus servicios de las empresas. Esto no solo estaría satisfaciendo a los clientes actuales si no a los clientes futuros asegurando de esta manera oportunidades de crecimiento. Como considera Matiz (2008), comienza con la fijación y ejecución de políticas de personal claras y que estimulen claramente el desarrollo que lleva a la polifuncionalidad; que abran espacios y permitan el empoderamiento; que fomenten la creatividad porque ésta es la clave para la innovación en todos los aspectos mencionados, contemplados al marco teórico de la investigación, al tener un mejor servicio al cliente.

Por lo tanto, una de las mejoras de la empresa competitiva que es elegida por los representantes de las empresas de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes no solo están alcanzando el objetivo general de la investigación, cual es proponer mejoras de la competitividad si no que está permitiendo alcanzar el objetivo específico: identificar los factores relevantes de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes, sino que también identificar una de las

mejoras de la competitividad. Afirmando de esta manera que las micro y pequeñas empresas de la urbanización Puertas de Pro los Olivos, por los resultados obtenidos y los autores consultados anteriormente si están siendo competitivas las empresas.

En la tabla 4. 12 denominada la empresa se siente satisfecha con el consumo de sus clientes, se observa que las 15 empresas encuestadas el 46.7% casi siempre las empresas se sienten satisfechas con el consumo de sus clientes. Silva (2015). Realizo una investigación titulada “calidad del servicio al cliente en el restaurant la Lomita – Tambogrande – 2015”, siendo las principales conclusiones ya existe una relación en la percepción es bastante favorable, ya que los empleados del restaurante generan confianza, los clientes se sienten seguros cuando realizan sus transacciones, el personal es siempre amable con los clientes, y tienen suficientes conocimientos para responder a sus respuestas y por último los aspectos relacionados a la empatía, los horarios son los más convenientes, que el restaurante se preocupa por sus intereses y que los empleados comprenden sus necesidades específicas. Donde las empresas rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro, casi siempre se siente satisfechas con consumo de sus clientes esto quiere decir que las empresas se sienten seguras de brindar un buen servicio a sus clientes a si ser un buen competente con las demás empresas, así mismo las empresas siente seguras con su servicio que brindan. Según Real Academia Española (2004), dentro de sus estrategias señalan el objetivo es situarse en precios por debajo de los competidores; según la demanda existente en un momento y lugar determinado, dicho coste podrá mantenerse o no. Por lo que implica que la empresa cuide y mantenga sus clientes permanentes y futuros, la micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes se siente satisfecha con sus respectivos clientes por que gracias a ellos por su buena gratitud la empresa va ir desarrollándose competitivamente hacia el futuro.

Por lo tanto, estas empresas se sienten satisfechas por el consumo de sus clientes llegando a tener una mejora de servicios proyectándose un largo plazo que les permita una mayor competitividad, por lo tanto, no solo se ha logrado alcanzar el objetivo general si no también los objetivos específicos: describir los factores relevantes de la competitividad de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, por ello se confirma que según los datos encontrados y los autores citados de la investigación, ejercen factores que les proporciona la capacidad para poder ser competitivas dentro del rubro.

En la tabla 4.13 denominada la empresa otorga los comprobantes de pago para reducir los pagos de impuestos, se observa que de las 15 empresas encuestadas el 33.3% siempre la empresa otorga comprobantes de pago a sus clientes para así reducir los pagos de impuestos. Caro y Gonzales (2016) realizó una investigación titulada “nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016”, siendo las principales conclusiones La competitividad es clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de cualquier empresa, especialmente en el sector servicios – restaurantes por ello la importancia de medirla y corregir los errores que impiden a los empresarios locales generar ventajas competitivas en forma interna.

Es por ello que las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro se han preocupado a otorgar los comprobantes de pago ya sean boletas o facturas según el régimen de cada empresa, haciendo de ellas cada vez más competitivas en el mercado empresarial. Según Sáenz (2000) enfatiza la importancia de aquellos factores que determinan la evolución de los sistemas económicos y que no son sistemáticamente tratados por los enfoques convencionales de la macro y microeconomía.

De esta manera las micro y pequeñas empresas se han proyectado al futuro de reducir sus impuestos para sí generar más ganancias, de modo que la empresa siga siendo elegida por sus clientes, permitiendo de esta manera que se logre alcanzar no solo el objetivo general si no también el objetivo específico: Identificar los factores relevantes de la competitividad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la urbanización Puertas de Pro.

En la tabla 4.14 denominada la empresa realiza inventarios periódicamente para medir sus estados financieros, se observa que de las 15 empresas encuestadas el 40% casi siempre las empresas realizan inventarios periódicamente ya que les sirve para medir sus estados financieros de las empresas. Caro y Gonzales (2016) realizó una investigación titulada “nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016” siendo las principales conclusiones, la competitividad es clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de cualquier empresa, especialmente en el sector servicios – restaurantes por ello la importancia de medirla y corregir los errores que impiden a los empresarios locales generar ventajas competitivas en forma interna, por lo tanto las empresas van a tener un crecimiento económicamente al generar buenos ingresos para sí ser competente en el mercado. Según Sáenz (2000), enfatiza la importancia de aquellos factores que determinan la evolución de los sistemas económicos y que no son sistemáticamente tratados por los enfoques convencionales de la macro y microeconomía.

Cumpliendo con las mejoras que deben tener las empresas competitivas y a la vez alcanzo los objetivos específicos: Identificar los factores relevantes de la competitividad en el sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro, estas empresas están siendo mejoradas a la identificación de los factores de la

empresa, cabe señalar que las empresas son muy competitivas ejerciendo bien la medición de sus inventarios.

Según los autores y los resultados investigados se puede decir que las micro y pequeñas empresas bajo estudio son competitivas puesto que aplican la identificación de los factores, es por ello que debido a los resultados se puede identificar los elementos de la competitividad en el rubro restaurantes logrando alcanzar dentro del rubro que operan.

En la tabla 4.15 denominada la empresa cuenta con programas de capacitación de personal para el desarrollo personal y organizacional, se observa que de las 15 empresas encuestadas el 53.3% casi siempre la empresa cuenta con programas de capacitación personal eso quiere decir que las empresas si capacitan a su personal para el desarrollo personal y organizacional, Ganoa (2015) realizo una investigación titulada “estrategias de diferenciación en el servicio como ventaja competitiva en el restaurant - pub el encanto de la Amazonía en la ciudad de Chiclayo-2015”, llegando a una conclusión de análisis de la identificación del proceso de las ventajas competitivas del Restaurant – Pub El Encanto de la Amazonía. Esto quiere decir que muchas empresas del sector servicio, rubro restaurantes cuentan con procesos de capacitación personal adecuados para empresas, esto sería beneficio para tanto para la organización y su personal, asiendo programas de capacitación, así tener el personal bien capacitado para ser competente con las demás empresas del mismo rubro.

Según Matiz (2008), señala Gestión de personal, comienza con la fijación y ejecución de políticas de personal claras y que estimulen claramente el desarrollo que lleva a la polifuncionalidad; que abran espacios y permitan el empoderamiento; que fomenten la creatividad porque ésta es la clave para la innovación en todos los

aspectos mencionados. Adaptando a las micro y pequeñas empresas de rubro restaurantes esto sería una innovación, creatividad para las políticas del personal dentro de la organización llevando un proceso de capacitación.

No solo se ha logrado alcanzar el objetivo específico: Aplicar los factores relevantes de la competitividad, sino que también se está alcanzando el objetivo específico: Identificar los factores relevantes de la competitividad, esto quiere decir que estas organizaciones para ser competentes identifican los problemas organizacionales para luego capacitar y dar solución al problema así ser competentes en el mercado rubro restaurantes urbanización Puertas de Pro.

En la tabla 4.16 denominada la empresa aplica la política de seguridad e higiene, para sus colaboradores en la manipulación de los alimentos, se observa que de las 15 empresas encuestadas el 40% casi siempre aplica la política de seguridad e higiene, para sus colaboradores en la manipulación de sus alimentos. Ganoa (2015) realizó una investigación titulada “estrategias de diferenciación en el servicio como ventaja competitiva en el restaurant - pub el encanto de la Amazonía en la ciudad de Chiclayo-2015”, llegando a una conclusión que en el análisis de las estrategias de diferenciación en el servicio y sus procesos en el Restaurant – Pub El Encanto de la Amazonía se obtuvo como resultados positivos que el 62 % de los clientes si regresarían a consumir los productos, pese a que en algunos puntos muestran su indiferencia tales como en su satisfacción, por lo tanto las empresas de rubro restaurantes para tener una mejor calidad de servicio a sus clientes para la elaboración de los alimentos llevan proceso de seguridad e higiene como principal política en la manipulación de sus alimentos.

Según la Real Academia Española (2004) en las estrategias de la competitividad señala que un producto o servicio significativamente diferente al de los competidores

(incluso único) situará muy bien a la empresa, aunque el precio se incrementará para el consumidor. Entonces estas empresas de rubro restaurantes estratégicamente producirán sus alimentos de calidad para sí ser competentes con las demás empresas del mismo rubro, ya que generarán tener más clientes a futuro con su calidad de servicio que brindan.

Es por ello que no solo se está alcanzando el objetivo general si no el objetivo específico: Identificar los factores relevantes de la competitividad, para la empresa rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro no solo está alcanzando estratégicamente si un impacto su personal sino también con sus clientes a futuros y tener una mejor participación en el mercado y ser competentes entre los mismos rubros.

En la tabla 4.17 denominada la empresa cuenta con tecnología de información y comunicación, muestra que el 53.3% de las empresas encuestadas algunas veces las empresas no cuentan con tecnologías de información y comunicación. Caro y Gonzales (2016) realizó una investigación titulada “nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016”, donde llego a la conclusión que en materia de producción y operaciones existe un desempeño regular – medio en materia de competitividad y es la dimensión con más puntaje acumulado siendo equipamiento la característica con puntos más bajos, para estas micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de la urbanización Pertas de Pro, la tecnología de información no las están siendo equipados por las empresas, ya que por ser pequeñas empresas no son utilizados las tecnologías de información y comunicación, por lo tanto en competencia por las grandes empresas de restaurantes estas micro y pequeñas empresas seria que perderían sus clientes actuales o futuros por no contar con una equitación tecnológica.

Para Matiz (2008), dentro de sus elementos señala Innovación y actualización de tecnologías; para lograr la competitividad tiene que ver con la innovación o actualización tecnológica en los equipos de manufactura y del manejo de la información, para las micro y pequeñas empresas deben estar equipadas con tecnologías para si no perder los clientes actuales y futuros, porque la tecnología es un elemento muy impórtate dentro de la organización ya sirve para la innovación de mejores productos, servicios o administración,

Las micro y pequeñas empresas son competitivas ya que están ejerciendo un elemento de la competitividad por ser elegida por un gran número de empresas, de esta forma logrando alcanzar el específico: Elaborar la propuesta de mejora en la competitividad como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, que es la aplicación de una nueva innovación que es la tecnología de información en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro.

En la tabla 4.18 denominada su organización o la empresa cuenta con un plan de contingencia, muestra que el total de las 15 empresas encuestadas el 60% muy pocas veces las empresas no cuentan con un plan de contingencia. Caro y Gonzales (2016) realizó una investigación titulada “nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016”, llegando a la conclusión de la competitividad medida por dimensiones nos permite determinar qué área de la industria cuenta con un nivel más elevado de competitividad para así tomar las medidas correctivas más asertivas. Para esto entonces las empresas para ser más competitivas deben tomar medidas correctivas para sí tener un plan de contingencia adecuarlo a la empresa para tener una calidad de servicio.

Según Ortiz (2006), nos dice que permitirá ejecutar un conjunto de normas, procedimientos y acciones básicas de respuesta que se debería tomar para afrontar de manera oportuna, adecuada y efectiva, ante la eventualidad de incidentes, accidentes y/o estados de emergencias que pudieran ocurrir tanto en las instalaciones como fuera de ella, por ejemplo, el secuestro de un funcionario. Para las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro, adaptando el plan de contingencia les servirá factor relevante la eventualidad de incidentes, accidentes o estados de emergencia que puede transcurrir en la empresa, ya que son muy importante para la empresa y para el personal, de modo que muchas micro pequeñas empresas no tienen este plan por falta de medios económicos.

Es por ello que con los datos obtenidos en la investigación se está logrando alcanzar los objetivos: Elaborar la propuesta de mejora en la competitividad como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos

D. Gestión de calidad

En la tabla 4.19 denominada La empresa estable procesos de actividades administrativas y operativas de acuerdo a los objetivos establecidos, muestra que el total de las 15 empresas encuestadas el 60% casi siempre la empresa establece procesos de actividades administrativas y operativas de acuerdo a los objetivos establecidos y un 6.7% muy pocas veces. López (2018), realizó una investigación titulada “gestión de calidad y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil – (Ecuador)”. En donde se concluyó la comparación que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar

correctamente las actividades de la empresa. Dentro de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes estas empresas si establecen actividades administrativas como también operativas teniendo una buena gestión de calidad en las empresas esto conlleva que los procesos de las actividades están asignados a cada uno de sus colaboradores así no hay ninguna descoordinación laboral dentro de su entorno empresarial.

Deming (2013) dentro de la mejora continua señala, que es el objetivo principal del sistema de gestión de la calidad. En la década de 1940 empezó a trabajar con los procesos industriales y de fabricación e introdujo muchas de las herramientas que se utilizan en las iniciativas de mejora de la calidad; sus ideas y conceptos se usan hoy en día para generar resultados de analíticos fiables y de calidad. Esto quiere decir que para las organizaciones de las micro y pequeñas empresas los procesos de gestión de calidad y la mejora continua es muy relevante para los actividades administrativas y operativas en la organización.

Según los datos obtenidos de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes están alcanzando los objetivos específicos tales como Identificar los factores relevantes, para la mejora de la gestión de calidad como también aplicar los factores relevantes para la mejora de la gestión de calidad.

En la tabla 4.20 la empresa cuenta con un plan estratégico y un plan operativo se muestra que de las 15 empresas encuestadas el 46.7% algunas veces cuentan con un plan estratégico o un plan operativo y 6.7% nunca las empresas cuentan con un plan estratégico un plan operacional. Hidalgo (2015), realizo una investigación titulada “Modelo de gestión para mejor la calidad de atención al usuario del GAADM CATON BABAHOYO – (Ecuador)” en comparación se concluyó que el modelo de

gestión para mejorar la calidad en la atención a los usuarios del GADM del cantón Babahoyo, es validado por expertos en el tema, quienes consideran que los procesos actualmente levantados son los más relevantes al momento, pero sin embargo es importante en el mediano plazo, considerar la inclusión de todos los aspectos operativos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Babahoyo. Para la micro y pequeñas empresas rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro, señalan que algunas veces utilizan un plan estratégico o un plan operativo en sus empresas, esto quiere decir hay empresas que si tienen un plan estratégico para ser competente con las empresas del mismo rubro ya que esto le sirve tener estrategias tanto interno como externo tener una buena gestión de calidad en la empresa. En cambio, en el plan operativo cada empresa debe tener un plan operativo para las mejoras internas y externas de las empresas así ser competente con los demás rubros.

Según Deming (2013) es uno de los creadores del concepto de mejora continua, el objetivo principal del sistema de gestión de la calidad. Empezó a trabajar con los procesos industriales y de fabricación e introdujo muchas de las herramientas que se utilizan en las iniciativas de mejora de la calidad; sus ideas y conceptos se usan hoy en día para generar resultados de analíticos fiables y de calidad, para las empresas del rubro restaurantes deben gestionar un plan estratégico y un plan operativo para tener mejoras continuas para sus empresas para sí ir mejorando objetivo principal del sistema de gestión de calidad.

Entonces en los datos obtenidos de la investigación del 100% algunas veces no cuentan con el plan estratégico y el operacional en el rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro. Con ellos se busca lograr dar respuesta a los objetivos específicos: Elaborar la propuesta de mejora en la competitividad como factor

relevante en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos.

En la tabla 4.21 denominada la organización cuenta con un plan de acción, se observa que de las 15 empresas encuestadas el 40% algunas veces las empresas cuentan un con plan de acción. Silva (2015). Realizo una investigación titulada calidad del servicio al cliente en el restaurant la Lomita – Tambogrande – 2015. Llegando a una conclusión la dimensión, Fiabilidad hace referencia al interés que tiene la empresa por solucionar los problemas, realizar bien el servicio a la primera vez, aunque débil en las preguntas sobre la rapidez del servicio en comparación quiere decir que las empresas del rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro los Olivos, tener un plan de acción es solucionar los problemas de las empresas que es una herramienta empleada en la gestión control y tareas de tal manera que se implementara un conjunto de tareas necesarias para la consecución de objetivos y metas de las empresas.

Mientras Mejía (2007), lo describió como una teoría sencilla que permite administrar en forma estructurada los proyectos de mejoramiento, orientados a satisfacer las necesidades de los clientes y a obtener productividad en los procesos. Basado en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante hace referencia en la mejora de las necesidades de los clientes ya que en el plan de acción se implementarán nuevas tareas asignadas a cada personal si tener mejores objetivos en la empresa, en la gestión de calidad las empresas deben tener un plan de acción proyectados a futuros y así obtener una mejor productividad en los procesos de la organización.

Es por ello que las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro de los Olivos, está contribuyendo al cumplimiento de los objetivos

específicos: describir los factores relevantes de las mejoras de la gestión de calidad y determinar el impacto de la aplicación de las mejoras de la gestión de calidad que brindan a las empresas.

En la tabla 4.22. denominada la organización y funciones y ROF donde las tareas y funciones de los colaboradores, se observa que de las 15 empresas encuestadas el 40% casi siempre las empresas cuentan con un manual de organización y funciones donde las tareas y funciones de los colaboradores están especificadas. Sandoval (2018) realizó una investigación titulada “el sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant el gourmet urbano en el distrito de San Isidro, 2015”, llegando a la conclusión, que mediante el estudio se afirma que existe relación entre el sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente en los empleados y clientes en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro. El estudio comprueba que el nivel del sistema de gestión de la calidad en los empleados es malo en la devolución del servicio, insatisfacción del cliente y rotación de clientes. Para las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro de los Olivos casi siempre cuentan con un manual de la organización y funciones para ejercer sus tareas y funciones de su personal eso quiere decir que su personal tiene normas establecidas en la organización.

Shewart (1891-1967), dentro de la calidad total, supone un cambio de cultura en la empresa, ya que la gente se debe concienciar de que la calidad atañe a todos y que la calidad es responsabilidad de todos. La dirección es responsable de liderar este cambio, mediante la implantación de un sistema de mejora continua permanente, y mediante la instauración de un sistema participativo de gestión. Cabe señalar que dentro de la organización el líder debe implementar el manual de reglamento de la organización y funciones, que dichas empresas investigación cuentan con el manual

que es muy importante para la organización ya que encuentran estructuradas las tareas y obligaciones para el personal.

Por lo tanto, las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes están contribuyendo con la gestión de calidad y al cumplimiento de uno de los objetivos específicos: describir los factores relevantes, para la mejora de la gestión de calidad del rubro restaurantes.

En la tabla 4.23 denominada la empresa compara los logros de metas con lo planificado, se observa que de las 15 empresas encuestadas 60% casi siempre la empresa compara los logros y metas con lo planificado. Chupayo (2018) realizó una investigación titulada “Impacto De La Calidad Del Servicio En La Satisfacción En La Micro y Pequeña Empresa Del Rubro Restaurante De Comida Criolla En Ñaña, Distrito De Lurigancho Chosica, llegando a la conclusión que a partir de esto surge la necesidad de evaluar las variables de la calidad de servicio que influyen en la satisfacción de los clientes, ya que, son muy pocas las MYPES que miden tal aspecto, y en consecuencia de ello fracasan sin explicarse las razones. En comparación las micro y pequeñas de la urbanización Puertas de Pro los Olivos, es allí que hacen una evaluación para conocer sus logros con lo planificado con el personal, estas empresas evalúan lo planificado con las metas logradas ya que es una forma de motivar al personal con incentivos y tener una buena gestión de calidad en la organización.

Guajardo (2003), definió el círculo de Deming o PHVA (planear, hacer, verificar, actuar) como un enfoque sistemático para la solución de problemas, que impulsa a la alta gerencia a participar más activamente en los programas de mejora de calidad de la compañía. Esto conlleva a que las organizaciones deben impulsar a sus colaboradores

a lograr sus metas planificadas según el círculo Deming el líder debe tener un enfoque sistemático para las empresas y si lograr lo propuesto.

Por lo tanto, las micro y pequeñas empresas estas contribuyendo con la gestión de calidad y al cumplimiento del objetivo de la investigación: describir los factores relevantes, en las mejoras de la gestión de calidad, en el rubro restaurantes,

En la tabla 4.24. La organización utiliza las herramientas de gestión de calidad, se observa que de las 15 empresas encuestadas el 40% siempre las empresas utilizan las herramientas de gestión de calidad. Sandoval (2018) realizó una investigación titulada “el sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant el gourmet urbano en el distrito de San Isidro, 2015”, llegando a una conclusión que queda en evidencia que el Resturante El Gourmet Urbano debe elaborar procesos, manuales, diseño de procedimientos de calidad hacia la gastronomía permanente mediante el sistema de gestión de la calidad promoviendo así mejorar el nivel de laboral de gastronomía y todos los empleados por ende esto se traducirá en la mejora de la atención al cliente brindado, en comparación de las micro y pequeñas empresas de la urbanización Puertas de Pro de los Olivos, nos señala que siempre utilizan las herramientas de gestión de calidad que son muy importantes en los procesos de la organización.

Guajardo (2003), definió el círculo de Deming o PHVA (planear, hacer, verificar, actuar) como un enfoque sistemático para la solución de problemas, que impulsa a la alta gerencia a participar más activamente en los programas de mejora de calidad de la compañía. Representa los pasos de un cambio planeado, donde las decisiones se toman científicamente y no en base a apreciaciones. Mientras Mejía (2007), lo describió como una teoría sencilla que permite administrar en forma estructurada los proyectos de mejoramiento, orientados a satisfacer las necesidades de los clientes y a

obtener productividad en los procesos. Entonces quiere decir que estas empresas para tener una mejor gestión de calidad trabajan con las herramientas Deming, para solucionar problemas e impulsar una alta gerencia y participar en programas de mejora de calidad.

Por lo tanto, las micro y pequeñas empresas están contribuyendo en la gestión de calidad y al cumplimiento de los objetivos específicos: Identificar los factores relevantes, en la mejora de la gestión de calidad y Determinar el impacto de la aplicación de la mejora en gestión de calidad en rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro los Olivos.

En la tabla 4.25. denominada la empresa cuenta con programa de mejora de calidad continua, se observa que de las 15 personas encuestadas el 33.3% algunas veces utilizan el programa de mejora de calidad continua. López (2018), realizó una investigación titulada “gestión de calidad y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil – (Ecuador)”. En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos. Para las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro los Olivos señalan que no cuentan con el programa de mejora de calidad ya que esto es un buen beneficio para la organización porque este programa de mejora de calidad les va brindar una buena calidad de producto y mejorar el proceso de producción.

Deming (2013) señala es uno de los creadores del concepto de mejora continua, el objetivo principal del sistema de gestión de la calidad. En la década de 1940 empezó a trabajar con los procesos industriales y de fabricación e introdujo muchas de las herramientas que se utilizan en las iniciativas de mejora de la calidad; sus ideas y

conceptos se usan hoy en día para generar resultados de analíticos fiables y de calidad. Para las empresas del rubro restaurantes deben tener el sistema de la mejora de calidad que se va a trabajar con procesos de administración y la elaboración de los alimentos de los restaurantes si generar resultados fiables y de calidad.

Por lo tanto, las micro y pequeñas empresas están contribuyendo de esta manera a las mejoras de la gestión de calidad de las empresas y al cumplimiento de uno de los objetivos de la investigación: identificar los factores relevantes, en la mejora de la gestión de calidad e identificar los factores relevantes de la mejora de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro los Olivos.

En la tabla 4.26 denominada la empresa realiza la evaluación y bonifica a sus colaboradores en el desempeño laboral, se observa que de las 15 empresas encuestadas 60% siempre las empresas van a realizar la evaluación y bonificación a sus colaboradores en el desempeño laboral y 6.7% muy pocas veces los bonifica por su desempeño laboral. López (2018), realizo una investigación titulada “gestión de calidad y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil – (Ecuador)”, En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos. Para las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro los Olivos señalan que siempre realizan la evaluación y les bonifican a sus colaboradores en su desempeño laboral, las empresas bonifican de acuerdo a su desempeño poniéndole metas y objetivos y estos son evaluados para bonificación de cada colaborador, así tener un ambiente laboral en familia y formar una empresa competitiva en la gestión de calidad.

Según Taylor (1856) desarrolló una serie de métodos destinados a aumentar la eficiencia en la producción, en los que se consideraba a los trabajadores poco más que como máquinas con manos. Esta forma de gestión, conocida como Taylorismo, ha estado vigente durante gran parte de este siglo, y aunque está muy alejada de las ideas actuales sobre calidad, fue una primera aproximación a la mejora del proceso productivo.

Por lo tanto, las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro los Olivos, están contribuyendo de esta manera la gestión de calidad de las empresas y al cumplimiento de uno de los objetivos de la investigación: Determinar el impacto de la aplicación de la mejor de la gestión de calidad y Aplicar los factores relevantes de la mejora de la gestión de calidad en las empresas de restaurantes.

V. CONCLUSIONES

Las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad identificado en la investigación que la gestión administrativa y las competencias concerniente al mejoramiento de la organización y de la productividad, puesto que las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro Los Olivos, 2018, es su mayoría desarrollaban su administración y producción exitosamente, desarrollando minuciosamente el tiempo en que se desarrollan sus actividades que se realizan dentro de la organización, de modo que pueden ofrecer al cliente aperitivos especiales que puedan ser competitivos frente a las demás empresas y puedan satisfacer las necesidades del cliente.

Se determinó que los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad que se conoció el nivel de efectividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes se da desde que la organización es efectiva en el grado en el cual su funcionamiento interno es consistente, eficientemente organizado, y sin tensión, puesto que en su mayoría las micro y pequeñas empresas han destacado sus esfuerzos por satisfacer en lo más mínimo a sus clientes y como también la organización, de este modo que su consistencia y funcionamiento interno como empresa se ve reflejado en la atención que se les brindan a los clientes y como organización competente, creando un clima colaborativo dentro de la empresa de calidad.

Se determinó que los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad que las herramientas que emplean las micro y pequeñas empresas investigadas es de calidad para mejora las empresas, mejorando la pulcritud y el bienestar de las organizaciones, y estar en óptimas condiciones, permitiendo que las

micro y pequeñas empresas puedan ofrecer productos de calidad que cubran las condiciones de gestión de calidad en las empresas.

Los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad, que describe las micro y pequeñas empresas investigadas se describió que están orientadas a las necesidades de atender y satisfacer los requerimientos sus colaboradores, ya que ellas has establecidos normas, planes para atender las necesidades de sus colaboradores y los pedidos especiales de los clientes como también les beneficia a las empresas, permitiendo que las micro y pequeñas empresas puedan ofrecer una calidad de producto y bienestar a sus colaboradores y en beneficio a las empresas de rubro restaurantes.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda que las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes deberían implementar un sistema computarizado para un mejor control de tecnología e información y un plan de contingencia que les permita tener un mejor sistema para ser competentes con las demás organizaciones. Para una mejor administración y efectividad en sus operaciones. Ya que, hemos visto en la investigación, que es un punto débil en las empresas.

Los resultados de esta investigación serán entregados a los representantes o dueños de los restaurantes estudiados, con la finalidad que deberían desarrollar un plan estratégico especificado, iniciar una fase de asesorías específicas para lograr la adecuación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

Se recomienda implementar las normas de manera correcta para que se cumplan los objetivos trazados que se esperan obtener en las micro y pequeñas empresas.

Finalmente mantener y cumplir con lo establecido dentro de la documentación generada, partiendo del manual de calidad, es decir realizar todo proceso de verificación de cumplimiento de los tiempos establecidos para cada uno de los procesos, verificarlos procesos que se encuentran fuera de dichos parámetros y generar expectativas estratégicas de mejoramiento, generar las modificaciones necesarias a los procedimientos, aplicar las estrategias, compromisos establecidos por los dueños y aplicados en las organizaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abc. (2006). *gestion de la calidad. gestiopolis*. Lima: gestiopolis.
- Aec. (2002). *Herramientas de la calidad*. Madrid: <http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10123.pdf>.
- Arias. (2004). Analisis de datos. En Arias, *TESIS DE INVESTIGACION* (pág. 99). España: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/06/tecnicas-de-analisis-de-datos-ejemplo.html>.
- Arias. (2006). *Poblacion y muestra*. http://metodosrecreacion.blogspot.com/p/blog-page_28.html.
- Armand. (13). Control de calidad. *Wikipedia*, https://es.wikipedia.org/wiki/Control_de_calidad.
- Benitez. (2016). *Gestion de calidad*. Colombia: colombiana.
- Blasco. (2007). *Enfoque cualitativo*. http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html.
- Chavez. (2007). *Tipo de investigacion*. <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0095948/cap03.pdf>.
- Contreras, C. S. (2017). *Competividad del sector artillero*. Colombia.
- Coronel. (2016). *Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant pizza hut en el centro comercial mega plaza lima; 2016*. Pimentel.
- Deming. (1940). *Mejora continua*. Usa: <https://extranet.who.int/lqsi/sites/default/files/attachedfiles/LQMS%2015%20Process%20improvement.pdf>.
- Deming. (1989). *Gestion de calidad*. Usa: <http://xxxturismoxxx.blogspot.com/2010/03/conceptos-de-calidad-segun-diversos.html>.
- Deming. (1989). *Productividad y competitividad*. Madrid : Dias de santos.
- Duran. (2004). Terio de la calidad . En G. Gomez, *Teoria de la organizacion y control de calidad* (págs. 28 - 30). España: Boosk.
- Eduardo. (2017). *Tipos de la competitividad empresarial*. Lima: <http://utopia-consultores.com/tipos-de-competitividad-empresarial-y-ejemplos-de-cada-una/>.
- Espinoza. (2004). *Competitividad*. Lima: eumed.net.
- Felix. (2000). *Elementos de la competitividad*. Cali: <http://www.matizyasociados.com/wp-content/uploads/2014/01/elecompe.pdf>.

- Fleitman. (2000). La pequeña empresa. *Promo negocios* , 23-26.
- Franco. (21 de 11 de 2011). *blog sport*. Obtenido de blog sport: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Ganoza, D. D. (2016). *Alineacion estrategicos* . Piura .
- Garcia. (2012). Inspension de la calidad . En Garcia, *Control de calidad* (págs. 4-7). Lima: <https://sites.google.com/site/ivangarciasanchez90/objetivos/gestiontema11/7>.
- Genoa. (2015). *Estrategias de diferenciación en el servicio como ventaja competitiva en el restaurant - pub el encanto de la Amazonía en la ciudad de chiclayo-2015*. Pimental .
- Gonzales, C. (2015). *Nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016*. Trujillo.
- Gonzalo. (2004). *Teoria de la organizacion y control de calidad* . España: <https://books.google.com.pe/books?id=yCy6VzgALVYC&pg=PA28&dq=teoria+de+la+calidad&hl=es-#v=onepage&q=teoria%20de%20la%20calidad&f=false>.
- Hernandez. (2003). *Diseño de la investigacion*. Lima: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/garcia_m_f/capitulo4.pdf.
- Hidalgo. (2015). *Gestion para mejorar la calidad de atencion al usuario*. Ecuador : pdf.
- Hurtado. (2006). *Recoleccion de datos*. <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/prc/INSTRUMENTOS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20DATOS.htm>.
- Iglesias. (06 de 06 de 2018). *Bossines marketing school*. Obtenido de Bossines marketing school: <https://www.esic.edu/rethink/2018/06/06/como-tener-una-buena-politica-de-servicio-al-cliente/>
- Inie. (2009). Demografia nacional. *Biblioteca virtual*, 6-10.
- Kerlinger. (2002). *Diseño de la investigacion* . Lima: <https://es.slideshare.net/conejo920/diseo-de-investigacion-no-experimental>.
- Lopez. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante*. Ecuador : Ecuatoriana .
- Luna, J. (2017). las mipes. *Peru retail*, 15-16.
- Melaasquez. (2017). *Implementacion de sistemas de gestion de caalidad*. Lima: pdf.
- Natividad. (2017). *Sistemas de gestion de calidad* . Lima: pdf.
- Olivar. (2018). Economia de Lima. *turismo.org*.
- Ortiz. (2016). La importancia de un plan de contingencia. *Foro de seguridad*, 5-10.

- Perez. (17 de 07 de 2016). *Definicion* . Obtenido de Definicion: <https://definicion.de/rubro-contable/>
- Pilares, H. (17 de 08 de 2016). Indice de progreso social. *Comercio*, pág. 3.
- Porter. (2009). *Ser competitivo*. España: Libros deustos.
- Sampiere. (1998). *Metodologia de la investigacion*. Lima: <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7841/5/362.829%202-B467f-CAPITULO%20IV.pdf>.
- Sandoval. (2018). *El sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant el gourmet urbano en el distrito de san isidro, 2015*. Lima.
- Segura, L. (04 de 07 de 2018). Cofide. *Gestion* , págs. 7-8.
- Soriano. (1996). *Tecnicas y instrumentos*. http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html.
- Tamayo. (2007). Metodologia . En Angulo, *Estrategia de la mediana empresa* (pág. 47). Lima: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html.

ANEXOS

ANEXO N° 1 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro, del distrito Los Olivos, 2018.

INSTRUCCIONES: a continuación, le presentamos 26 preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquellas que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

I. GENERALIDADES

1.1. Referente a los representantes de las micro pequeñas empresas.

1. Edad

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 a más años

2. Genero

- a) Femenino
- b) Masculino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no Universitario
- e) Superior Universitario

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

1.2. Referente a las características de las micro pequeñas empresas

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Número de trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares
- c) Familiares y personas no familiares

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Generar trabajo
- c) Subsistencia

10. Tipo de constitución de la empresa

- a) Persona Natural
- b) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
- c) Sociedad comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)
- d) Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)
- e) Sociedad Anónima (S.A.)

| | | | | |
|----------------------|------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------|
| Nunca (1) | Muy pocas veces (2) | Algunas veces (3) | Casi siempre (4) | Siempre (5) |
|----------------------|------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------|

| N° | Ítems | Alternativa | | | | |
|------------------------------------|---|-------------|---|---|---|---|
| V1: Competitividad | | | | | | |
| D1: Comercialización | | | | | | |
| 1 | La empresa establece políticas de ventas adecuadas al cliente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | La empresa se siente satisfecha con el consumo de sus clientes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D2: Contabilidad y finanzas | | | | | | |
| 3 | La empresa otorga los comprobantes de pago para reducir los pagos de impuestos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | La empresa realiza inventarios periódicamente para medir sus estados financieros. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D3: Recursos humanos | | | | | | |
| 5 | La empresa cuenta con programas de capacitación de personal para el desarrollo personal y organizacional. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | La empresa aplica la política de seguridad e higiene, para sus colaboradores en la manipulación de los alimentos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D4: Sistemas de información | | | | | | |
| 7 | La empresa cuenta con tecnología de información y comunicación. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8 | Su organización o la empresa cuenta con un plan de contingencia. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| V2: Gestión de calidad | | | | | | |
| D1: Planificar | | | | | | |
| 9 | La empresa estable procesos de actividades administrativas y operativas de acuerdo a los objetivos establecidos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10 | La empresa cuenta con un plan estratégico y un plan operativo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D2: Hacer | | | | | | |
| 11 | La organización cuenta con un plan de acción. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | La empresa cuenta con un manual de organización y funciones y ROF donde las tareas y funciones de los colaboradores están especificada. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D3: Verificar | | | | | | |
| 13 | La empresa compara los logros y las metas con lo planificado. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14 | La organización utiliza las herramientas de gestión de calidad. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D4: Actuar | | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|
| 15 | La empresa cuenta con programa de mejora de calidad continua. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16 | La empresa realiza la evaluación y bonifica a sus colaboradores en el desempeño laboral | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 02 DIRECTORIO DE LA MYPE EN ESTUDIO

La población de las micro y pequeñas empresas el sector servicios, rubro restaurantes de la urbanización puertas de pro, del distrito los olivos, 2018.

| N° | DENOMINACIÓN |
|----|----------------------------|
| 1 | El Catacaos |
| 2 | Sabor y encanto |
| 3 | Aroma a Mar |
| 4 | El Delfín |
| 5 | Pollo Cachetón |
| 6 | El Huanuqueño |
| 7 | La Rica Sazón Cajamarquina |
| 8 | El Huaralino |
| 9 | Barra Cevichera |
| 10 | Los Encantos del Mar |
| 11 | El Buen Sabor |
| 12 | Inspiración y Sabor |
| 13 | Camelita |
| 14 | El Buen Sabor Norteño |
| 15 | El Muelle |

ANEXO N° 03 PROPUESTA DE MEJORA

Propuesta de Mejora de la Competitividad como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes de la Urbanización Puertas de Pro, del Distrito Los Olivos.

El contenido de esta propuesta de mejora está relacionado con la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización puertas de pro, del distrito Los Olivos.

Para elaborar el plan se tomó en cuenta el marco teórico conceptual sobre competitividad, así como la información que se recopiló a través de la investigación de campo.

Este plan será de gran ayuda para el departamento de informática o tecnologías cuyo giro está relacionado a las medidas técnicas, humanas y organizativas, siendo éste un motivo principal para la aplicación de estrategias y técnicas adecuadas de gestión de la calidad, sobre dicha base se seleccionan las contramedidas más adecuadas entre diferentes alternativas, siendo plasmadas en el plan de contingencias junto a los recursos necesarios para ponerlo en marcha. Debe ser revisado periódicamente.

Los restaurantes es un establecimiento del sector servicios públicos, donde se paga por la comida y bebida para ser consumidas en el mismo local. Hoy en día existe una gran variedad de servicios y tipos de restaurantes.

Justificación

Esta propuesta de mejora es importante porque nos permite elaborar estrategias y técnicas adecuadas a la gestión de calidad para obtener la satisfacción esperada, traducida en una experiencia diferente y además más competitiva en relación al mercado de restaurantes.

Tienen una justificación práctica porque se puede aplicar de manera directa en los establecimientos o en todo caso informar a los gerentes de las empresas la necesidad de su implementación y aplicación del plan de mejora.

La justificación teórica es necesaria porque aporta conocimiento en este rubro de restaurantes en la urbanización puertas de pro.

Importancia de la Propuesta de mejora

Por ello es importante, no solo buscar mejorar en una sola área de las empresas, si no trabajar de manera conjunta para tener la perspectiva de la interdependencia que existe entre todos los miembros de la empresa. Se requiere de un cambio en toda la

organización, ya que para obtener el éxito es necesaria la participación de todos los integrantes de la organización.

La identificación de las oportunidades de mejora, es la base para poder administrar los esfuerzos de solución en la empresa, permitiendo focalizar y priorizar las acciones pertinentes.

OBJETIVOS, ORGANIZACIÓN Y RESPONSABILIDAD DE LA PROPUESTA DE MEJORA

OBJETIVOS:

- ❖ El objetivo principal es generar una propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las para las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización puertas de pro, del distrito Los Olivos.

El presente Plan tiene los siguientes Objetivos específicos:

- ❖ Desarrollar estrategias para mejorar la competitividad en las micro y pequeñas empresas restaurantes.

Aumentar la satisfacción de los clientes

La atención al cliente es una parte fundamental en nuestra gestión del negocio, es una estrategia vital para incrementar nuestras ventas y fidelizarlos. Por ello, debemos establecer una cultura de trabajo donde no solo esté presente la famosa frase “el cliente siempre tiene la razón” sino que también vayamos más allá, teniendo presente por qué nos ha elegido.

Establecer un procedimiento

- Establecer un tiempo promedio de atención entre el saludo y su ubicación en sala del cliente
- Implementar la estrategia de sonreír a los clientes en el transcurso de la cena

Contrata personal con vocación

- La profesión de mesero debe estar íntimamente relacionada con la vocación de mimar y atender a las personas. Es por esto que debemos contratar personal que tenga vocación, actitud y ganas de ofrecer una agradable experiencia al cliente.
- Muchas veces la experiencia o antigüedad de los meceros no significa que atiendan mejor a las personas. Un mesero joven y sin experiencia puede igualmente ganarse el corazón de los clientes y hacer que, gracias a él, regresen semanalmente.

Formar al personal

- El personal debe estar formado y contar con las herramientas necesarias para poder proporcionar un trato adecuado, siempre reforzando su autoestima y confianza en sí mismo.
- Asegurar que el mesero conozca la carta. Parte de una buena experiencia es que nuestro mesero sepa la carta de platos. De esta manera estará preparado para poder asesorar al cliente sobre los ingredientes o métodos de cocción de un plato, opciones alternativas para vegetarianos o celíacos.

Pon el foco en el cliente

- Llamarlo por su nombre. Algo tan simple como esto hace que el cliente se sienta especial.
- Recordar los gustos del cliente (platillo preferido, mesa en la que le gusta sentarse)

Trabajo en equipo

- La atención al cliente es definitivamente un trabajo en equipo, donde intervienen desde mesero al recibir al cliente, el chef al cocinar en tiempo y forma el plato elegido y el mesero, que es la cara visible del equipo de trabajo.
- Y no solo querrá volver a vivirlo, sino que se asegurará de que otras personas lo hagan, recomendando tu restaurante como ese lugar en el que comer bien y dejarse cuidar.

Optimizar los procesos de trabajo

Cuando se trata de mejorar las operaciones de los restaurantes, siempre nos vienen a la cabeza varios factores: calendarios y turnos de trabajo, fichas de control, normativa sobre seguridad alimentaria, listado de inventarios, informes de ventas, contratos, etc.

Identificar procesos involucrando a todo tu equipo

- lo primero que tendremos que hacer es instruir a nuestro equipo para que los interioricen, ya que serán los encargados de trabajar diariamente con ellos. La clave es encontrar un equilibrio entre la optimización de los procesos y la autonomía de nuestro personal. Además, reconociendo públicamente su buen hacer, reforzaremos el ambiente del equipo y sentirán que parte del éxito de los restaurantes es gracias a un buen trabajo.

Trabaja “para” tu restaurante, no “en” tu restaurante

- En ocasiones debemos salir de nuestro día a día, de nuestra zona de confort, para conseguir tener una visión global y más estratégica de los negocios
- Es importante estar presente en nuestro local para observar a los clientes y ver cómo trabaja nuestro equipo, pero en otras es más importante sentarse delante de un ordenador a analizar datos, planificar acciones

Crea hojas técnicas y fichas de producción

- Deben indicar qué cuesta cada producto que utilizamos y qué coste tiene para nosotros la elaboración de los platos. Además, a través de la ingeniería de menús, conoceremos por un lado los aspectos necesarios para la maximizar la

venta de platos rentables y, por otro, cómo debemos colocarlos en nuestra carta para que sean altamente demandados.

Utilizar sistemas informáticos de gestión

- Los sistemas de gestión actuales nos permiten integrar todos los datos de nuestro TPV, datos financieros, nóminas, pagos a proveedores, inventarios, gestión de facturas, etc. en tiempo real y de forma relativamente sencilla.

Buscar la innovación y el desarrollo de nuevos productos

Los restaurantes están expuestos a las reglas de la evolución de la tecnología y la sociedad porque los consumidores cambian a un ritmo vertiginoso y quieren que estos innoven para seguir desarrollándose.

Los restaurantes, como cualquier negocio, tienen que adaptar su existencia a las nuevas tendencias que van surgiendo, siempre con el objetivo de ofrecer servicio excelente.

Mayor rapidez y facilidad en los pagos

- Pagar a través de la app con tarjeta de crédito o crédito de Apple, incluso puedes añadir una cantidad de propina a tu elección.

La innovación de productos y servicios

- Incorporar platos diferentes: ingredientes originales, cocinados de formas distintas o simplemente una presentación que se salga de la tónica estándar.
- A nivel de servicios se pueden ofrecer fórmulas diferentes o que no hayan sido aún muy usadas al menos en nuestro contexto. Quizás una buena idea pueda ser un desayuno buffet o cenas en domicilios que incluyan servicio de cocinero o de mesero.

Nuevas formas de gestión en la producción

Realizar un esfuerzo en la gestión de restaurantes vale sin duda la pena porque la optimización y mejora de la gestión de comandas, reservas o stock puede suponer importantes beneficios para el restaurante:

- Conseguir un servicio más eficiente que mejore la atención y satisfacción del cliente.
- Ahorro de costes en personal o infraestructuras.

Optimizar costes

Sé generoso... ¡pero no tanto!

- A todo el mundo le encanta pasar por tu local para charlar un rato y disfrutar de tu excelente comida. Y tú, agradecido, quieres obsequiarles de alguna manera alguna

Limita el número de platos en tu carta

- Si tu cocina no tiene ni las dimensiones ni el equipamiento aconsejables, y tú no cuentas con el personal necesario para servir esa mega carta, ¡elimina la mitad!
- Céntrate en la calidad, no en cantidad.

No desperdices la energía.

- Dejar la freidora encendida si no vas a utilizarla.
- U otros artefactos
- Es importante que controles todos tus gastos de suministro (luz, agua y gas) con conciencia: no dejes los grifos abiertos, apaga las luces que no se utilizan, y cierra el gas siempre que no se utilice.

Apuesta por la publicidad digital

- La publicidad digital a través de las redes sociales, campañas de email marketing o geolocalización en Google, te permiten dirigirte a tu público objetivo por un presupuesto muy inferior al que tendrías que invertir en publicidad tradicional.

Limita (discretamente) el tamaño de las raciones

- Crea una tabla con los pesos óptimos de cada plato y de los ingredientes que los componen, y asegúrate que tu personal utiliza los utensilios adecuados para medir las cantidades indicadas.

Negocia con tus proveedores para asegurar precios ajustados

- Si tu proveedor actual no puede mejorar los precios, encuentra otro que pueda.
- Sí, esa decisión te va a doler, sobre todo si llevas tiempo con él o ella, pero si quieres mejorar tus beneficios, no vas a tener más remedio.