



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN LA TOMA DE DECISIONES DE
LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DE PRODUCTOS
HIDROBIÓLOGICOS, CASCO URBANO DEL DISTRITO DE
CHIMBOTE, 2016

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

AUTOR:

Br. Herrera Cueva, Víctor Alexander

[Orcid.org/0000-0002-8716-1944](https://orcid.org/0000-0002-8716-1944)

ASESOR:

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

[Orcid.org/0000-0002-6399-5928](https://orcid.org/0000-0002-6399-5928)

CHIMBOTE – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

Br. Herrera Cueva, Victor Alexander

Orcid.Org/0000-0002-8716-1944

Autor

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarias

Orcid.org/0000 -0002- 6399 -5928

Asesor

Miembros del Jurado

Mgtr. Morillo Campo, Yuly Yolanda

Orcid.org/0000- 0002 -5746 - 9374

Presidenta

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Orcid.org/0000- 0002 -7575-3571

Miembro

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio César

Orcid.org/0000- 0002-5471-4549

Miembro

JURADO EVALUADOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Mgtr. Limo Vázquez, Miguel Ángel

Miembro

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fuerza de no rendirme a pesar de todos los problemas que hay en el camino para culminar mis estudios .

A mi Asesor Dr. Adm. Reinerio Centurión Medina por ser mi guía de mi trabajo durante todo el periodo de investigación.

A mis padres por su gran apoyo que me brindaron a salir adelante en este periodo de estudio.

DEDICATORIA

A Dios por dame la fuerza, sabiduría e motivación para lograr mis objetivos de nunca rendirme y cumplirlos en todo este periodo de investigación.

A mi asesor, Dr Adm. Reinerio Centurión Medina por su apoyo en todo este periodo, me brindo la enseñanza de Investigación

A mis padres, por darme su apoyo en realizar mis estudios, porque fueron las únicas personas que creyeron en mí y mis logros que estoy obteniendo y lo que voy a obtener.

RESUMEN

En el presente Estudio de Investigación tuvo como objetivo general, Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la toma de decisiones de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016. Investigación fue de diseño no experimental-transversal – Descriptivo – Cuantitativo, para el recojo de información se tuvo una población de 35 Micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplico un cuestionario de 20 preguntas cerradas, utilizando como técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 69,2% de los representantes, tienen edad entre 30 a 50 años. El 53,8% son de género masculino. El 84,5 % de los negocios, son Micro y pequeñas empresas. El 69,2 % son creadas por oportunidad. El 100 % consideran importante la calidad del servicio en el negocio. El 38,5% utilizan la Gestión de Calidad. EL 76,9% planifican en mejorar su negocio. Se concluye que la mayoría de los representantes que la mayoría de los representantes son personas adultas, son de género masculino, a su vez la mayoría de las empresas son Micro y pequeñas empresas, la mayoría son generadas por oportunidad, considera la totalidad importante la calidad del servicio para desarrollar una buena Gestión de Calidad para el negocio, utilizan la planificación en mejorar en el negocio como base de la mejora continua en su negocio.

Palabras clave: Gestión de Calidad, Micro y pequeñas empresas, Toma de Decisiones.

ABSTRACT

In the present Study of Investigation it had like general target, to Determine the main characteristics of the quality Management in the decision making of the Mike and Small enterprises of the sector service, title restaurants of hidrobiológicos products, city center, District of Chimbote, 2016. Investigation was of design not experimental - transverse – Descriptive – Quantitative, for the information recojo there was had a population of Micro 35 and small enterprises, to whom is applied a questionnaire of 20 closed questions, using like skill of the survey obtaining the following results: 69,2 % of the representatives, has age between 30 to 50 years. 53,8 % is of masculine genre. 84,5 % of the business, is a Mike and small enterprises. 69,2 % is created by opportunity. 100 % considers the quality of the service to be important in the business. 38,5 % uses the quality Management. 76,9 % plans in improving its business. Finally one concludes that most of the representatives that most of the representatives are adult persons, are of masculine genre, in turn most of the companies are a Mike and small enterprises, the majority they are generated by opportunity, he thinks the quality of the service the important totality to develop a good Management of Quality for the business, they use the planning in improving in the business like base of the continuous progress in its business.

Keywords: Quality management, micro and small businesses, Decision making

CONTENIDO

1. Título de Tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma de jurados	iii
4. Hoja de agradecimiento	iv
5. Resumen y Abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas, cuadros y figuras	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	
2.1. Antecedentes	8
2.2. Bases Teóricas	14
2.3. Marco Conceptual	26
III. HIPÓTESIS	28
IV. METODOLOGÍA	
4.1. Diseño de la Investigación	29
4.2. Población y Muestra	29
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	30
4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	34
4.5. Plan de Análisis	34
4.6. Matriz de Consistencia	35
4.7. Principios Éticos	38
V. RESULTADOS	
5.1. Resultados	39
5.2. Análisis de Resultados	44
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	51
Referencias Bibliográficas	53
Anexos	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio, Rubro Restaurantes De Productos Hidrobiológicos, Casco Urbano Del Distrito De Chimbote, 2016	38
Tabla 2. Características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes de Productos Hidrobiológicos, Casco Urbano del Distrito de Chimbote, 2016	39
Tabla 3. Características de la Gestión de Calidad con el uso de la Toma de Decisiones en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes de Productos Hidrobiológicos, Casco Urbano del Distrito de Chimbote ,2016.	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad del Representante	65
Figura 2: Genero del Representante	65
Figura 3. Grado de Instrucción	66
Figura 4. Grado de Permanencia en el Grado	66
Figura 5. Tamaño de la Empresa	67
Figura 6. Objetivo de creación de la Empresa	68
Figura 7. Tiempo de Permanencia en el Rubro	68
Figura 8. Número de Trabajadores	69
Figura 9. Considera Importante la Calidad de Servicio en su negocio	69
Figura 10. De qué Manera Practica la Gestión de Calidad en su Negocio	70
Figura 11. Usted Planifica en Mejorar su Negocio	70
Figura 12. Realiza Capacitaciones para Brindar un Mejor Producto y Servicio	71
Figura 13. Mediante que Método o forma Satisface a sus Clientes	71
Figura 14. Otorga Implementos de Seguridad para sus Trabajadores	72
Figura 15. Selecciona Bien los Proveedores que Otorgan en Consumo Final	72
Figura 16. Con que Método Publicita su Producto a sus Clientes	73
Figura 17. Considera Usted que su Toma de Decisiones es la Correcta	73
Figura 18. De qué Manera Toma Decisiones en su Negocio	74
Figura 19. Usted practica el trabajo en equipo para conseguir una buena decisión	75
Figura 20. Cree que Tomar Decisiones en Base al Servicio es Importante	75

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las Micro y pequeñas empresas son un factor sumamente importante en toda actividad económica de cada país, de tal forma que permite el incremento de oportunidades de trabajo, el crecimiento económico de la población, el desarrollo social del país, generan ingresos con fin de lucro.

Las Micro y pequeñas empresas que se dedican al rubro de restaurante, estas Micro y Pequeñas Empresas consideran siempre la calidad del servicio, ya que se preocupan por sus cliente, brindando un buen servicio ya que en la actualidad los cliente se fijan en el servicio que le brindan para su consumo, estas Micro y Pequeñas Empresas también optan implementos de seguridad a sus trabajadores ya que es de mucha importancia por el bienestar de la empresa con sus trabajadores ya que es uno de los requisitos para tener un negocio formal, ya que algunas Micro y Pequeñas Empresas no optan planificar su mejora en su negocio, no tiene conocimiento de una estrategia de Gestión de Calidad de dar un buen servicio.

“En España la crisis económica está provocando en las pequeñas y medianas empresas, a pesar de que éstas son el auténtico motor de la economía española al generar un 64,8% del valor añadido y emplear al 74,9% de los trabajadores. Junto a los efectos devastadores que la recesión ha tenido en el desarrollo empresarial, el Gobierno no está haciendo lo suficiente para ayudar a los pequeños empresarios que conforman el tejido industrial español: los problemas de financiación siguen sin resolverse, la contratación pública y ayudas estatales "no muestran indicios de mejora" y el retraso en el pago de las facturas sigue estando muy por encima de la media europea”. (Gallego,2013).

Sin duda alguna, en España, el Gobierno no apoya a aquellos empresarios que han formado su micro empresa, el financiamiento y demás problemas no muestras mejoras, es por ello que la crisis parte del mismo Gobierno Español, por no ser capaces de ayudar a mejorar el crecimiento y desarrollo del país.

Una vez visto la problemática que existe en España y Nicaragua, posteriormente se tocará las diferencias problemas que existen en los diferentes países de América Latina.

“El 37% de las empresas en Latinoamérica considera que uno de sus principales obstáculos es encontrar una fuerza laboral con la capacitación adecuada, según un estudio dado a conocer el viernes por el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF). La

responsable de Políticas Públicas y Competitividad del Banco de Desarrollo del CAF, Diana Mejía, expuso en el marco de la Conferencia Anual de Ejecutivos por la Educación (Cade), que aún existe un rezago entre la calidad de la educación y la generación de competencias de la fuerza laboral. Mejía sostuvo que, aunque la cobertura educativa ha evolucionado de manera positiva en América Latina en los últimos 30 años, aún existen enormes diferencias entre la preparación de los jóvenes y las competencias que requieren las empresas en sus procesos productivos. Además, expuso que la formación del mercado laboral garantiza el crecimiento sostenido de un país y que el reto de las instituciones de educación técnica es enfrentar la informalidad y crear capacidades para promover procesos de formalización, tanto a nivel del trabajador como de las empresas.

La especialista sostuvo también que los países de América Latina que "parecen llevar la delantera" en esta concordancia entre educación y productividad son Chile, Brasil y Perú, además de Colombia, Panamá, Costa Rica y México. Sin embargo, argumentó que la Educación Técnica y Formación Profesional (ETFP) se ha analizado tradicionalmente desde la perspectiva de las políticas educativas, pero actualmente se evalúa también desde la visión de la productividad empresarial” (Xinhua, 2015)

A decir verdad, hoy en día, se requiere a personas jóvenes que tengan la capacidad de dirigir una empresa, entonces si vemos la realidad, nos damos cuenta que en los países de América Latina podemos observar que existen diferencias con la preparación de los jóvenes y las competencias que las empresas están requiriendo, es decir, que muchos de los jóvenes no se preocupan por ser aptamente capacitados, y son sometidos a realizar actividades informales.

En México, “las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en México son de gran importancia ya que ayudan a la economía mexicana. A pesar de ser muy importantes para la economía, las PYMES no cuentan con los recursos necesarios para desarrollarse plenamente, ahora están enfrentando un problema más grande, la globalización, que es el proceso a gran escala de la información, las tecnologías, disminución de costos y transporte, consiguiendo que las empresas se establezcan en otros países siendo aún más competitivas y que se eliminen trabas al comercio internacional. Gracias a este fenómeno las empresas se han visto seriamente afectadas debido a que hay mucha competitividad con las empresas transnacionales y las pymes no tienen los suficientes recursos para competir en el mercado. Son de gran importancia, así como tiene sus problemas tiene sus virtudes ya que las PYMES son propiedad de las familias que también las gestionan por

su flexibilidad, por la mano de obra de los empleados, son el sostén de la demanda, también permiten el equilibrio regional, aportan la productividad global entre otras”. (Aguilar & Martínez, 2013).

La economía Mexicana presenta una crisis mayor ya que no cuenta con recursos suficientes para su desarrollo y está sometida a afrontar la globalización, de manera que la tecnología va a permitir que los costos sean reducidos, de tal manera que estas empresas deben colocar estrategias para combatir con la barrera internacional, permitiendo que México sea uno de los países más competitivos.

En Colombia, no todas las micro y pequeñas marchan bien, sino que cada una tiene diferentes dificultades, entre ellos está “Definición inadecuada de la estrategia de integración

Uno de los principales problemas es que muchas empresas no tienen determinada su estrategia en un nivel suficiente, lo cual complica e incluso impide obtener el éxito en su implementación.

Las organizaciones no tienen un rumbo definido, por lo que no saben hacia dónde dirigirse.

Se echan en falta unos parámetros claros a nivel de objetivos y rentabilidad a conseguir.

Al no estar suficientemente desarrollada, la estrategia no puede comunicarse eficazmente a todos los profesionales de la empresa.

Problemas de alineación de la estrategia

En ocasiones, ocurre que el sistema de gestión integral no acaba de alinearse suficiente y eficazmente con los objetivos de los distintos departamentos de la empresa y de todos sus profesionales y empleados. Esto impide que se sumen esfuerzos y se trabaje en la misma dirección.

En muchas empresas se observa también una falta de alineación con las expectativas de los clientes por un problema de integración y entendimientos entre las diversas áreas: logística, ventas, mercadotecnia, servicio post venta, etc” (Sistemas de Gestión Normalizados, 2015)

Asimismo, en Colombia se puede ver que no existe una buena planificación con respecto a las diversas áreas que tiene, es por ello que se crea un grave problema con los clientes, por el mismo motivo que no cuenta con su personal aptamente capacitado.

“En Perú, Que quede claro, las MYPES peruanas no quieren paliativos, requieren de medidas extremas que involucren de un apoyo conjunto del Estado para llevar a cabo una profunda reforma en la cual se reconstituyan como la columna vertebral de la economía nacional. Queremos que las MYPES se constituyan en las estructuras organizadas que desarrollen la industria, la manufactura, la agroindustria, agropecuaria, hidrobiológicos, la artesanía, etc. Bases del Empleo Sostenible Masivo. Si hablamos en serio sobre el apoyo al desarrollo de las MYPES peruanas, que se dinamice un apoyo tangible al financiamiento con líneas especiales, Proponemos para el país, una línea de financiamiento de 2,000 millones de dólares americanos, para ser ejecutado por el próximo gobierno en los adquisidores de maquinaria, equipo y tecnología en procesos de producción, así mismo como capital de trabajo. Siempre se dice que las en el Perú, más del 98% de las empresas, pertenecen al sector de la micro, pequeña y mediana empresa, (3'228,397) quienes aportan con el 85% del empleo (PEA) y el 61% del PBI. Pero la realidad es que las MYPES peruanas son consideradas como la última rueda del coche por parte del Estado Peruano. No nos engañemos, o que no traten de engañarnos, que, el Estado tiene que cumplir con su rol promotor de las inversiones privadas no solamente de los extranjeros, también de los empresarios peruanos que se quedan aquí, invierten aquí y trazan su futuro con el futuro de la nación” (Pereda, 2010)

En Chimbote, Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática, el 88 % de la Población Económicamente Activa (PEA) del departamento trabaja en micro, pequeñas o medianas empresas. De este total, el 69.2 % trabaja en las microempresas. El 9.6 % (33 mil 140 personas) trabaja en pequeñas empresas y el 9.2 % en medianas empresas. Mientras, apenas el 11% de la población ancashina trabaja en grandes empresas. De acuerdo con la cantidad de PEA, en la provincia del Santa operan alrededor de 17 mil 467 microempresas, es decir negocios que tienen de 1 a 5 trabajadores a su cargo. Otras 1.574 son medianas empresas, que tienen de 6 a 10 trabajadores. (Saldaña, 2015)

En Chimbote, muchas de las empresas no practican eficientemente la Gestión de Calidad, ya que hay muchas de ellas que son informales, que no tienen una buena organización interna, no obtienen una mejor productividad y por último no saben qué decisiones tomar porque no consiguen la información completa de los problemas que

existen. Es por ello, que muchos de los trabajadores son despedidos o desempleados, ya que la empresa no les brinda una capacitación necesaria para que pueda realizar sus labores. Las Micro y pequeñas empresas de Chimbote tienen dificultades en su productividad porque son ellas quienes ceden el puesto a una persona que no cumple con el perfil solicitado, que no posee las habilidades de acuerdo al puesto de trabajo. En Chimbote, en el rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, sólo el 38,5% de las micro y pequeñas empresas brindan un buen servicio, el cual deberían ser todas las empresas relacionadas en este rubro, pocas son ellas que se no se preocupan por brindar un servicio que vaya de la mano con el bien ofrecido, a su vez, son pocas de las empresas que planifican en mejorar el negocio, realizan capacitaciones casi siempre, más se preocupa por vender; asimismo sólo el 61,5% de las empresas consideran importante su toma de decisiones.

Por lo tanto, se plantea el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión De Calidad En La Toma De Decisiones De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio, Rubro Restaurantes de Productos Hidrobiológicos, Casco Urbano Del Distrito De Chimbote, 2016?

Para dar respuesta al problema, se plantea el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la toma de decisiones de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016.

Para poder conseguir el objetivo general, se ha planteado los siguientes objetivos específicos:

Determinar las principales características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016.

Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016.

Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la toma de decisiones de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016.

El trabajo de investigación se justifica porque, se realizará con la finalidad que las Micro y Pequeñas empresas conozcan que estrategias usar para tomar una buena decisión, por ejemplo: la infraestructura, las condiciones sanitarias, el servicio que brinda al cliente, el producto que ofrece.

Mayormente esta investigación se basará en los productos hidrobiológicos, es decir en restaurantes y/o cevicherías, que ofrezcan estos dichos productos, permitiéndoles que cambien su tradición de realizar bien las cosas, ya que muchas empresas de estos sectores, no toman en cuenta la salud del cliente, no toman conciencia de usar herramientas de higiene, con la finalidad que puedan cubrirse, evitando la contaminación en los productos, sino que sea de manera saludable, de igual manera obteniendo una mejor infraestructura y una mejor atención.

Este proyecto beneficiará mucho a los empresarios de estas Micro y pequeñas empresas, para que puedan cambiar estos malos aspectos con respecto a la higiene, mejorando sus condiciones sanitarias, teniendo una mejor infraestructura, un mejor ambiente, limpio y saludable, que permita que el cliente se sienta cómodo.

Finalmente, este proyecto beneficiará a futuras generaciones, que tienen el anhelo de crear una empresa con el mismo rubro, tomando en cuenta las características de la Gestión de Calidad, tomando así mejores decisiones, y así permita que las Micro y pequeñas empresas puedan estar al mismo nivel que las grandes empresas.

Se utilizó como método de diseño no experimental-transversal – Descriptivo – Cuantitativo, para el recojo de información se tuvo una población de 35 Micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, utilizando como técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 69,2% de los representantes, tienen edad entre 30 a 50 años. El 53,8% son de género masculino. El 84,5 % de los negocios, son Micro y pequeñas empresas. El 69,2 % son creadas por oportunidad. El 100 % consideran importante la calidad del servicio en el negocio. El 38,5% utilizan la Gestión de Calidad. EL 76,9% planifican en mejorar su negocio. Se concluye que la mayoría de los representantes que la mayoría de los representantes son personas adultas, son de género masculino, a su vez la mayoría de las empresas son Micro y pequeñas empresas, la mayoría son generadas por oportunidad, considera la totalidad importante la calidad del servicio para desarrollar una buena Gestión de Calidad para el

negocio, utilizan la planificación en mejorar en el negocio como base de la mejora continua en su negocio.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Carranza (2015) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de Huanchaco, año 2014*. Tuvo como objetivo general: Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Llego a los siguientes resultados: El 65 % de los representantes legales de las Mypes encuestadas predomina del sexo masculino. El 35 % su edad fluctúa entre 35 – 44. 60 % predomina la instrucción superior universitaria completa. El 50 % tiempo en años predomina de 5-7 años. El 90% son formales. El 95 % presenta el número de trabajadores permanentes. El 45 % la finalidad por la que se formó la Mype fue para generar ingresos para solventar los gastos familiares. Podemos observar que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención, que según lo encuestado nos arroja un 50%. El 50 % los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención, que según lo encuestado. Reflejándose un 85 % según los representantes legales encuestados, creen que la gestión de calidad es importante para la organización. De los 20 restaurantes encuestados, 15 de ellos que representa a un 75% respondieron que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad. Un 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado. El 85% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad. Un 80% de los representantes legales de las Mypes encuestados, respondieron que la materia prima es de calidad y está en óptimas condiciones para su consumo. El 60% de los representantes legales de las Mypes encuestadas, respondieron que su capital social asciende de 11000 a 15000. Un 80% de los representantes legales de las mypes encuestadas, respondieron que si reinvierten en la empresa. El 60% de los representantes legales dijeron que si amplían la reinversión. El 90% de los representantes encuestados respondieron que la calidad es un factor importante para obtener rentabilidad. Un 90% de los representantes legales de las MYPES respondieron que la rentabilidad mejoro en los 2 últimos años. Los 90% de

los representantes legales de las MYPE encuestadas dijeron que la rentabilidad no ha disminuido en los 2 últimos años.

Hernández (2015) en su proyecto de investigación *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características del marketing de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de LA ESPERANZA año 2014. Llegó a los siguientes resultados: El 40% de los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas tienen una edad entre los 30 y 40 años. El 66.67% de los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas son del sexo femenino. El 53.33% de los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas tienen solo secundaria completa. El 66.67 % de las Mypes encuestadas si realizan capacitaciones orientadas a la mejora del servicio. El 53.33% de las Mypes encuestadas piensa que es responsabilidad de la empresa. El 53.33 % de la Mypes encuestadas piensa que la calidad más el precio es el principal criterio. El 53.33 % (8) de las Mypes encuestadas no tienen conocimiento sobre la norma ISO 9001. El 60% (9) de las Mypes encuestadas indican que no mantienen una política de salud e higiene en el trabajo. El 86.67% (13) de las Mypes encuestadas si están certificadas por la ISO 9001. Concluye que la mayoría de las Mypes, los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas tienen una edad entre los 30 y 40 años, son del sexo femenino, tienen solo secundaria completa, realizan capacitaciones orientadas a la mejora del servicio, piensa que es responsabilidad de la empresa, piensa que la calidad más el precio es el principal criterio, no tienen conocimiento sobre la norma ISO 9001, indican que no mantienen una política de salud e higiene en el trabajo, si están certificadas por la ISO 9001.

Campos (2015) en su proyecto de investigación *Gestión Calidad de las Mypes rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015*. Tuvo como objetivo general: Determinar la manera en la cual influye la gestión de la calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Llegó a los siguientes resultados: El 100% que el tipo de proceso de su empresa es de servicios en lo cual hace ver que si saben a qué tipo de proceso dedica su empresa. El 100 % de los encuestados respondieron que si están desarrollando correctamente los procesos de la elaboración de alimentos. El 67% de los encuestados respondieron que no usa

información básica para la toma de decisiones. El 100% de los encuestados respondieron que realiza sus actividades de compra de forma planificada. El 67% de los encuestados respondieron que no plantean estrategias para alcanzar sus objetivos propuestos. El 100% de los encuestados respondieron que si tienen una estructura de responsabilidades en el personal de servicio. El 100% de los encuestados respondieron que si tiene un flujo de comunicación el personal de servicio dentro de la empresa. El 100% de los encuestados respondieron que no capacitan constantemente al personal en cuanto a la importancia de calidad. El 100% de los encuestados respondieron que la organización no cuenta con una misión y visión. El 100% de los encuestados respondieron que si controlan la elaboración de los alimentos. El 100% de los encuestados respondieron que si cuentan con los recursos necesarios para realizar un trabajo eficiente sus trabajadores. El 100% de los encuestados respondieron que si existe interés por la calidad en el restaurante. El 100% de los encuestados respondieron que no existe un organigrama definido dentro del establecimiento. El 67% de los encuestados respondieron que no Toman decisiones frecuentemente para la mejora de su empresa. El 100% de los encuestados respondieron que si dan instrucciones al personal del restaurante para desempeñar las distintas funciones. El 100% de los encuestados respondieron que si existen suficientes y apropiados depósitos para almacenar los desperdicios de la cocina. El 100 % de los encuestados respondieron que si cuentan con un área de almacenamiento adecuada para la materia prima. Concluye que la mayoría de las Mypes es de servicios en lo cual hace ver que si saben a qué tipo de proceso dedica su empresa, están desarrollando correctamente los procesos de la elaboración de alimentos, que no usa información básica para la toma de decisiones, realiza sus actividades de compra de forma planificada, no plantean estrategias para alcanzar sus objetivos propuestos, tienen una estructura de responsabilidades en el personal de servicio, tiene un flujo de comunicación el personal de servicio dentro de la empresa, no capacitan constantemente al personal en cuanto a la importancia de calidad, respondieron que la organización no cuenta con una misión y visión, controlan la elaboración de los alimentos, cuentan con los recursos necesarios para realizar un trabajo eficiente sus trabajadores, existe interés por la calidad en el restaurante, no existe un organigrama definido dentro del establecimiento, no Toman decisiones frecuentemente para la mejora de su empresa, dan instrucciones al personal del restaurante para desempeñar las distintas funciones, existen suficientes y apropiados depósitos para almacenar los

desperdicios de la cocina, cuentan con un área de almacenamiento adecuada para la materia prima.

Sánchez (2014) en su proyecto de investigación *Gestión de Calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las Mypes rubro restaurantes- provincia de Trujillo año 2013*. Tuvo como objetivo general: Determinar y dar a conocer las principales características de una adecuada gestión de calidad, proceso de selección y como estos influyen en la rentabilidad de las Mypes Rubro Restaurantes. Llegó a los siguientes resultados: El 80% de las Mypes rubro Restaurantes predomina el sexo masculino. El 50% de los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas tienen una edad que fluctúa entre los 30 y 40 años. El 40% de los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas tiene estudios Superiores Completos. El 60% de los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas no tiene ningún tipo de estudio complementario realizado. El 50% de los Gerentes tiene más de 1 año en el cargo. El 60% ya ha tenido una experiencia previa en el rubro. El 80% manifiestan que no se realiza ningún tipo de capacitación orientado o enfocado a la mejora del servicio. El 60% de los gerentes y/ administradores de la Mypes piensan que la capacitación es exclusiva responsabilidad del trabajador. El 40% de los encuestados manifiestan que la Calidad sumado al precio es el factor determinante para escoger un proveedor. El 70% de las empresas encuestadas indicaron que no piden algún tipo de certificación a sus proveedores. El 80% de los gerentes y/o administradores de las Mypes indican que mantienen políticas de salud e higiene en el trabajo. El 50% de las Mypes encuestadas los trabajadores no están en planilla ni con ningún tipo de contrato, generando mucha inestabilidad. El 60% de los encuestados indicaron que no realizan ningún tipo de evaluación. El 70% de los encuestados no maneja estos indicadores. El 30% indicaron que el proceso se inicia solicitando personal a través de diarios. El 30% se limitan a pedir constancias de trabajo. El 70% que básicamente se limita a la experiencia anterior, pero sin analizar las competencias o habilidades del postulante. El 100% no se realiza ningún tipo de evaluación psicológica y no creen que sea importante. El 60% de los casos la decisión se toma en menos de 24 horas. Concluye que la mayoría de las Mypes rubro Restaurantes predomina el sexo masculino, de los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas tienen una edad que fluctúa entre los 30 y 40 años, tiene estudios Superiores Completos, no tiene ningún tipo de estudio complementario realizado,

tiene más de 1 año en el cargo, ha tenido una experiencia previa en el rubro, no se realiza ningún tipo de capacitación orientado o enfocado a la mejora del servicio, piensan que la capacitación es exclusiva responsabilidad del trabajador, manifiestan que la Calidad sumado al precio es el factor determinante para escoger un proveedor, encuestadas indicaron que no piden algún tipo de certificación a sus proveedores, indican que mantienen políticas de salud e higiene en el trabajo, no están en planilla ni con ningún tipo de contrato, generando mucha inestabilidad, no realizan ningún tipo de evaluación, no maneja estos indicadores, indican que el proceso se inicia solicitando personal a través de diarios, se limitan a pedir constancias de trabajo, se limita a la experiencia anterior pero sin analizar las competencias o habilidades del postulante, no se realiza ningún tipo de evaluación psicológica y no creen que sea importante. El 60% de los casos la decisión se toma en menos de 24 horas.

Huallpahuque (2015) en su proyecto de investigación *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante de dos tenedores en Distrito de Huaraz, 2014. Llegó a los siguientes resultados: El 33,3% manifiestan tener de 36 - 45 años de edad. El 51,5% son mujeres. El 33,3% cuentan con estudios Superiores Universitarios. El 52,4% señalan que hay una deficiencia aplican la mejora continua en el proceso de elaboración de alimentos. El 36,4% indica que no es necesario establecer objetivos y estrategias para lograr un buen resultado respecto al establecimiento de objetivos dentro de la empresa. El 38,1% afirman que son indiferentes a hacer un seguimiento detallado de los problemas que se generan en el proceso de preparación de alimentos. El 42,9% afirman no identifican las causas que se puede presentar en la empresa respecto a la identificación de las posibles causas que genera problemas en el proceso de preparación de alimentos. El 47,6% afirman que se indican de una manera informal sobre cómo proceder en el proceso de preparación de alimentos respecto a la planificación de soluciones a los problemas suscitados en el proceso de preparación de alimentos. El 33,3% manifiestan que no es necesario realizar cambios para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos respecto al generación de cambio en la empresa. El 42,9% responden que no es necesario

establecer un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos porque tienen amplia experiencia en el tema respecto al establecimiento de un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos. El 33,3% manifiestan que seleccionan de forma estandarizada la mercadería para brindar un producto de calidad respecto a la selección estandarizada de insumos para mejorar la calidad en la preparación de los alimentos. El 42,9% manifiesta que no es necesario evaluar los resultados del proceso de preparación de alimentos ya que sus empleados conocen lo suficiente del mismo respecto a la medición de resultados del proceso de preparación de alimentos. El 33,3% señalan que es irrelevante respecto al proporcionar información sobre el proceso de preparación de alimentos. Concluye que gran parte de las Mypes manifiestan tener de 36 - 45 años de edad, son mujeres, cuentan con estudios Superiores Universitarios, señalan que hay una deficiencia aplican la mejora continua en el proceso de elaboración de alimentos, indica que no es necesario establecer objetivos y estrategias para lograr un buen resultado respecto al establecimiento de objetivos dentro de la empresa, afirman que son indiferentes a hacer un seguimiento detallado de los problemas que se generan en el proceso de preparación de alimentos, afirman no identifican las causas que se puede presentar en la empresa respecto a la identificación de las posibles causas que genera problemas en el proceso de preparación de alimentos, afirman que se indican de una manera informal sobre cómo proceder en el proceso de preparación de alimentos respecto a la planificación de soluciones a los problemas suscitados en el proceso de preparación de alimentos, manifiestan que no es necesario realizar cambios para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos respecto al generación de cambio en la empresa, responden que no es necesario establecer un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos porque tienen amplia experiencia en el tema respecto al establecimiento de un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos, manifiestan que seleccionan de forma estandarizada la mercadería para brindar un producto de calidad respecto a la selección estandarizada de insumos para mejorar la calidad en la preparación de los alimentos, manifiesta que no es necesario evaluar los resultados del proceso de preparación de alimentos ya que sus empleados conocen lo suficiente del mismo respecto a la medición de resultados del proceso de preparación de alimentos, señalan que es irrelevante respecto al proporcionar información sobre el proceso de preparación de alimentos.

Luna (2016) en su proyecto de investigación *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de Calidad de las MYPES del sector servicio–rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2013. Llegó a los siguientes resultados: El 62,5% son de sexo masculino. El 52,2% tienen una edad entre 18 y 30 años de edad. El 65% tiene estudios universitarios, esto revela que la mayoría relativa de los encuestados están instruidos bajo una carrera profesional. El 50% cuentan con más de 1 año en actividad. El 95% de las Mypes cuentan con 19 trabajadores permanentes. El 65,2% mantienen a sus trabajadores en condición informal. El 100% de las Mypes encuestadas no cuentan con estándares de calidad ISO. El 60,9% de los encuestados aseguran que aplican una gestión de calidad. El 56,5% ponen en práctica como técnica de gestión la mejora continua. El 78,3% realiza capacitaciones orientadas al servicio. El 39,1% de los empresarios consideran que el precio es la prioridad de sus compras ante sus proveedores. Concluye que gran parte de las Mypes son de sexo masculino, tienen una edad entre 18 y 30 años de edad, tiene estudios universitarios, esto revela que la mayoría relativa de los encuestados están instruidos bajo una carrera profesional, cuentan con más de 1 año en actividad, cuentan con 19 trabajadores permanentes, mantienen a sus trabajadores en condición informal, no cuentan con estándares de calidad ISO, aseguran que aplican una.

2.2 Bases Teóricas

Micro y Pequeñas Empresas

Es difícil imaginar un país sin crecimiento y desarrollo, si imaginamos a un país que no cuenta con buen micro y pequeñas empresas, no hubiera crecimiento económico en el Estado como también crecimiento en la calidad de las personas, es por ello que se crearon empresas que se caracterizan por obtener pocas ganancias, pero brindan grandes productos. De acuerdo a lo establecido en la Ley de Promoción y formalización de las micro y pequeñas empresas (Ley 28015, Art. 2, 2003), menciona:

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

extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (p. 01)

Por lo tanto, se dice que las micro y pequeñas empresas, es una unidad económica que son creadas con el fin de satisfacer las necesidades de cada persona, y a su vez desarrollar profesionalmente a aquellas personas que están aptas para realizar sus servicios en ella, asimismo las micro y pequeñas empresas deben brindar capacitaciones a los trabajadores, logrado tener como uno en sus objetivos la buena gestión empresarial.

Características De Las Mypes Ley 30056

De acuerdo con el concepto definido por la Ley 28015, para poder constituir una micro y pequeña empresa, el empresario o representante debe primero conocer las características que estas muestran. De acuerdo a la Ley 30056 (2013), argumenta: Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos (2) años.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector. (pg. 09)

Tal es el caso obtenido en los resultados de esta investigación, menciona que el 84,5% de las empresas encuestadas, son micro empresas, eso quiere decir, estas empresas están creciendo en su rubro y a su vez están desarrollándose.

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas:

En cuanto a las micro y pequeñas empresas, cada una de ellas cumple un rol diferente y tiene consigo un objetivo distinto, pero si nos damos una opinión concreta y conjunta, decimos que estas empresas si son muy importantes para en todos los países de diferentes partes de mundo. Tal como menciona Ramirez (2008), sostuvo:

La mayoría de las empresas existentes en América Latina son micro y pequeñas empresas, las cuales son muy importantes desde el punto de vista del empleo y, consiguientemente, de la generación d ingreso para amplios segmentos de la población (Cuadro 3). Como se aprecia, sólo las microempresas y pequeñas empresas formales hasta 50 empleos suponen más del 96% del total de empresas formales y casi el 57% del empleo formal. Este tejido de empresas de pequeña dimensión es también fundamental desde el punto de vista del dinamismo del mercado interno y la estabilidad social y política. (p. 201)

A su vez, Vásquez (2103), argumenta:

En el ámbito mundial las PYMEs se han desarrollado, a partir de los años cincuenta y sesenta del siglo pasado, años en los cuales las PYMEs fueron consideradas como una gran distorsión en el modelo de desarrollo y crecimiento económico, que en esos años sólo se identificaba con la gran empresa y la concentración de capital.

Sin embargo, a partir de la crisis económica de los años setenta y ante las dificultades por las que atravesaba el modelo de la gran empresa fordista, se reconsidero la importancia de las PYMEs, resaltando su potencial para la creación de empleos, su dinamismo innovador, su flexibilidad, capacidad de adaptación a los cambios, así como su contribución al mantenimiento de la estabilidad socio-económica.

Ahora bien, en el Perú las MYPEs hacen su aparición a partir de la década del ochenta; sin embargo, ellas se han venido gestando desde los años cincuenta como solución al problema del desempleo y bajos ingresos, sobre todo en la capital, a consecuencia, de las olas de inmigración que empezaron a llegar del interior del país.

En la actualidad las MYPEs representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas.

Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPEs brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPEs brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

Proporcionan abundantes puestos de trabajo.

Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.

Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.

Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.

Mejoran la distribución del ingreso.

Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico. (2013)

A lo largo del tiempo, las micro y pequeñas empresas han evolucionado junto a la globalización, a pesar que lo ven como una problemática en otros países, para los empresarios o representantes lo ven como una oportunidad ya que permite que sus costos disminuyan, obteniendo mayores riquezas. En relación a los resultados obtenidos en esta investigación, se puede tomar que el 69,2% de los representantes indican, que el objetivo que tienen como empresa es una oportunidad en el mercado laboral, así como también oportunidades para los trabajadores.

Tipos De Las Micro Y Pequeñas Empresas:

Sin duda alguna, las micro y pequeñas empresas han evolucionado y hoy en día es un factor muy importante para todo país. De acuerdo a Gestipolis (2011), argumenta:

MYPE de Acumulación: Las MYPEs de acumulación, tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo.

MYPE de Subsistencia: Las MYPEs de subsistencia son aquellas unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria.

Nuevos Emprendimientos: Los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. Los emprendimientos apuntan a la innovación, creatividad y cambio hacia una situación económica mejor ya sea para iniciar un negocio como para mejorar y hacer más competitivas las empresas.

Dentro de este marco sobre las Micro y pequeñas empresas, se puede distinguir tres tipos de Mypes, la de acumulación, subsistencia, emprendimientos; todas ellas se refieren básicamente a generar utilidades, en base a las actividades que se realizan, obteniendo mayor crecimiento de ella y de sus trabajadores.

GESTIÓN DE CALIDAD

Concepto de Gestión de Calidad

Por otro lado, Gestión de Calidad, es un proceso sistemático que permite que el empresario pueda tomar decisiones en base mejorar el producto y/o servicio. De acuerdo a Udaondo (2014), menciona:

Debe entenderse por gestión de calidad el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad, incorporándolo por tanto el proceso de gestión, que es como traducimos el término inglés “management”, que alude a dirección, gobierno y coordinación de actividades.

De este modo, una posible definición de gestión de calidad sería el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente.

Así pues, mediante la gestión de calidad, la gerencia participa en la definición, análisis y garantía de los productos y servicios ofertados por la empresa, interviniendo y haciendo que se realicen los siguientes tipos de actuaciones:

Definir los objetivos de calidad, aunando para ellos el interés de la empresa con las necesidades de los clientes.

Conseguir que los productos o servicios estén conformes con dichos objetivos, facilitando todos los medios necesarios para lograrlo

Evaluar y vigilar que se alcanza la calidad deseada

Mejorarla continuamente, convirtiendo los objetivos y consecución de la calidad en un proceso dinámico que evoluciona de modo permanente, de acuerdo con las exigencias del mercado. (p. 5)

En este sentido, de acuerdo lo expuesto anteriormente, se puede mencionar que la Gestión de Calidad es la planificación que se ejercita hacia el futuro, involucrando la garantía del bien y/o servicio, objetivos de calidad, cumplimiento con las necesidades de los clientes, cumplimiento con los reglamentos internos de la empresa, y finalmente brindando capacitaciones y buen ambiente laboral para su personal.

Fundamentos de la Gestión de Calidad

Por otra parte, para realizar una buena planificación para un futuro, la Gestión de Calidad debe contar con una serie de fundamentos en cuanto a sus objetivos. Dado que los menciona Udaondo (2014), lo siguiente:

Dado que vamos a dedicar más adelante atención específica a cada uno de ellos, presentaremos ahora únicamente una síntesis de los fundamentos de esta nueva concepción de la calidad.

Su objetivo es el mismo de la empresa: ser competitivos y mejorar continuamente.

Pretende ayudar a satisfacer las necesidades del cliente.

Los recursos humanos son su elemento más importante

Es preciso el trabajo en equipo para conseguirla

La comunicación, la información y la participación a todos los niveles son elementos imprescindibles.

Se busca la disminución de costes mediante la prevención de anomalías.

Implica fijar objetivos de mejora permanente y la realización de un seguimiento periódico de resultados

Forma parte de la gestión de la empresa m de cuya política de actuación constituye un objetivo estratégico fundamental. (p. 6)

De acuerdo a los fundamentos establecidos de la Gestión de Calidad, se puede mencionar que las micro y pequeñas empresas que practican esta herramienta, suelen ser más competitivos y mejoran en diferentes aspectos negativos que contienen, tienen en cuenta como objetivo la satisfacción de las diferentes necesidades y dudas que puedan tener sus diferentes clientes, llevan consigo el trabajo en equipo para la toma de decisiones, entre otros fundamentos que contiene la Gestión de Calidad.

Principios de Gestión de Calidad

De acuerdo a los principios de Gestión de Calidad, Chamorro (2016), argumenta:

Las normas ISO son las normas establecidas por la organización ISO (International Standarization Organization), para estandarizar los procesos de producción y control en empresas y organizaciones. En concreto, la norma básica que regula los sistemas de gestión de la calidad es la ISO 9001. Esta norma está basada en ocho principios de gestión de calidad.

Orientación al cliente.

Liderazgo.

Participación del personal.

Enfoque basado en procesos.

Enfoque de sistema para la gestión.

Mejora continua.

Enfoque basado en hechos para la toma de decisión.

Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.

De acuerdo a los resultados encontrados en esta investigación, se encontró que el 76,9% de los representantes de las micro y pequeñas empresas, realizan una buena planificación en cuanto a brindar un buen servicio y producto en cuanto a obtener una buena Gestión de Calidad. De acuerdo a lo expuesto anteriormente, la Gestión de Calidad, obtiene principios básicos para mejorar en cuanto a la orientación al cliente, mejorar los procesos, el liderazgo, entre otros.

Ventajas y Beneficios de Gestión de Calidad

De acuerdo a la Gestión de Calidad, sin duda alguna, si una empresa realiza una planificación debe tener en conocimiento aquellas ventajas y beneficios que cuenta. Así como lo indica Chamorro (2016), quien menciona:

De manera genérica, un buen sistema de gestión de la calidad nos ayuda a mejorar nuestra posición competitiva e imagen tanto interna como externamente. Veamos más detenidamente estos beneficios:

Mejora la organización de la compañía. Al ayudarnos a sistematizar operaciones suelen producirse innovaciones que nos ayudan a hacer más eficientes los procesos de la empresa. No sólo nos referimos a diferentes maneras de hacer las cosas, sino también a posibles ahorros de costes, detectar recursos ociosos, pasos de los procesos que no generan valor, etc.

Permite controlar el desempeño de los procesos y de la organización en sí misma.

El sistema de gestión de la calidad nos ayuda a cumplir de manera más adecuada la normativa relacionada con nuestros productos y servicios.

Mejora la capacitación de los trabajadores de la empresa. Al tener más información de los procesos, éstos los conocen mejor y pueden abordar su ejecución de manera más ágil, con menos mermas, etc. Además, el hecho de mantener un buen flujo de información con la plantilla ayuda a incrementar la motivación y compromiso de ésta.

Los sistemas de gestión de la calidad tienen muy en cuenta los requisitos y expectativas del cliente, por lo que su implantación incide positivamente en su satisfacción y, por tanto, en su fidelización.

Como consecuencia de lo anteriormente expuesto, la empresa está en mejor posición para alcanzar los siguientes objetivos estratégicos y generales.

Mejorar la imagen de nuestros productos y servicios y, a medio plazo, la de nuestra organización. Esta mejora de la imagen incide en una mejor posición de mercado respecto a la competencia. Incluso podría suponer un revulsivo para empezar una trayectoria de internacionalización si fuera el caso. Adoptar un sistema de gestión de la calidad es lanzar una señal a todos los agentes que interactúan con nuestra organización sobre nuestro compromiso con la calidad y la mejora continua.

Promover la innovación y el aprendizaje organizacional.

Incrementar, al fin y al cabo, la posición competitiva de la empresa, sus posibilidades de sostenibilidad en el tiempo y su liderazgo.

En cuanto a las ventajas y beneficios de la Gestión de Calidad, se centra mayormente en el proceso de organización de las micro y pequeñas empresas, brindando una buena capacitación, información a los trabajadores acerca de las expectativas y necesidades que los clientes prefieren hoy en día. Secundariamente, estas ventajas tienen en relación a tomar decisiones en cuanto a la mejora de productos y del servicio, de esta manera se puede conseguir una imagen limpia y sana.

Representante de la Micro y Pequeña Empresa

Concepto

Para tal efecto, las micro y pequeñas empresas deben tener a una persona profesional que las suministre y organice; a esa persona se le llama Representante, es un emprendedor que busca obtener riquezas y alcanzar cada objetivo planificado. Tal como Solisurdiain (2011) argumenta:

Se denomina emprendedor a aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenarla y más luego llevarla a buen puerto. Generalmente, este término, se aplica para designar a las personas que de la nada, solamente, con el capital de la idea, logran crear o fundar una empresa o ayudan a otro a realizarlo.

Aunque si bien no existe una definición concreta sobre el término, características como ser la flexibilidad, el dinamismo, creatividad, orientación hacia la aventura y el riesgo, sirven para describir muy bien el perfil que observará la persona emprendedora

A se vez, el emprendedor o representante, es aquella persona que vela por el bienestar de los trabajadores, es aquella persona capaz de direccionar a un grupo de personas, capacitando, motivando y ayudándole a que se sientan cada vez más comprometidos con la empresa.

Características del Representante

Si bien es cierto, cualquier persona puede representar a una empresa, pero pocas son aquellas que verdaderamente se llaman “Emprendedor”, para ello existen características que permitan saber identificar qué personas cumplen son verdaderamente emprendedoras. Así como lo argumenta Lizarazo (2009):

La generación de oportunidades para la creación de empresas rurales se fundamenta en la identificación y valoración de los activos o fortaleza que posee el territorio para su desarrollo. Numerosas experiencias de empresarios exitosos en América Latina evidencia como la principal fortaleza con que cuenta un territorio para su desarrollo son sus propios habitantes. Es la capacidad de innovación, de asumir riesgos, de buscar un “mejor star” y de persistir la que determina el surgimiento de emprendedores exitosos. (p. 27)

Toma de Decisiones

Concepto

Ahora bien, la toma de decisiones es básicamente, mejorar aspectos negativos que una empresa tiene, existen varias formas de mejorar, una de ellas es aplicar ideas de la competencia y mejorarlas en nuestra empresa. Tal como lo menciona Mariscal (2004):

Las necesidades de información requeridas dentro de la organización varían de acuerdo al nivel dentro de la estructura organizacional. Las decisiones de los ejecutivos o directores son menos estructuradas donde no existen situaciones repetitivas y por ende no pueden aplicarse recetas únicas de solución; por el contrario, deben establecerse criterios de evaluación y puntos de vistas para cada situación donde muchos de los datos deben provenir de fuentes externas y subjetivas en entornos con riesgos e incertidumbre. Debido a que es imposible determinar y controlar todas las variables o factores que inciden en una situación es que se busca a través de modelos representar la realidad para

su análisis en él se espera que las decisiones tomadas sean decisiones satisfactorias y no óptimas dentro del contexto de racionalidad de quiénes deben tomar decisiones. Las decisiones que los ejecutivos efectúen se desplegarán en todos los niveles de la organización traducidas en objetivos y acciones más específicas y concretas en cada nivel hacia abajo. La información requerida en estas decisiones representa el punto de partida para llevar a cabo acciones que finalmente afectarán el desempeño de la organización.

De acuerdo a los resultados obtenidos por las encuestas realizadas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, se tiene que el 61.5% consideran correctas las decisiones que ellos toman. Ya que una decisión es una lluvia de ideas que surge por un grupo de personas, de las cuales se va a seleccionar la mejor y posteriormente se ejecutará. Para tomar una decisión es muy importante que el representante tome en cuenta las ideas de su personal para que en conjunto lleguen al mismo objetivo.

Importancia de la Toma de Decisiones

Por otra parte, si uno aplica esta herramienta, debe de conocer la importancia que esta contiene. Así como lo menciona Villanueva (2015):

La toma de decisiones es muy habitual en la vida diaria de todas las personas, y al estar tan en contacto con ella desde que tenemos conciencia, pasamos a realizarla casi inadvertidamente, vislumbrándola como parte de nuestro aprendizaje vital.

Los momentos en que se ha de tomar una decisión son significativos, ya que por medio de ella podemos estudiar un problema determinado o situación que es valorada y considerada hondamente para elegir la vía más adecuada a seguir según las diferentes opciones y operaciones.

Cuando un directivo se enfrenta a una toma de decisión en su organización, además de entender la situación que se presenta, debe tener la capacidad de analizar, evaluar, reunir alternativas, considerar las variables, etc. Con el fin de encontrar soluciones razonables; es decir, tratar de tomar decisiones basadas en la racionalidad.

Una de las bases en que sustenta la buena toma de decisiones en cualquier organización, se refiere al aprovechamiento de conocimiento, ya que si quien toma la decisión posee conocimientos, ya sea de los sucesos que encierren el problema o en un contexto similar, entonces este saber puede utilizarse para seleccionar un curso de acción que le sea favorable a dicho problema.

Es importante mencionar que la toma de decisiones que se lleva a cabo dentro de las organizaciones debe cumplir con ciertas características como son: ser rápida, oportuna, fundamentada en información concreta, que permita tomar decisiones eficientes, efectivas y con un bajo costo para la empresa; pues de ello dependerá el éxito o fracaso de una organización.

De acuerdo a lo argumentado, cabe mencionar que la toma de decisiones es muy esencial que toda empresa lo practique, ya que le permite cumplir ciertos ítems como, por ejemplo: la productividad, el crecimiento económico, la innovación, la acogida de clientes, el incremento de ventas, entre otros.

Características de la Toma de Decisiones

Si bien es cierto, el tomar decisiones puede parecer algo tedioso para todo emprendedor, sin embargo, para diferenciar una decisión, se muestra las características que argumenta Pedro, Gloria, Meidamirle, Helen y Solange (2011):

Efectos futuros: Tiene que ver con la medida en que el compromiso relacionado con la decisión afectara el futuro. Una decisión que tiene una influencia a largo plazo, puede ser considerada una decisión de alto nivel, mientras que una decisión de alto nivel, mientras que una decisión con efectos a corto plazo puede ser tomada a un nivel muy inferior.

Reversibilidad: Se refiere a la velocidad con que una decisión puede revertirse y la dificultad que implica hacer este cambio. Si revertir es difícil, se recomienda toma la decisión a un nivel alto, pero si revertir es fácil, se requiere tomar la decisión a un nivel bajo.

Impacto: Esta característica se refiere a la medida en que otras áreas o actividades se ven afectadas, si el impacto es extensivo, es indicado toma la decisión a un nivel alto, un impacto único se asocia con una decisión tomada a un nivel bajo.

Calidad: Este factor se refiere a las relaciones laborales, valores éticos, consideraciones legales, principios básicos de conducta, imagen de la compañía. Si muchos de estos factores están involucrados, se requiere tomas las decisiones a un nivel alto, si solo algunos factores son relevantes, se recomienda tomar la decisión a un nivel bajo .

Periodicidad: Este elemento responde a la pregunta de si una decisión se toma frecuente o excepcionalmente. Una decisión excepcional es una decisión de alto nivel, mientras que una decisión que se toma frecuentemente es una decisión de nivel bajo.

2.3 Marco Conceptual

Historia de Cevicherías

Las primeras cevicherías se crearon en Lima Callao en los años 1950 en lugares cercanos al mar, los primeros platos fueron Ceviche de Pescado, Parihuela, Sudado, Arroz con Marisco, los locales eran pequeños pero tenían una gran acogida y afecto de los clientes pero poco a poco se fueron expandiendo y hoy en día son una gran marca de prestigio a nivel local e internacional, los representantes cuentan con muchos años de experiencia en el mercado poniendo en práctica sus habilidades y capacidades para brindar un servicio y producto de calidad, siendo estas herramientas muy importantes para el éxito.

Y es así como estas empresas de cevichería, han ido evolucionado por su gran acogida y gran sazón de productos hidrobiológicos, ya que los clientes son aquellas personas que miden el grado de desempeño tanto en el bien como en el servicio.

Las Micro y Pequeñas Empresas de Cevichería

Las Micro y Pequeñas empresas de cevichería son locales llamativos con gran acogida de clientes debido de la variedad de platos, caracterizada por una buena atención por parte de sus representantes, y una buena calidad en el servicio que brindan, lo que permite tener un buen posicionamiento en el mercado competitivo y cada vez muchos de estas micro y pequeñas empresas siguen creciendo y trazándose nuevos objetivos.

Las Micro y Pequeñas Empresas de Cevichería a la Gestión de Calidad de la Toma de Decisiones

Las micro y pequeñas de cevichería deben de tener en cuenta la gestión de calidad de brinda un buen servicio al consumidor deben tener una buena infraestructura que tengan una mejor producción en el higiene y el servicio, las Micro y pequeñas empresas deben de tomar decisiones en la organización, deben de arriesgar saber lo que es bueno para su futuro como empresa tener una buena visión donde quieren llegar, eso significa la toma de decisiones imaginarte en el éxito a pesar de las caídas, debes organizar bien tus proyectos tus metas para salir adelante

Gestión de Calidad

Gestión de calidad es la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente.

Gestión de Calidad, es realizar desde un principio una planificación a futuro, es decir, crear estrategias que permitan llevar a cabo soluciones de forma inmediata; es un proceso de planificar, controlar, ejecutar y mejorar la calidad que toda empresa debe tener tanto dentro como fuera; tomando en cuenta la satisfacción de sus trabajadores, mediante capacitaciones, motivaciones, consideraciones, entre otros; con la finalidad que estas personas se sientan comprometidas con la empresa.

Toma de Decisiones

Cada persona está irremediablemente obligada, por acción o por omisión, a tomar decisiones. Por todo esto es bueno acostumbrarse a adoptar decisiones activamente, aunque sea sobre cosas pequeñas debe tomar una decisión, la toma de decisiones es arriesgarse lo que quieres tu llegar al éxito. A su vez, la persona que representa a la empresa, está sometida a que se presenten una serie de dificultades, problemas, el cual esta persona debe tener la capacidad de saber decidir en ese preciso momento el ¿Qué hacer?, tomando en cuenta las ideas de sus trabajadores fomentando el trabajo grupal dentro de ella.

III. HIPÓTESIS

En el presente estudio de investigación titulada “Gestión de Calidad en la Toma de Decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016”, no se plantea hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de Investigación

En el presente estudio de investigación se utilizó el diseño como NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL.

Fue no experimental porque no se manipulo a la variable Gestión de Calidad en estudio, si no que describió tal como se presenta en las Micro y Pequeñas Empresas. Sera transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, estableciéndose un inicio y un fin en la investigación específicamente un año ,2016.

Fue descriptivo porque se describió las principales características de la variable Gestión de Calidad en la Toma de Decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

El presente estudio de investigación fue aplicado porque se desarrolló para la ciencia social.

El presente estudio de investigación fue cuantitativo porque se utilizaron instrumentos de medición y evaluación, las cuales son el cuestionario estructurado con preguntas cerradas relacionadas al representante de las micro y pequeñas empresas, a la Gestión de calidad con el uso de la toma de decisiones.

4.2. Población y Muestra

Población:

Para la elaboración del presente estudio de investigación se utilizó una población de 35 Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro venta de comida oriental en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

Muestra:

Para la elaboración del presente estudio de investigación se utilizó una muestra 13 Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, ya que se utilizó el principio de confiabilidad por el mismo motivo que ciertas Micro y Pequeñas empresas no quisieron brindar información de manera confiable. Se realizó la muestra mediante el cuadro de sondeo.

4.3. Matriz Definición y Operacionalización de la Variable

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representante	El representante se diferencia en sí por lo que tiene por lo que se defiende, su edad, su género si es masculino o femenino, su grado de instrucción, también debemos saber su cargo a lo que se dedica y los años de experiencia que tiene con lo que representa en su vida.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> - 18 a 30 años. - 31 a 50 años - 51 a más años. 	Razón.
		Género	<ul style="list-style-type: none"> - Masculino - Femenino 	Nominal.
		Grado de Instrucción	<ul style="list-style-type: none"> - Sin instrucción. - Educación Básica. - Superior Universitario. - Superior no universitario. 	Ordinal
		Cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Dueño. - Administrador. 	Nominal.
		Años que desempeñan el cargo	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años 	Razón.

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro Pequeñas y Empresas	Las micro y pequeñas empresas , son proyectos de ganancia de una visión hacia el futuro , también deben saber su misión lo que ellos quieren a donde quieren llegar , saber si su producto es aceptable tanto para los cliente tener un estudio de mercado constantemente saber y conocer a sus competidores, saber las ganancias y pérdidas de la empresa y mucho más saber y tener bien claro dónde quieren llegar la empresa	Años de permanencia.	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años. - 4 a 6 años. - A más años- 	Razón.
		Número de trabajadores.	<ul style="list-style-type: none"> - 01 a 05 trabajadores. - 06 a 10 trabajadores. - 11 a más trabajadores. 	Razón.
		Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - Familiares. - Personas. - No familiares. 	Nominal
		Objetivo de creación	<ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancias. - Subsistemas. 	Nominal.

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad con el uso de la Toma e decisiones.	Gestión de calidad es ver el esfuerzo de los trabajos en ella saber y tener en claro lo que ellos quieren, deben hacer que la empresa surja, es por eso que dichas empresas quieren personas que realmente sientan y vean una visión y misión en la empresa, también toda empresa debe de considerar el tiempo de dedicación de los trabajadores en la empresa, y mediante ello poder evitar los posibles conflictos que se podrían ocasionar en el transcurso del tiempo laboral.	Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - Honesto. - Responsable. - Vanidoso. 	Nominal
		Número de satisfacción al personal	<ul style="list-style-type: none"> - 01 a 03 buena satisfacción. - 04 a 07 regular satisfacción. - 08 a 10 mala satisfacción. 	Cuantitativo
		Visión y misión	<ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancias. - Brindar un buen producto y servicio. - Ser líderes en el mercado. 	Nominal.
		Años de servicio de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - 01 a 05 años. - 06 a 10 años. - 11 a 15 años. 	Cuantitativo
		Conflictos	<ul style="list-style-type: none"> - Desmotivación. - Falta de comunicación. - Mala organización. 	Nominal.

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad con el uso de la Toma de Decisiones	La toma de decisiones se refiere a identificar una necesidad o un problema en la empresa, planteándonos estrategias de las cuales vamos a tomar decisiones, ya sean buenas o malas, es todo un proceso, el cual un gerente debe elegir por una de las opciones y busca el mejoramiento efectivo de la empresa. Para tomar una decisión se debe tener resultados e información ya sea de encuestas o entrevistas al cliente.	Necesidad	<ul style="list-style-type: none"> - Crear negocio. - Presupuesto. - Mejoramiento. 	Nominal
		Estrategias de solución	<ul style="list-style-type: none"> - Equipo de trabajo. - Financiamiento. - Invertir en publicación. 	Nominal
		Decisiones	<ul style="list-style-type: none"> - 01 a las 05 buenas decisiones. - 06 al 08 regular decisiones. - 09 al 15 malas decisiones. 	Cuantitativo
		Mejoramiento	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura. - Calidad del producto. - Servicio. - Producción. - Gestión. 	Nominal
		Resultados	<ul style="list-style-type: none"> - 01 al 03 bueno resultado. - 04 al 07 malos resultados. 	Cuantitativo

4.4. Técnicas e Instrumentos

Para realizar el estudio de investigación se utilizó como técnica: la encuesta, que será elaborado por mi persona, la cual me ayudará a obtener información sobre los representantes, la Gestión de Calidad y la Toma de Decisiones en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016.

El instrumento que se utilizó para realizar este estudio de investigación será el cuestionario, en el cual irán todas las interrogantes que yo necesito para obtener resultados.

4.5. Plan de Análisis

Durante la elaboración del estudio de investigación, se tuvo que realizar un Plan de Análisis, en el cual se utilizó y se utilizará los programas informáticos como: Word, Excel y PDF.

El Word se utilizó para poder redactar este estudio de investigación, poder escribir toda la información encontrada, darle forma como un informe, utilizando las herramientas de este programa y finalmente darle un buen acabado.

El Excel se utilizó para realizar las matrices de consistencia, las tabulaciones de los resultados que obtendremos en las encuestas que realizaremos, obteniendo porcentajes y poder interpretarlos de acuerdo a los resultados.

El PDF se utilizó para darle un buen acabado, subirlo a nuestro Campus Virtual y evitar que el Proyecto de Investigación sea modificado u copiado.

4.6. Matriz de Consistencia Lógica

Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características de Gestión de Calidad en la toma de decisiones en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016?</p>	<p>Objetivo General: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la toma de decisiones de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016.</p>	<p>Gestión de Calidad</p>	<p>Se utilizó una población de 35 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016</p> <p>La muestra fue de 13 Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano,</p>	<p>En el presente estudio de investigación se utilizó el diseño como NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL. Fue no experimental porque no se manipulo a la variable Gestión de Calidad en estudio, si no que describió tal como se presenta en las Micro y Pequeñas Empresas. Sera transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, estableciéndose un inicio y un fin en la investigación específicamente un año ,2016.</p>	<p>Técnica: Para realizar el estudio de investigación se utilizó como técnica: la encuesta, que será elaborado por mi persona, la cual me ayudará a obtener información sobre los representantes, la Gestión de Calidad y la Toma de Decisiones en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016.</p> <p>Instrumento: El instrumento que utilizó para realizar este estudio de investigación será el cuestionario, en el cual irán todas las interrogantes que yo necesito para obtener resultados.</p> <p>Plan de Análisis: Durante la elaboración del estudio de investigación, se tuvo que realizar un Plan de Análisis, en el cual se utilizó y se utilizará los programas informáticos como: Word, Excel y PDF.</p>

Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e Instrumentos
	<p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinas las principales características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016. • Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, 		<p>Distrito de Chimbote, 2016.</p>	<p>Fue descriptivo porque se describió las principales características de la variable Gestión de Calidad en la Toma de Decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.</p> <p>El presente estudio de investigación fue aplicado porque se desarrolló para la ciencia social.</p> <p>El presente estudio de investigación fue cuantitativo porque se utilizaron instrumentos de</p>	<p>El Word se utilizó para poder redactar este estudio de investigación, poder escribir toda la información encontrada, darle forma como un informe, utilizando las herramientas de este programa y finalmente darle un buen acabado.</p> <p>El Excel se utilizó para realizar las matrices de consistencia, las tabulaciones de los resultados que obtendremos en las encuestas que realizaremos, obteniendo porcentajes y poder interpretarlos de acuerdo a los resultados.</p> <p>El PDF se utilizó para darle un buen acabado, subirlo a nuestro Campus Virtual y evitar que el estudio de investigación sea modificado u copiado.</p>

	<p>rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la toma de decisiones de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016. 			<p>medición y evaluación, las cuales son el cuestionario estructurado con preguntas cerradas relacionadas al representante de las micro y pequeñas empresas, a la Gestión de calidad con el uso de la toma de decisiones.</p>	
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

4.7.Principio Ético

El estudio de investigación se desarrolló de forma respetuosa y confiable, no se va a causar problemas ni perjudicará al autor de cada libro o página, asimismo se utilizaron los valores como el respeto, la honestidad, la confiabilidad; como también se la ética.

Es muy importante que pongamos en práctica todos estos valores ya que nos permite ser una persona de bien, no cometer ningún plagio acerca de la información y las opiniones de los autores, mostrando una mayor confiabilidad y respetando sus derechos. Seré yo el responsable de cualquier tipo de inconveniente que pueda ocasionar, es por ello que mostraré una mayor responsabilidad sobre las opiniones e información encontrada.

V. RESULTADOS

5.1.Resultados

Tabla 1

Características de los representantes micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016.

Datos Generales	N	(%)
Edad del representante		
18 a 30 años	4	30.70
30 a 50 años	9	69.20
50 años a mas	0	0.00
Total	13	100.00
Genero del Representante		
Masculino	7	53.80
Femenino	6	46.20
Total	13	100.00
Grado de Instrucción		
Primaria	0	0.00
Secundaria	2	15.40
Superior Técnico	0	0.00
Superior Universitario	1	84.60
Sin Instrucción	0	0.00
Total	13	100.00
Grado de Permanencia en el cargo		
Dueño	9	69.20
Representante	4	30.80
Total	13	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016.

Tabla 2

Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016.

Datos Generales	n	(%)
Tamaño de la Empresa		
Micro Empresa	11	84.60
Pequeña Empresa	2	15.40
Total	13	100.00
Objetivo de Creación de la Empresa		
Oportunidad	9	69.20
Necesidad	4	30.80
Generar mayor empleo	0	0.00
Total	13	100.00
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 5 años	6	46.20
5a 10 años	7	53.80
10 años más	0	0.00
Total	13	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	9	69.20
6 a 10 trabajadores	4	30.80
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	13	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016.

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en la toma de decisiones del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016

Datos Generales	n	(%)
Considera importante la calidad de servicio en su negocio		
Siempre	13	100.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi Nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	13	100.00
Manera de practicar la Gestión de Calidad en su negocio		
Brinda un buen servicio	5	38.50
Satisface correctamente a sus clientes	2	15.40
Capacita correctamente a su personal	3	23.10
Brinda un producto de calidad	3	23.10
Total	13	100.00
Usted planifica para mejorar su negocio		
Siempre	10	76.90
Casi siempre	3	23.10
A veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	13	100.00
Realiza capacitaciones para brindar un mejor producto y servicio		
Siempre	8	61.50
Casi siempre	3	23.10
A veces	2	15.40
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	13	100.00
Mediante que método o forma satisface a sus clientes		
Brinda un buen servicio	5	38.50
Brinda un producto de calidad	8	61.50
Brindar productos de acuerdo a las necesidades de los clientes	0	0.00
Total	13	100.00

Continúa

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en la toma de decisiones del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

Datos Generales	n	(%)
Otorga implementos de seguridad para sus trabajadores		
Siempre	13	100.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	13	100.00
Selecciona bien los proveedores que otorgaran el consumo final		
Siempre	13	100.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	13	100.00
Qué métodos publicita su productos a sus clientes		
Redes Sociales	8	61.50
Volantes	3	23.10
Afiches	1	7.70
Radio	0	0.00
Televisión	1	7.70
Total	13	100.00
Considera que su toma de decisiones es la correcta		
Siempre	8	61.50
Casi siempre	5	38.50
A veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	13	100.00
De qué manera toma decisiones en su negocio		
Dependiendo al cliente	12	92.30
Dependiendo a la rentabilidad	0	0.00
Dependiendo al posicionamiento	1	7.70

Datos Generales	N	(%)
Total	13	100.00
Usted practica el trabajo en equipo para conseguir una buena decisión		
Siempre	12	92.30
Casi siempre	1	7.70
A veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	13	100.00
Cree que tomar decisiones en base al servicio es importante		
Siempre	13	100.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	13	100.00

Concluye

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016.

5.2. Análisis de Resultados

Tabla 1

Referente las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016

El 69,2% de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas, tiene de 30 a 50 años (Tabla 1). Estos resultados coinciden con lo encontrado por Hernández (2015) quien menciona que el 40% de los representantes de la Micro y pequeñas empresas tienen de 30 a 40 años, y a su vez coincide con sus resultados de Carranza (2015) en el cual manifestó que el 35% tienen de 35 a 44 años, también a su vez coinciden con sus resultados de Huallpahuque (2015) en el cual manifestó que 31,8% tienen de 36 a 45 años, y Sánchez (2014) en el cual manifestó también que el 50% tiene de 30 a 40 años. Pero que contrasta por lo obtenido por Luna (2016) quien mencionó que 52,1% de los representantes de la Micro y pequeñas empresas tienen de 20 a 40 años. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas tienen entre 30 a 50 años. Esto quiere decir que hoy en día las Micro y Pequeñas empresas están formadas por personas adultas, donde tienen claro sus decisiones para la empresa

El 53,8% de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas, son de género masculino (Tabla 1). Estos resultados coinciden con lo encontrado por Luna (2016) que menciona que el 52,1% de los representantes de Micro y Pequeñas empresas son de género masculino, y a su vez coinciden con los resultados por Carranza (2015) en el cual manifestó que el 65% son de género masculino, y también coincide por Sánchez 2014. Pero que contrasta por lo obtenido por Hernández (2015) quien obtiene el resultado 66,7% de los representantes de la Micro y Pequeñas son de sexo femenino, y a la vez contrasta con los resultados de Huallpahuque (2015) que menciona que el 51,5% son de género femenino. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. Esto quiere que en la actualidad existan hombres que se dedican a ese rubro de tener su negocio y más si se trata de cocina, y esto da mucho que entender que las mujeres y los hombres tienen la misma capacidad de desarrollarse en este rubro.

El 84,6% de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016, cuentan con estudios universitarios, (Tabla 1). Estos resultados coinciden por lo obtenido por Carranza (2015) quien menciona que el 60% de los representantes de Micro y Pequeñas empresas tienen un grado de instrucción universitario superior completa, a su vez coinciden con los resultados de Huallpahuque (2015) que manifestó que el 31,8% cuentan con universidad completa, y con los resultados de Sánchez (2014) que menciona que el 40% cuentan con universidad completa. Pero contrasta por lo obtenido por Hernández (2015) que menciona que el 53,33% cuentan con un grado de instrucción secundaria completa. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas cuentan con estudios superiores universitarios. Esto quiere decir que las personas emprendedoras saben y hacen un sacrificio por tener un grado superior para que se puedan defenderse, y así tener más conocimientos de cómo administrar su negocio, ya que anteriormente las personas no tienen las posibilidades de llegar hasta ese grado de instrucción

El 69,2% de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016, ocupan el cargo de dueños, (Tabla N°1). Este resultado coincide con lo obtenido por Luna (2016) que manifestó que el 47,8% el cargo que desempeñan son dueños. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas ocupan el cargo de dueños. Esto quiere decir que actualmente las personas emprendedoras ocupan el cargo de dueños en su misma empresa, y están sujetas a tener más responsabilidades en el negocio y eso es bueno para la misma persona por que se traza retos, tienen una buena visión y misión que él requiere para el negocio más adelante.

Tabla 2

Referente a las características de gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016.

El 84,5% de los negocios son Micro empresas ubicadas en el sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016 (Tabla 2). Esto demuestra que la mayoría de los negocios son micro empresas. Esto quiere decir que actualmente las micro y pequeñas empresas son direccionadas por el mismo

dueño, ya que para él no hace falta tener personal para vender sus productos, y sus ventas no superan 1 UIT.

El 69,2% de las Micro y Pequeñas empresas, son creadas por oportunidad (Tabla 2). Estos resultados contrastan por lo obtenido de Carranza (2015) que manifestó que el 45% de las empresas son creadas para solventar gastos familiares. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas son creadas por tener oportunidades. Esto quiere decir que en estos últimos años, los emprendedores crean su empresa porque ven que tienen una mayor oportunidad, ya sea por la competencia o porque su producto no circula mucho en el mercado, es por ello que estas empresas son básicamente creadas gracias a las oportunidades que existen en el ámbito laboral.

El 53,8% de las Micro y Pequeñas empresas, tienen más de 5 a más años en el rubro (Tabla 2). Estos resultados coinciden por Carranza (2015) que manifestó que el 50% tienen de 5 a 7 años. Pero contrasta con lo obtenido por Sánchez (2014) quien obtiene el 50% más de 1 año de permanencia. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas tienen de 5 a más años en el rubro. Esto quiere decir que hoy en día las micro empresas tienen más tiempo en el mercado gracias a la buena administración por parte del dueño, a su vez a mejorar el producto y el servicio que se le brinda al cliente, consiguiendo como resultado el crecimiento y posicionamiento de la empresa.

El 69,2% de las Micro y Pequeñas empresas, tiene de 1 a 5 trabajadores laborando (Tabla 2). Estos resultados coinciden por lo obtenido de Luna (2016) que menciona el 65,2% tiene de 1 a 5 trabajadores laborando. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores laborando. Esto quiere decir que actualmente las empresas optan por contratar sólo hasta 5 trabajadores ya que no son unas empresas grandes, para que se requiera que mucho personal, sino que estas 5 personas sean exactas en brindar un mejor servicio de atención al cliente, y así minimizar los costos de contratar a más trabajadores.

Tabla 3

Referente a la variable gestión de calidad y toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016

El 100 % de las Micro y Pequeñas empresas, consideran siempre es importante la calidad del servicio en el negocio (Tabla 3). Estos resultados coinciden con los resultados de Luna (2016) que menciona el 60,9% considera que, si aplican la gestión de calidad en su negocio, a su vez coinciden con los resultados de Hernández (2015) que mencionó que el 62,5 % dan como buena la relación a la calidad, también con Carranza (2015) que menciona el 85 % considera que si es importante la gestión de calidad en su negocio. Esto demuestra que la totalidad de las Micro y pequeñas empresas consideran importante practicar la calidad de servicio dentro del negocio. Esto quiere decir que actualmente las empresas dedicadas al rubro de productos hidrobiológicos, es decir, de cevicherías, optan por llevar una buena calidad de servicio, ya que si bien es cierto, el cliente regresa por dos motivos: por el producto y por el servicio, si una empresa no brinda un buen servicio, está sometida a la pérdida de clientes, sin embargo, si la empresa brinda un excelente servicio de calidad, conseguirá mejores oportunidades y sus ventas serán altas, es por ello que para estas empresas cuidan mucho la calidad del servicio ya que ambas van de la mano: la calidad del producto y la calidad de la atención al cliente.

El 38,5% de las Micro y Pequeñas, utilizan el buen servicio como la práctica de la Gestión de Calidad (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Carranza (2015) que menciona que el 50% considera que el principal factor que generan es la buena atención a la calidad del servicio que brinda. Esto demuestra que la mayoría relativa se está utilizando mejorar el buen servicio para realizar una buena Gestión de Calidad dentro de las Micro y pequeñas empresas. Esto quiere decir que en la actualidad las empresas tienen políticas centradas a la buena organización de ellas, una de ellas es que la empresa brinde un buen servicio al cliente, pero para que esto suceda, los dueños optan por motivar a su persona, capacitarlo en este tema y así se sientan comprometidos en la empresa.

El 76,9% de las Micro y Pequeñas empresas, planifican en mejorar el negocio (Tabla 3). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas consideran

importante la calidad del servicio para mejorar su negocio. Esto quiere decir que existen empresas que cuidan al cliente, ellas implementan garantizar la plena satisfacción de los consumidores, ya que para las empresas esta satisfacción es importante para que los clientes vuelvan a consumir el producto, y a la vez que recomiende a otras personas a garantizar estos productos y servicio.

El 61,5% de las Micro y Pequeñas empresas, realizan capacitaciones para brindar un mejor producto y servicio (Tabla 3). Estos resultados coinciden de Luna (2016) que obtiene el 78,3% que menciona que, si realizan capacitaciones acerca del servicio, a su vez coinciden con Hernández (2015) quien manifestó que el 66,67% si realizan capacitaciones a la mejora del servicio, a su vez coinciden con los resultados de Campos (2015) que manifestó que el 100% si capacita constantemente al personal en cuanto la importancia de calidad , y a su vez coinciden con los resultados de Sánchez (2014) que menciona que el 80% si realizan capacitaciones orientadas a la mejora del servicio. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas si realizan capacitaciones para brindar un mejor producto y servicio. Esto quiere decir que actualmente las empresas se preocupan por dos cosas: brindar un buen producto y un buen servicio, es decir que ambos van de la mano para buscar y obtener la satisfacción del cliente y posibles consumidores, es por ello que estas empresas capacitan a su personal acerca del buen servicio y así tenga personas capaces de brindar un mejor servicio, asimismo al encargado de elaborar el producto, lo capacitan para que éste realice bien el proceso de producción y el cliente vaya satisfecho.

El 61,5% de las Micro y Pequeñas empresas, consideran que la empresa brinda un buen producto de calidad en forma de satisfacer a sus clientes (Tabla 3). Pero contrasta por lo obtenido de Luna (2016) que menciono que el 39,1% de las empresas adoptan el precio en prioridad para el cliente Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas consideran que para satisfacer a sus clientes es brindar un buen producto. Esto quiere decir que siempre se ve reflejado que para satisfacer el cliente es brindar un buen producto, de calidad, que estén al alcance de los gustos y preferencias de los clientes, es por ello que en la actualidad se sigue reflejando esa cultura del emprendedor para tomar mejores decisiones en la empresa.

El 100 % de las de las Micro y Pequeñas empresas, siempre otorgan implementos de seguridad a sus trabajadores (Tabla 3). Esto demuestra que la totalidad de las micro y

pequeñas empresas siempre otorgan implementos de seguridad a sus trabajadores. Esto quiere decir que las empresas no solo se preocupan por la satisfacción de sus clientes, sino también por el bienestar de sus trabajadores, y esto se refleja a base que son ellas quienes les entregan implementos de seguridad, en este caso las cevicherías, el dueño se encarga de entregarle sus respectivas herramientas de seguridad, con el fin que durante el proceso de elaboración del producto, los trabajadores no salgan lastimados.

El 100% de las de las Micro y Pequeñas empresas, selecciona bien a sus proveedores que otorgaran el producto final (Tabla 3). Estos resultados coinciden por lo obtenido de Hernández (2015) quien menciona que el 53,33% utilizan la calidad y el precio a escoger a sus proveedores, Pero contrasta por lo que menciona de Sánchez (2014) que menciona que el 70% de sus empresas sus proveedores no están debidamente certificado. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas si seleccionan bien a sus proveedores quienes le otorga el producto final. Esto quiere decir que actualmente las empresas también optan por seleccionar bien al encargado de la persona que les enviará la materia prima y el resto de materiales, esto se refleja cuando el cliente consume el producto y queda satisfecho, es por ello que ahora se dio un cambio total y comparando con otras empresas quienes no toman importancia este tema, sino que más allá, lo ven como un gasto comprar productos baratos para la elaboración del producto.

El 61,5% de las de las Micro y Pequeñas empresas, usan las redes sociales como método para publicitar sus productos. (Tabla 3). Estos resultados contrastan por lo obtenido de Sánchez (2014) que menciona que publicita su producto con diarios. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas utilizan las redes sociales como método para publicitar su producto hacia los clientes. Esto quiere decir que en la actualidad las empresas utilizan mayormente las redes sociales para transmitir los productos que venden ya que anteriormente las empresas gastaban en la publicidad por medio de la televisión, porque las redes sociales no existían en esos tiempos y para realizar una publicidad es un costo más en la empresa, ahora todo diferente gracias a las redes sociales que no tienen ningún costo, adicionando otros medios publicitarios menos costosos.

El 61,5% de las de las Micro y Pequeñas empresas, consideran siempre que su toma de decisiones es la correcta (Tabla 3). Estos resultados contrastan por lo obtenido de Campos (2015) que menciona que el 67% no considera la información para la toma de

decisiones para su empresa. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas consideran siempre que su toma de decisiones es la correcta. Esto quiere decir que actualmente los dueños de las empresas se sienten seguros por las decisiones que toman ya que no sólo opta por su opinión, sino también por la opinión de sus trabajadores tanto para la mejora de la empresa como de otros más aspectos, logrando así el éxito de la empresa.

El 92,3% de las de las Micro y Pequeñas empresas, dependen del cliente en la toma de decisiones de su negocio (Tabla 3). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas toman en cuenta las sugerencias de los clientes para la toma de decisiones. Esto quiere decir que en las empresas no solo optar por las ideas o sugerencias de los trabajadores, sino también por los clientes, ya que son ellos quienes evalúan el producto y servicio, y si existe un inconveniente o incomodidad por parte del cliente, se le llega a saber a la empresa para que esta tome medidas y soluciones para garantizar la tranquilidad y satisfacción del cliente.

El 92,3% de las de las Micro y Pequeñas empresas, consideran que siempre trabajan en equipo para conseguir buena decisión (Tabla 3). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas consideran siempre importante trabajar en equipo para conseguir buenas decisiones. Eso quiere decir que actualmente los dueños de las empresas, hacen el trabajo en equipo ya que así se obtienen mayores ideas y soluciones, y por ende una mejor decisión, se dice que el trabajo en equipo refuerza el proceso de producción de la empresa o también llamado el crecimiento, porque si todos se plantean el mismo objetivo y todos realizan sus labores de la mano, lograrán tener buenos resultados y crecimiento de la empresa.

El 100% de las Micro y Pequeñas empresas, consideran siempre creen que tomar decisiones en base al servicio es importante (Tabla 3). Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas consideran que es importante tomar buenas decisiones en base al servicio. Esto quiere decir que actualmente las empresas toman en cuenta el servicio que brindar, lo evalúan y toman la decisión si el servicio es bueno o malo, si es bueno mantenerlo y darle un valor extra, pero si es malo, tomar como ayuda a otras empresas y mejorarlo para que así la empresa no tenga pérdidas de clientes, sino más bien mayor ganancia.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016 tienen entre 30 a 50 años de edad, desempeñan el cargo de dueños, cuentan con estudios superiores universitarios y son de género masculino.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016 tienen como objetivo de creación de la empresa por oportunidad, tienen entre 1 a 5 trabajadores, son micro empresas, tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 5 a 10 años.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016 consideran siempre la calidad del servicio en el negocio, siempre otorgan implementos de seguridad a sus trabajadores, seleccionan bien a sus proveedores que otorgan el producto final y opinan que siempre es importante tomar las decisiones en base al servicio, la mayoría opta por trabajar en equipo para conseguir buenas decisiones, dependen del cliente para la toma de decisiones, consideran planificar su mejora en el negocio, opinan que brindar un producto de calidad es la forma de satisfacer las necesidades del cliente, usan las redes sociales como método de publicitar sus productos, consideran que siempre toman las decisiones correctas y consideran siempre las capacitaciones para brindar un buen producto y servicio, y la mayoría relativa considera siempre importante la calidad del servicio en el negocio.

6.2. Recomendaciones

Mantener en brindar oportunidades aquellas personas que desean desempeñarse y representar esas Micro y pequeñas empresas y así mejorar el crecimiento de ese rubro dado que los dueños cuentan con estudios superiores universitarios y finalmente se recomendaban que sean personas que recién hayan salido de la universidad para que puedan aplicarlo en el campo laboral.

Continuar cumpliendo el objetivo que tienen, practicándolo siempre tanto de manera externa como interna, brindar oportunidades que permitan tener mayores personas idóneo, y crezcan como empresas, no sólo quedándose como micro empresas, sino expandirlas.

Continuar practicando la Gestión de Calidad en cuanto al servicio, producto y en los trabajadores, ya que permitirá tomar buenas decisiones en cuanto a la selección de a la compra de materia prima y demás productos, practicar el trabajo en equipo para obtener mejores resultados, capacitar al personal ya que son ellas quienes brindarán el servicio que uno tiene establecido, y finalmente satisfacer sinceramente al cliente.

REFERENCIAS

- Aguilar, M., Martínez, A. (2013). *Las PYMES ante el proceso de la Globalización*. Recuperado en el 2013 en <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2013/pymes.html>
- Campos, C. (2015). *Gestión Calidad de las Mypes rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015*. Tesis para la licenciatura en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; Chimbote, 2015.
- Chamorro, S. (2016). *La importancia de contar con buenos sistemas de gestión de calidad*. Recuperado el 30 de Junio del 2018 en <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestion-calidad>
- El Congreso de la República (2013). *Ley N°30056*. Recuperado en el 2013 en http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/SNIL/normas/2013-07-02_30056_2966.pdf
- El Presidente de la República. (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Recuperado el 10 de Setiembre del 2016 en <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- Gallego, J. (2013). *Las pymes, el motor gripado de España*. Recuperado el 27 de Setiembre del 2016 en <http://www.elmundo.es/economia/2013/11/26/52949b0068434137388b457d.html>
- Gloria, Meidamirle, Helen, Solange. (2011). *Características del Toma de Decisiones*. Recuperado el 08 de mayo del 2018 en <http://wwwsimonrodriguez.blogspot.pe/2011/05/caracteristicas-de-la-toma-de.html>
- Gestiopolis (2011). *Perú: La tierra de las mypes*. Recuperado el 29 de Junio del 2016 en <http://noticias.universia.edu.pe/en-portada/noticia/2011/06/24/840157/peru-tierra-mypes.html>
- Hernández, S. (2015). *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014*. Tesis para la licenciatura en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; Chimbote, 2015.

- Huallpahuaque, M. (2015). Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014. Tesis para la licenciatura en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; Chimbote, 2015.
- Lizarazo, M. (2009). *Jóvenes emprendedores. Comprometidos con el desarrollo sostenible de los territorios rurales*. Editorial: Quito, Ecuador, 2009. Pg. 27. Recuperado el 30 de Junio del 2018.
- Luna, K. (2016). Caracterización de la gestión de calidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013. Tesis para la licenciatura en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; Chimbote, 2016.
- Maldonado, J. (2013). *Fundamentos de la Calidad Total*. Recuperado el 14 de enero del 2013 en <http://www.gestiopolis.com/fundamentos-de-calidad-total/>
- Mariscal, W. (2004). *Análisis de la toma de decisiones gerenciales en la empresa*. Recuperado el 29 de Junio del 2018 en <https://www.gestiopolis.com/analisis-de-la-toma-de-decisiones-gerenciales-en-la-empresa/>
- Pereda, N. (2010). *Pronunciamiento Público*. Recuperado el 28 de Junio del 2018 en <https://nilopereda.blogspot.com/2010/05/dia-nacional-de-las-mypes-15-de-mayo.html>
- Ríos, M. (2015). Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de Huanchaco, año 2014. Tesis para la licenciatura en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; Chimbote, 2015.
- Ramírez, S. (2008). *América Latina y Desarrollo Económico*. Editorial Akal, S.A., 2008. Recuperado el 29 de Junio del 2016.
- Sanchez, J. (2015). Gestión de Calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las Mypes rubro restaurantes- provincia de Trujillo año 2013. Tesis para la licenciatura en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; Chimbote, 2015.

- Sistemas de Gestión Normalizados (2015). *Principales dificultades en la implantación de un sistema de gestión integral*. Recuperado el 20 de Junio del 2018 en <https://www.isotools.org/2015/06/02/principales-dificultades-en-la-implantacion-de-un-sistema-de-gestion-integral/>
- Solisurdiain (2011). *Concepto de empresario y emprendedor*. Recuperado el 30 de Junio del 2018 en <https://generacionproyectos.wordpress.com/2011/11/29/2-1-concepto-de-empresario-y-emprendedor/#comments>
- Udaondo, M. (2014). *Gestión de Calidad*. Ediciones: Diaz de Santos, S.A., Juan Bravo, 3-A. 28006 MADRID (España). Pg. 5 y 6. Recuperado el 27 de Setiembre del 2016.
- Vasquez, J. (2013). *Importancia de las Mypes en el Perú*. Recuperado 24 de Setiembre del 2016 en <http://pymesperuana.blogspot.com/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Villanueva, L. (2015). *La toma de decisiones en la organización y el gran valor del profesional de la información en su desarrollo*. Recuperado el 30 de Junio del 2018 en <http://www.infotecarios.com/la-toma-de-decisiones-en-la-organizacion-y-el-gran-valor-del-profesional-de-la-informacion-en-su-desarrollo/>
- Xinhua, A (2015). Empresas en Latinoamérica tienen problemas para encontrar empleados capacitados. Recuperado el 20 de Junio del 2018 en <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/empresas-en-latinoamerica-tienen-problemas-para-encontrar-empleados-capacitados>

ANEXOS

ANEXO 1

Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1.Introducción	x	x	x												
2.Revisión de la literatura 2.1. Antecedentes 2.2. Marco Teórico 2.3. Marco Conceptual				x	x	x	x	x							
3. Hipótesis									x						
4. Metodología 4.1. Diseño 4.2. Población y Muestra 4.3. Def y Oper.De la variable 4.4. Técnicas e instrumentos 4.5. Plan de análisis 4.6. Matriz de consistencia 4.7. Principios éticos										x	X	X			
5. Resultados 5.1. Resultados 5.2. Investigación												X	x		
6.Conclusiones y recomendaciones 6.1. Conclusiones 6.2. Recomendaciones														x	x

ANEXO 2

CUADRO DE PRESUPUESTO	
Materiales	Costo
Impresión de Hoja Bond A4	S/5.00
Pasaje para la búsqueda de las Mypes de restaurantes hidrobiológicos	S/2.60
TOTAL	S/7.60

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante.

Concepto	Costo Total
Taller de tesis	S/2,100.00
Pasajes	S/200.00
Internet	S/200.00
Impresión de investigación	S/100.00
Anillado	S/20.00
Empastado	S/120.00
Total	S/2,740.00

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante.

ANEXO 3

Anexo: 3

Cuadro de sondeo

N°	NOMBRE COMERCIAL	CARGO DEL REPRESENTANTE	DIRECCIÓN
1	Cevichería “ Verídico ”	Dueño	JR – Leoncio Prado 0925
2	Cevichería “ Chukyotos ”	Dueño	JR – Manuel Ruiz 224
3	Cevichería “ Pez de Oro ”	Dueño	JR - Elías Aguirre 164
4	Cevichería “ Del Mar ”	Dueño	JR – Carlos de los Heros 123
5	Cevichería “ La Ramadita ”	Representante	Pasaje Sanidad S 24
6	Cevichería “ Jorgito ”	Representante	Pasaje Sanidad V 13
7	Cevichería “ Caballito de Mar ”	Dueño	JR San Peña .AV Pardo 199
8	Cevichería “ Tang Rico ”	Representante	JR 387 Victor Haya Raul de la Torre
9	Cevichería “ La Gitana ”	Dueño	JR Ladislao Espinar 385-A
10	Cevichería “ Rico Chimbote ”	Representante	JR San Peña 401
11	Cevichería “ Brandys ”	Dueño	JR Elías Aguirre, 171
12	Cevichería “ Gonzalito ”	Dueño	JR Ladislao Espinar 641, Chimbote
13	Cevichería “ Risco del Mar ”	Dueño	JR Ladislao Espinar 731, Chimbote

ANEXO 4

Cuestionario

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **GESTIÓN DE CALIDAD EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DE PRODUCTOS HIDROBIOLÓGICOS, CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2016**. Para obtener el título de licenciado en administración, por lo cual agradezco anticipadamente que me brinde la siguiente información.

INSTRUCCIONES:

Lea determinadamente las preguntas y responda con sinceridad marcando o señalando según lo que se le pida.

I. Datos Generales de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.

1. Edad del Representante

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

2. Género del Representante

- a) Masculino.
- b) Femenino.

3. Grado de Instrucción

- a) Primaria.
- b) Secundaria.

- c) Superior Técnico.
- d) Superior Universitaria.
- e) Sin instrucción.

4. Grado de permanencia en el cargo.

- a) Dueño.
- b) Representante.

II. Referente a las características de las Micro y Pequeñas Empresas.

5. Tamaño de la Empresa:

- a) Micro Empresa.
- b) Pequeña Empresa.

6. Objetivo de Creación de la Empresa.

- a) Oportunidad.
- b) Necesidad.
- c) Generar mayor empleo.

7. Tiempo de permanencia en el rubro:

- a) 0 a 5 años.
- b) 5 a 10 años.
- c) 10 años a más.

8. Número de Trabajadores:

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

III. Referente a la variable Gestión de Calidad.

9. Considera importante la calidad de servicio en su negocio.

- a) Siempre.
- b) Casi siempre.
- c) A veces.
- d) Casi nunca.
- e) Nunca.

10. De qué manera practica la Gestión de Calidad en su negocio.

- a) Brinda un buen servicio.
- b) Satisface correctamente a sus clientes.
- c) Capacita correctamente a su personal.
- d) Brinda un producto de calidad

11. Usted planifica en mejorar su negocio

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces.
- d) Casi nunca.
- e) Nunca

12. Realiza capacitaciones para brindar un mejor producto y servicio.

- a) Siempre.
- b) Casi siempre.
- c) A veces.
- d) Casi nunca.
- e) Nunca.

13. Mediante qué método o forma satisface a sus clientes.

- a) Brindar un buen servicio.
- b) Brindar un producto de calidad.
- c) Brindar productos de acuerdo a las necesidades de los clientes

14. Otorga implementos de seguridad para sus trabajadores.

- a) Siempre.
- b) Casi siempre.
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca.

15. Selecciona bien a los proveedores que otorgaran para el consumo final.

- a) Siempre.
- b) Casi siempre.
- c) A veces.
- d) Casi nunca.
- e) Nunca.

16. Con qué método publicita su producto a sus clientes.

- a) Redes Sociales.
- b) Volantes.
- c) Afiches
- d) Radio
- e) Televisión.

IV. REFERENTE A LA HERRAMIENTA TOMA DE DECISIONES

17. Considera usted que su toma de decisiones es la correcta.

- a) Siempre.
- b) Casi siempre.
- c) A veces.
- d) Casi nunca.
- e) Nunca.

18. De qué manera toma decisiones en su negocio.

- a) Dependiendo al cliente
- b) Dependiendo a la rentabilidad
- c) Dependiendo al posicionamiento
- d) Otros.....

19. Usted practica el trabajo en equipo para conseguir una buena decisión

- a) Siempre.
- b) Casi siempre.
- c) A veces.
- d) Casi nunca.
- e) Nunca.

20. Cree que tomar decisiones en base al servicio es importante

- a) Siempre.
- b) Casi siempre.
- c) A veces.
- d) Casi nunca.
- e) Nunca.

Hoja de Tabulaciones

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
10. Edad del Representantes	d) 18-30 años.	III	4	30.70
	b) 30-50 años.	III III	9	69.20
	ƒ) 50 años a más.	-	0	0.00
	Total	13	13	100.00
11. Género del Representante	a) Masculino.	III II	7	53.80
	b) Femenino.	III I	6	46.20
	Total	13	13	100.00
12. Grado de Instrucción	ƒ) Primaria.	-	0	0.00
	g) Secundaria.	II	2	15.40
	b) Superior Técnico.	-	0	0.00
	i) Superior Universitaria.	III III I	11	84.60
	ƒ) Sin Instrucción.	-	0	0.00
	Total	13	13	100.00
13. Grado de permanencia en el cargo.	a) Dueño.	III III	9	69.20
	b) Representante.	III	4	30.80
	Total	13	13	100.00
14. Tamaño de la empresa	a) Micro Empresa.	III III I	11	84.60
	b) Macro Empresa.	II	2	15.40
	Total	13	13	100.00
15. Objetivo de creación de la empresa	d) Oportunidad.	III III	9	69.20
	b) Necesidad.	III	4	30.80
	ƒ) Generar mayor empleo	-	0	0.00
	Total	13	13	100.00
16. Tiempo de permanencia en el rubro	d) 0 a 5 años.	III I	6	46.20
	b) 5 a 10 años.	III II	7	53.80
	ƒ) 10 años a más.	-	0	0.00
	Total	13	13	100.00
17. Número de trabajadores	d) 1 a 5 trabajadores.	III III	9	69.20
	b) 6 a 10 trabajadores.	III	4	30.80
	ƒ) 11 a más trabajadores.	-	0	0.00
	Total	13	13	100.00
18. ¿Considera importante al calidad del servicio en su negocio?	ƒ) Siempre.	III III III	13	100.00
	g) Casi siempre.	-	0	0.00
	b) A veces.	-	0	0.00
	i) Casi nunca.	-	0	0.00
	ƒ) Nunca.	-	0	0.00

	Total	13	13	100.00
19. ¿De qué manera practica la Gestión de Calidad en su negocio?	a) Brinda un buen servicio	III	5	38.50
	b) Satisface correctamente a sus clientes	II	2	15.40
	c) Capacita correctamente a su personal.	III	3	23.00
	d) Brinda un producto de calidad.	III	3	23.10
	Total	13	13	100.00
20. ¿Usted planifica en mejorar su negocio?	a) Siempre.	III III	10	76.90
	b) Casi siempre.	III	3	23.10
	c) A veces.	-	0	0.00
	d) Casi nunca.	-	0	0.00
	e) Nunca.	-	0	0.00
	Total	13	13	100.00
21. ¿Realiza capacitaciones para brindar un mejor producto y servicio?	a) Siempre.	III III	8	61.50
	b) Casi siempre.	III	3	23.10
	c) A veces.	II	2	15.40
	d) Casi nunca.	-	0	0.00
	e) Nunca.	-	0	0.00
	Total	13	13	100.00
22. ¿Mediante que método o forma satisface a sus clientes?	a) Brinda un buen servicio.	III	5	38.5
	b) Brinda un producto de calidad.	III III	8	61.50
	c) Brindar productos de acuerdo a las necesidades de los clientes.	-	0	0.00
	Total	13	13	100.00
23. ¿Otorga implementos de seguridad para sus trabajadores?	a) Siempre.	III III III	13	100.00
	b) Casi siempre.	-	0	0.00
	c) A veces.	-	0	0.00
	d) Casi nunca.	-	0	0.00
	e) Nunca.	-	0	0.00
	Total	13	13	100.0
24. ¿Selecciona bien los proveedores que otorgaran el consumo final?	a) Siempre.	III III III	13	100.0
	b) Casi siempre.	-	0	0.00
	c) A veces.	-	0	0.00
	d) Casi nunca.	-	0	0.00
	e) Nunca.	-	0	0.00

	Total	13	13	100.00
25. ¿Con qué método publicita su producto a sus clientes?	a) Redes Sociales.	III	8	61.50
	b) Volantes.	III	3	23.10
	c) Afiches.	I	1	7.70
	d) Radio.	-	0	0.00
	e) Televisión.	I	1	7.70
	Total	13	13	100.00
26. ¿Considera usted que su toma de decisiones es la correcta?	a) Siempre.	III	8	61.50
	b) Casi siempre.	III	5	38.50
	c) A veces.	-	0	0.00
	d) Casi nunca.	-	0	0.00
	e) Nunca.	-	0	0.00
	Total	13	13	100.00
27. ¿De qué manera toma decisiones en su negocio?	a) Dependiendo al cliente.	III III II	12	92.30
	b) Dependiendo a la rentabilidad.	-	0	0.00
	c) Dependiendo al posicionamiento.	I	1	7.70
	Total	13	13	100.00
28. Usted practica el trabajo en equipo para conseguir una buena decisión	a) Siempre.	III III II	12	92.30
	b) Casi siempre.	I	1	7.70
	c) A veces.	-	0	0.00
	d) Casi nunca.	-	0	0.00
	e) Nunca.	-	0	0.00
	Total	13	13	100.00
29. ¿Cree que tomar decisiones en base al servicio es importante?	a) Siempre.	III III III	13	100.00
	b) Casi siempre.	-	0	0.00
	c) A veces.	-	0	0.00
	d) Casi nunca.	-	0	0.00
	e) Nunca.	-	0	0.00
	Total	13	13	100.00

ANEXO 6

FIGURAS

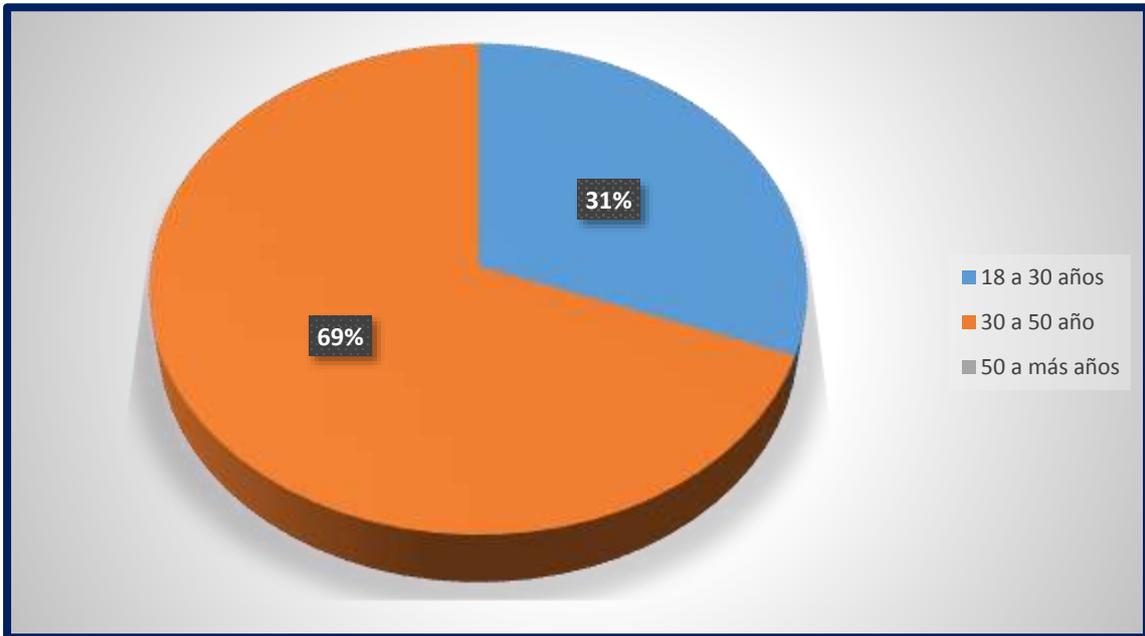


Figura 1: Edad del Representante

Fuente: Tabla 1

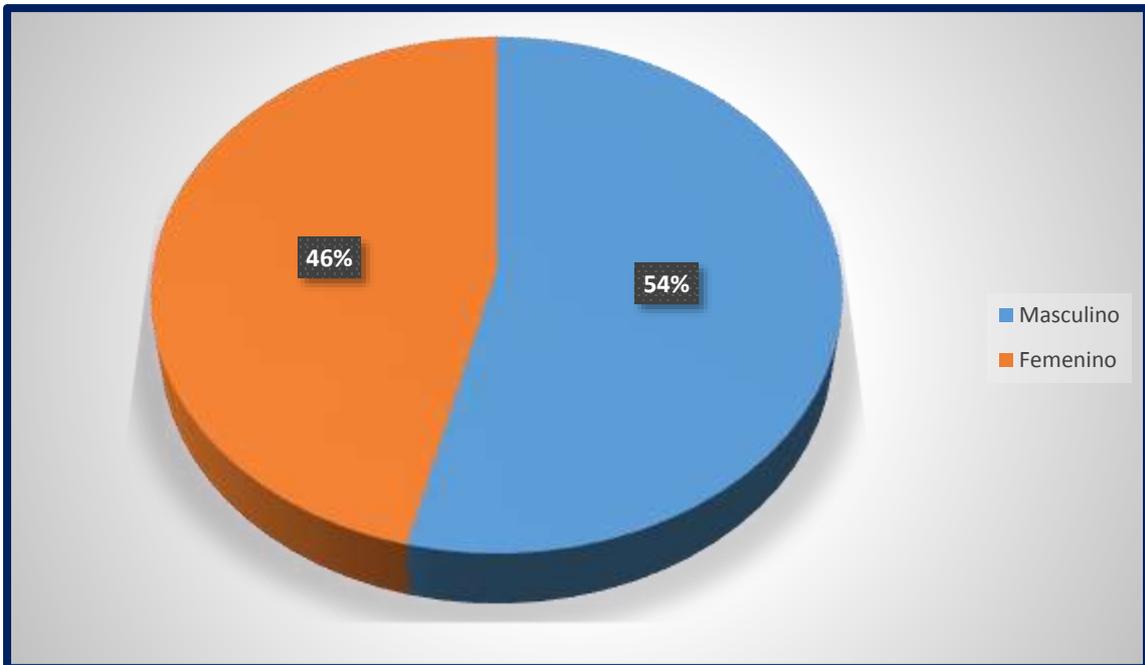


Figura 2: Género del Representante

Fuente: Tabla 1

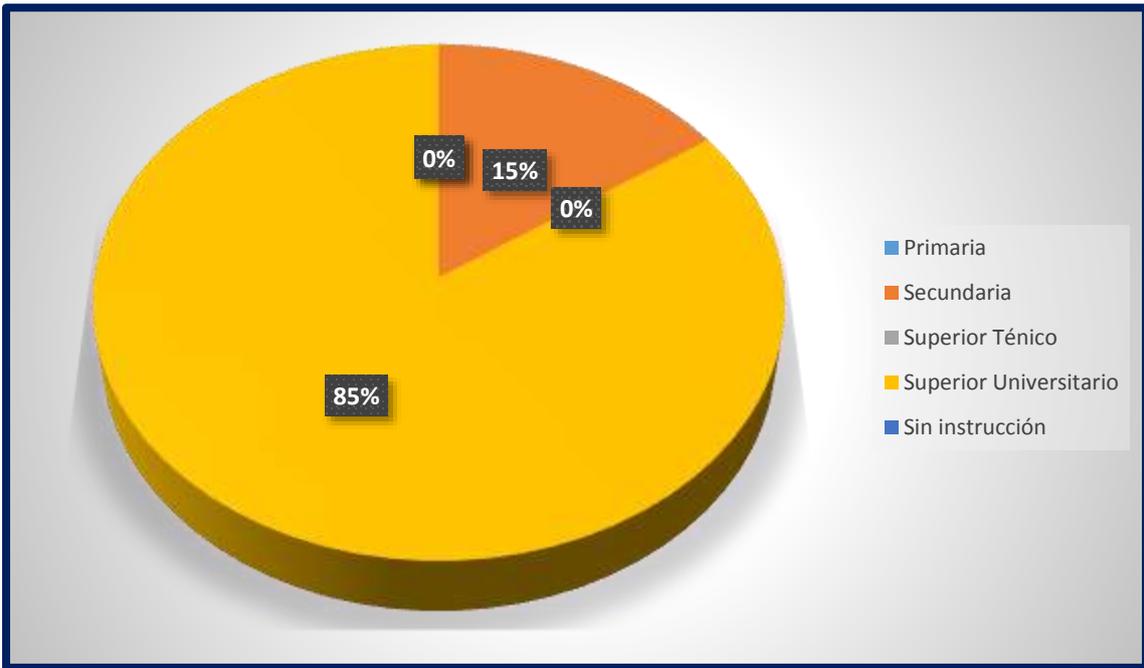


Figura 3: Grado de Instrucción

Fuente: Tabla 1

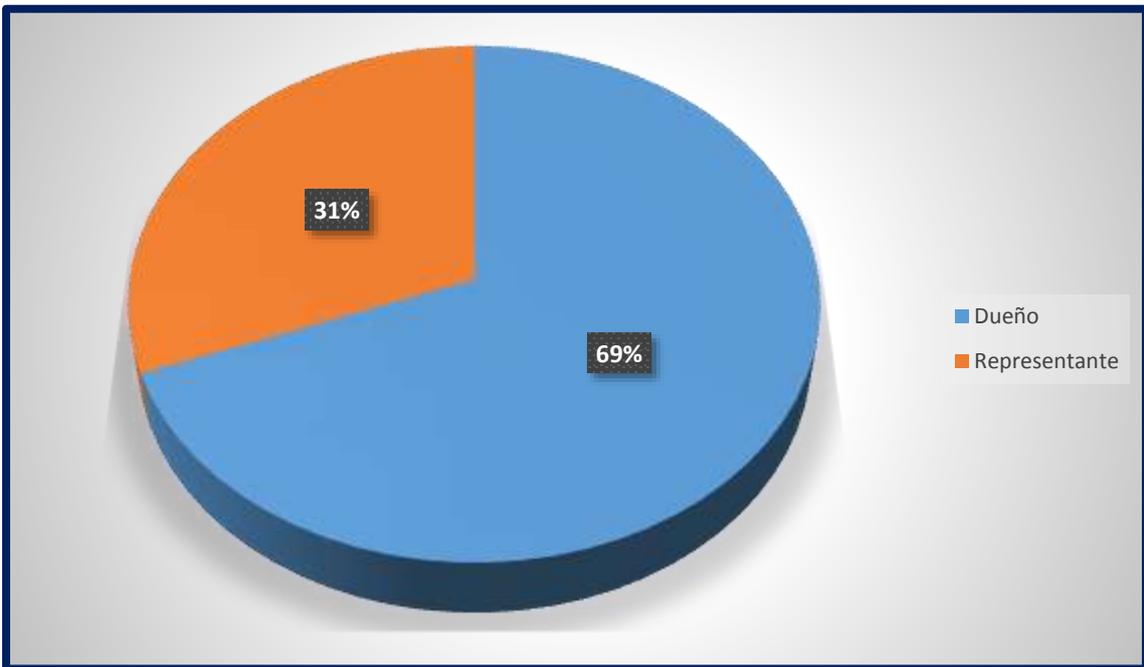


Figura 4: Grado de Permanencia en el cargo

Fuente: Tabla 1

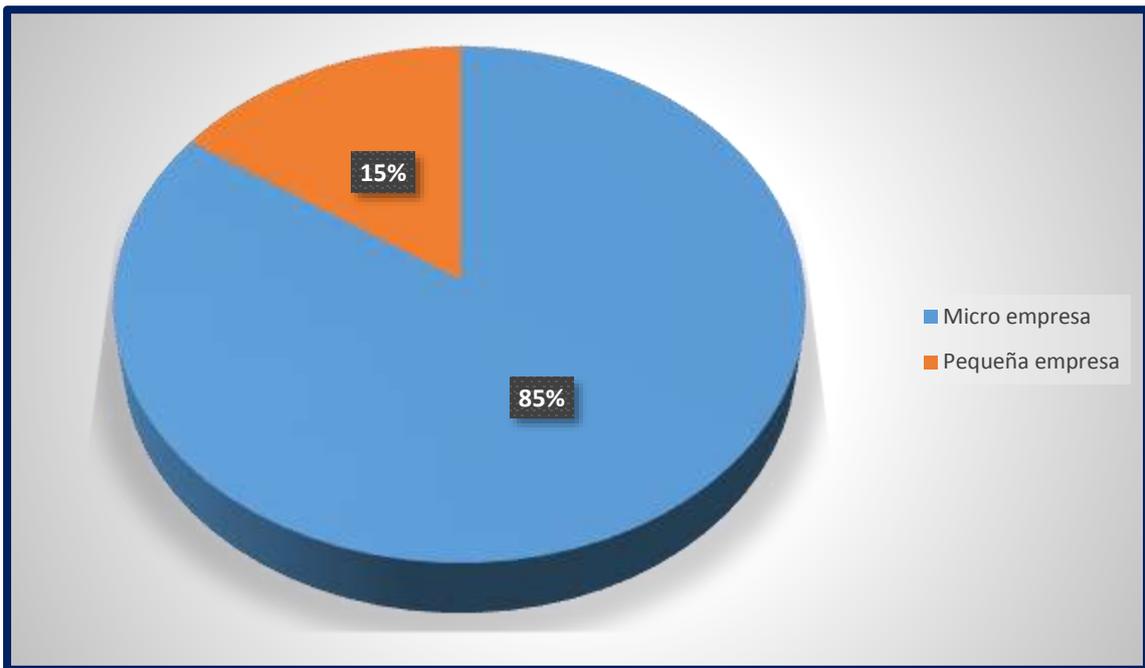


Figura 5: Tamaño de la Empresa

Fuente: Tabla 2

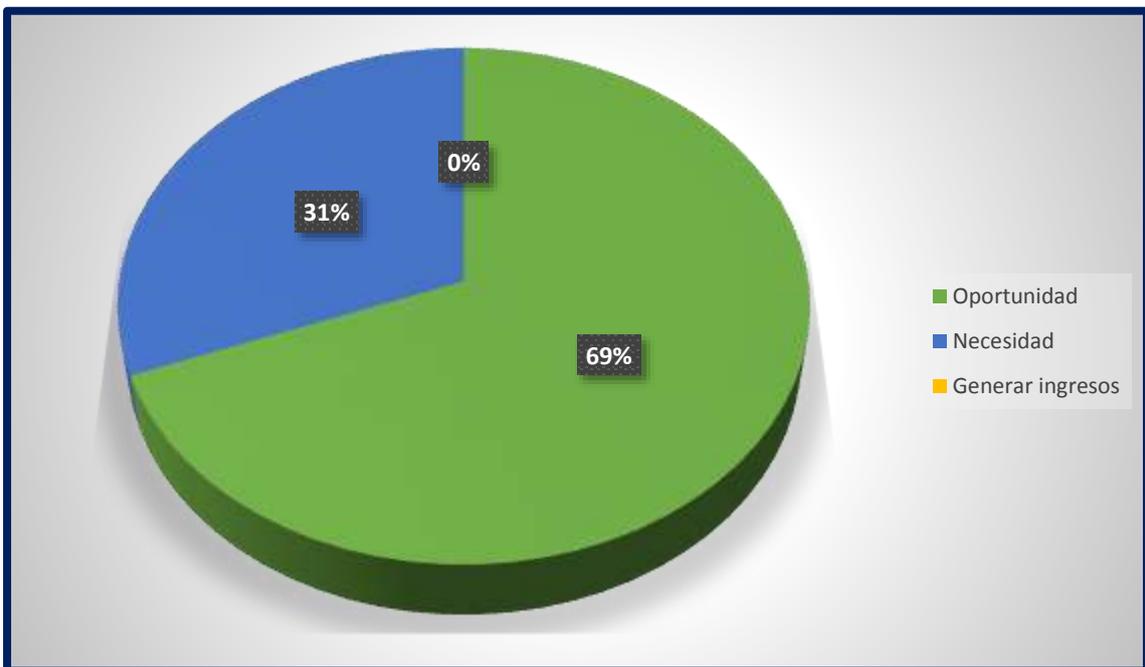


Figura 6: Objetivo de la creación de la Empresa

Fuente: Tabla 2

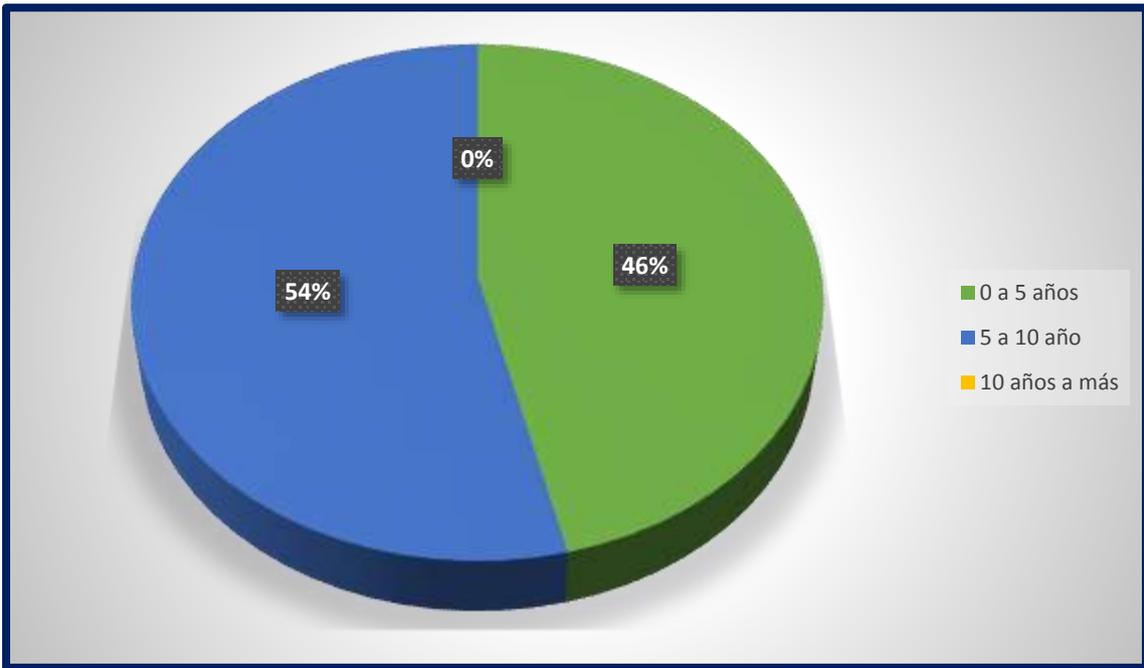


Figura 7: Tiempo de permanencia en el rubro

Fuente: Tabla 2

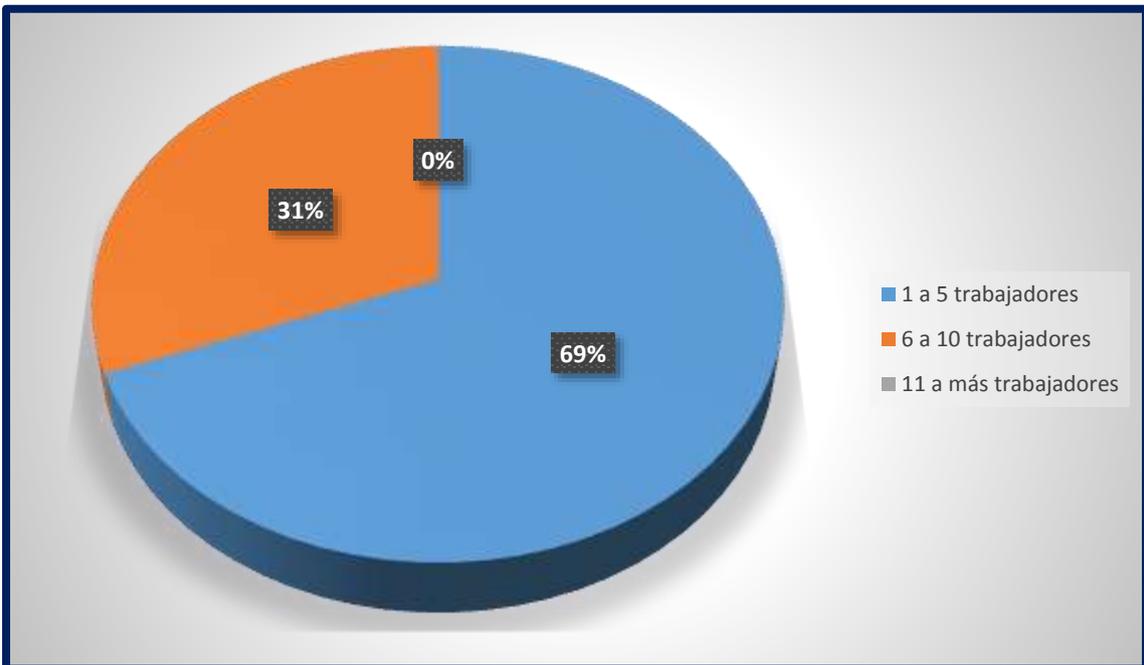


Figura 8: Número de Trabajadores

Fuente: Tabla 2

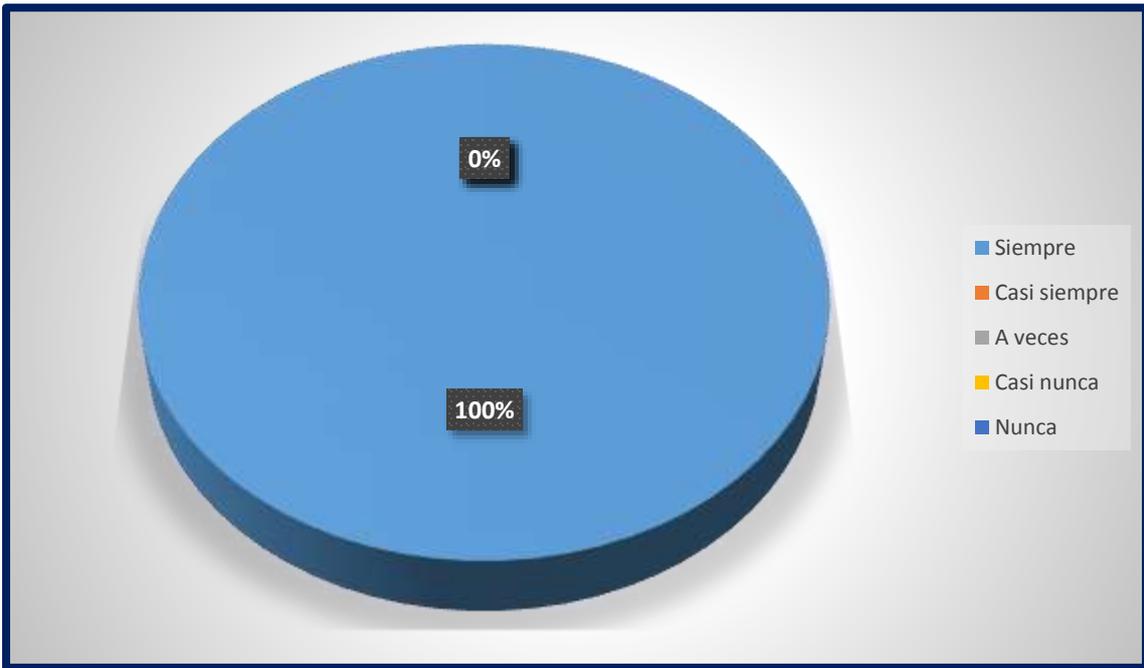


Figura 9: Considera importante la calidad del servicio en su negocio

Fuente: Tabla 3

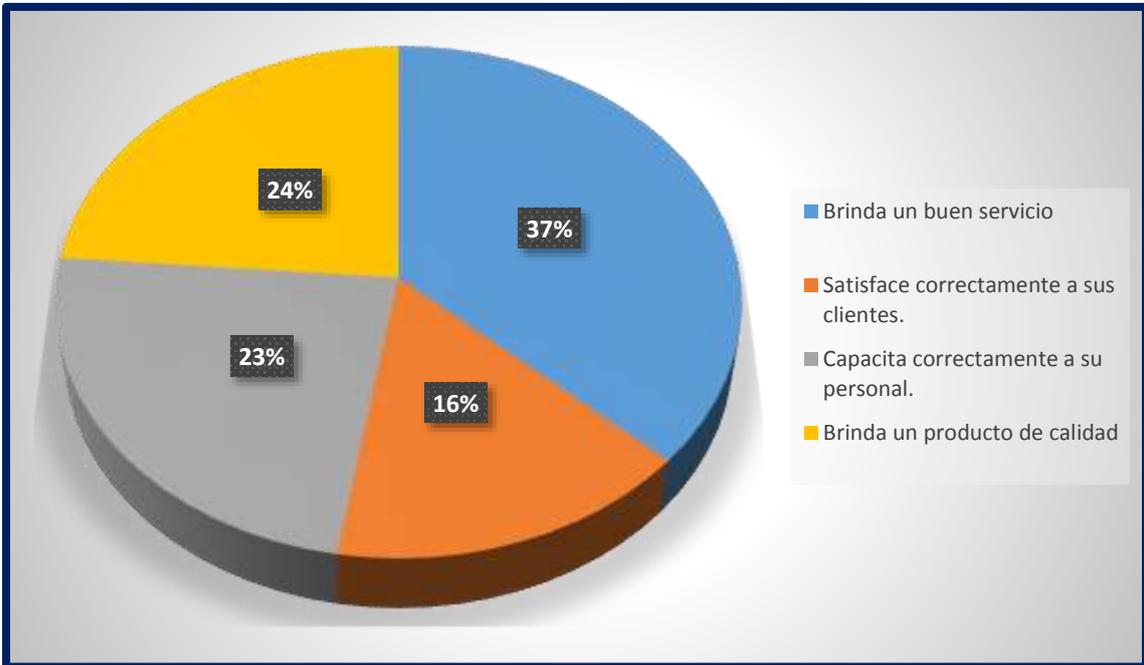


Figura 10: De qué manera practica la Gestión de Calidad en su negocio

Fuente: Tabla 3

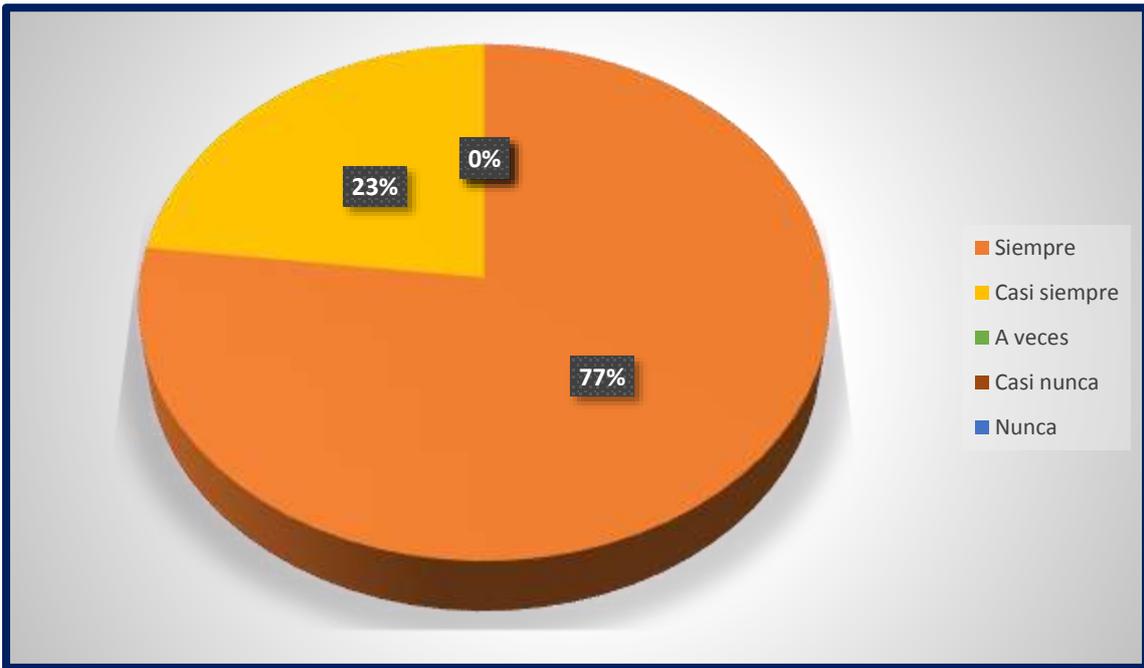


Figura 11: Usted planifica en mejorar su negocio

Fuente: Tabla 3

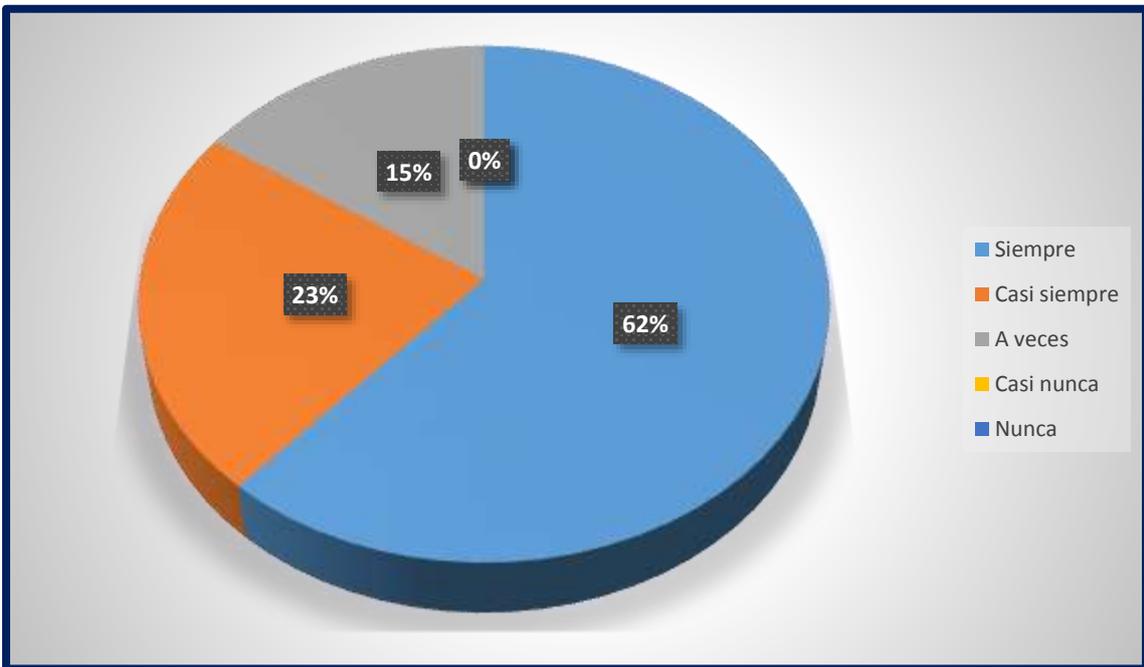


Figura 12: Realiza capacitaciones para brindar un mejor producto y servicio

Fuente: Tabla 3

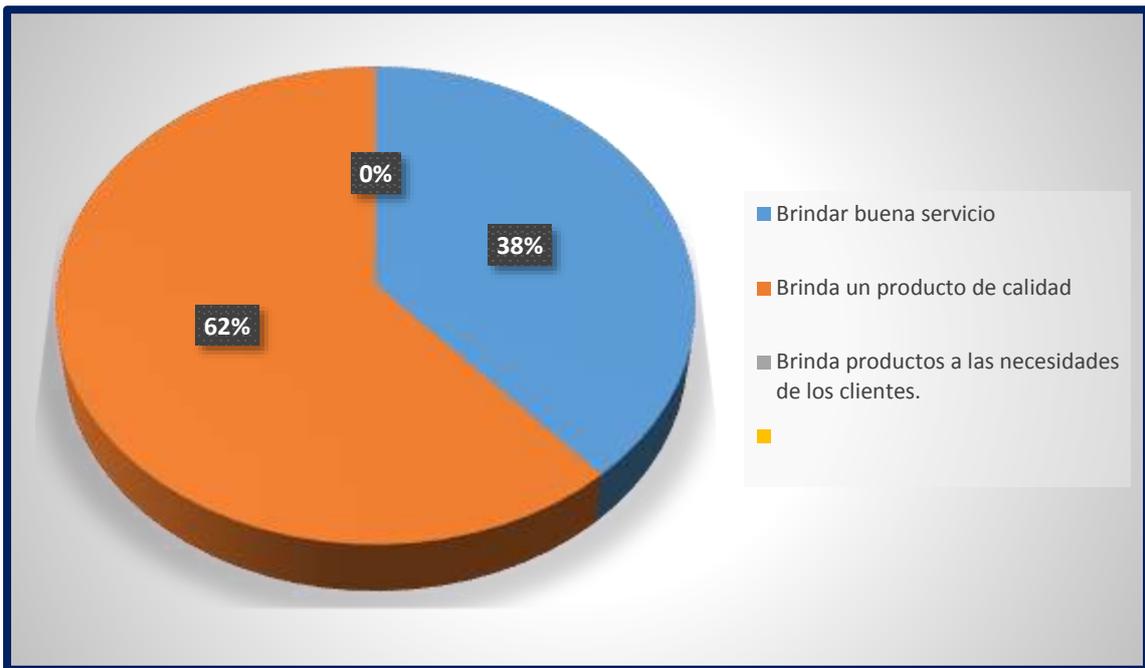


Figura 13: Mediante que método o forma satisface a sus clientes

Fuente: Tabla 3

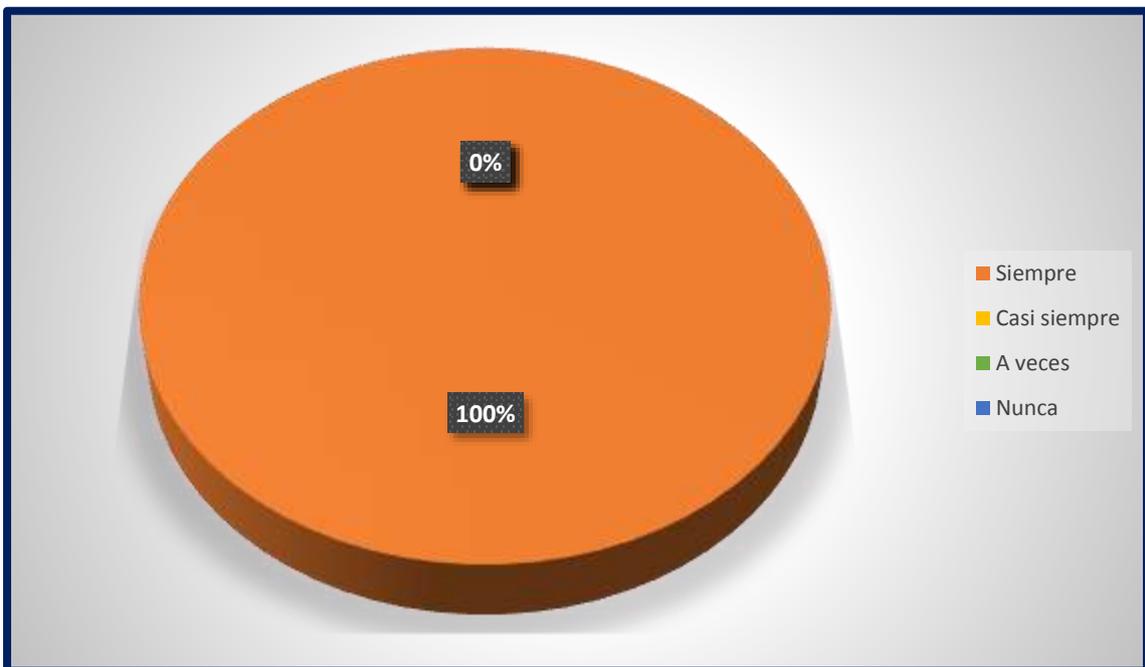


Figura 14: Otorga implementos de seguridad para sus trabajadores

Fuente: Tabla 3

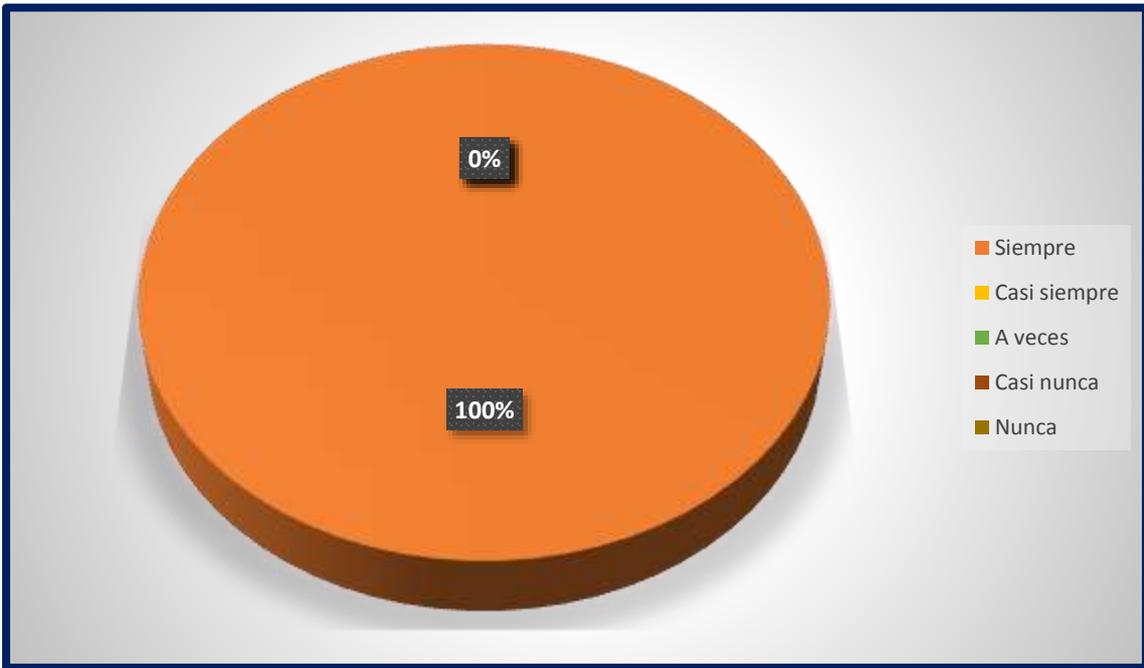


Figura 15: Selecciona bien los proveedores que otorgaran el consumo final

Fuente: Tabla 3

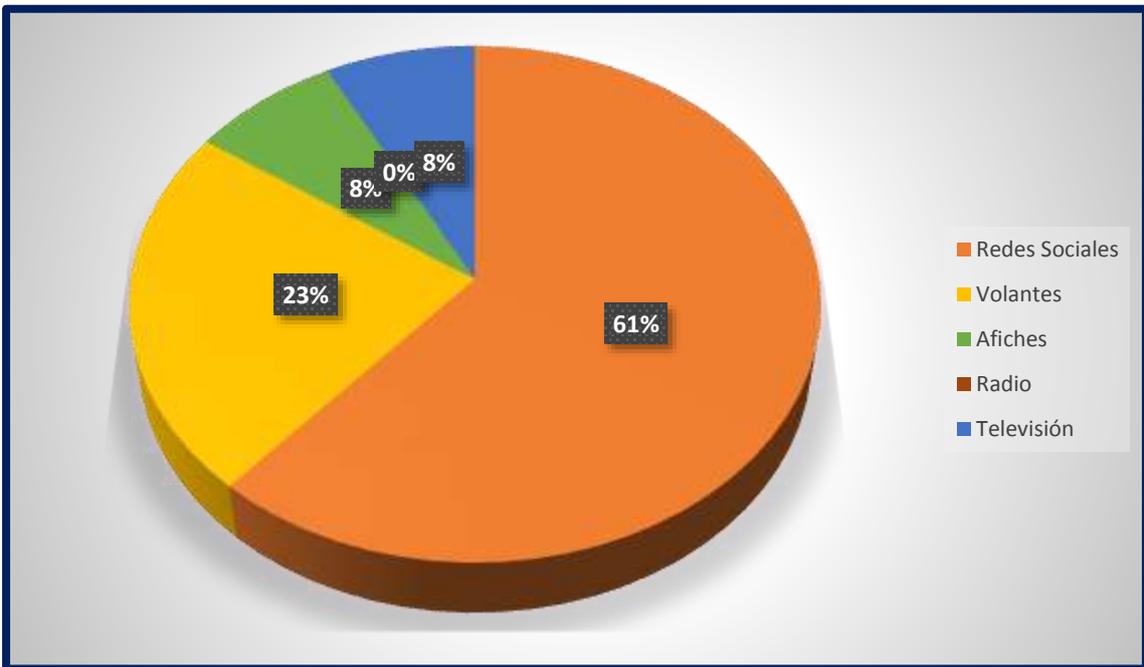


Figura 16: Con qué método publicita su producto a sus clientes

Fuente: Tabla 3

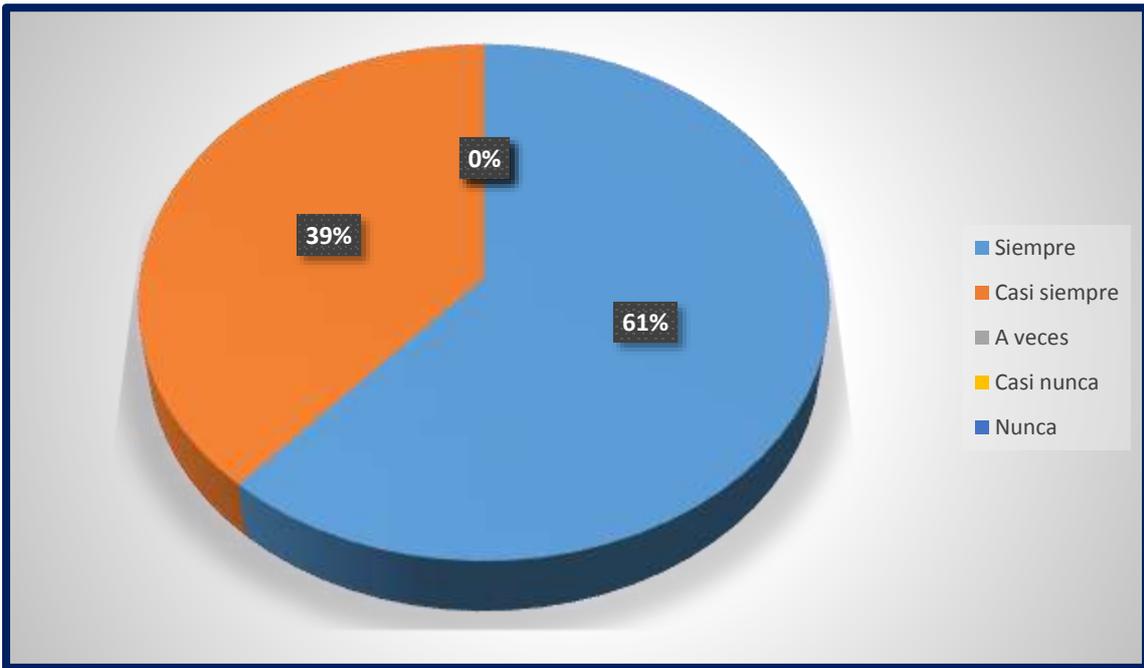


Figura 17: Considera usted que su toma de decisiones es la correcta

Fuente: Tabla 3

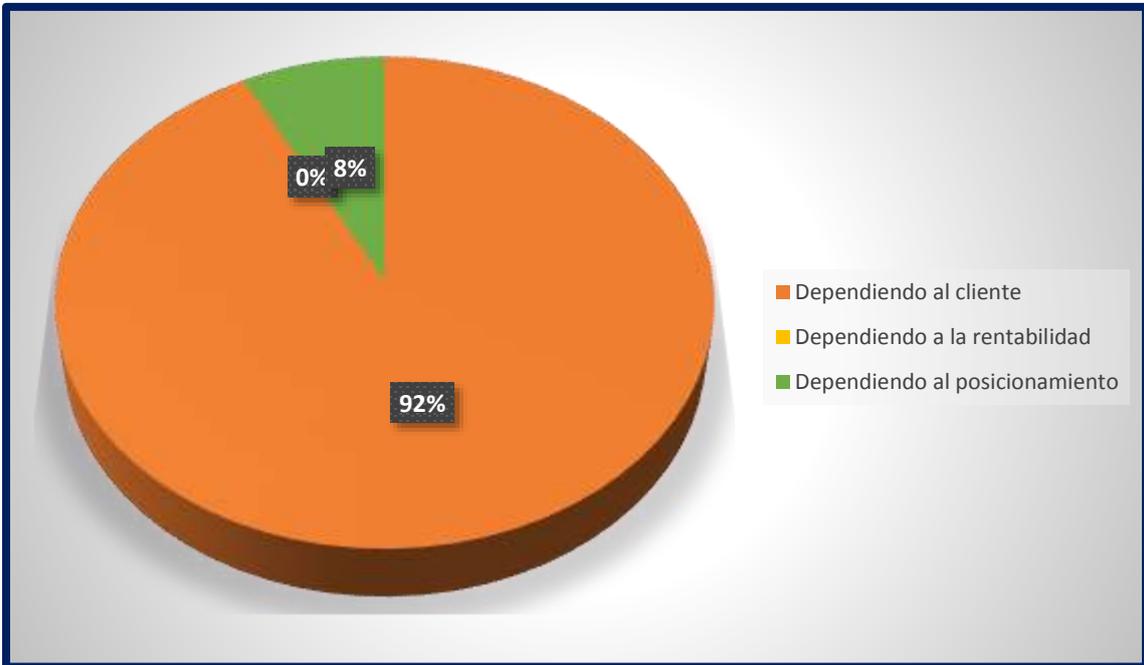


Figura 18: De qué manera toma decisiones en su negocio

Fuente: Tabla 3

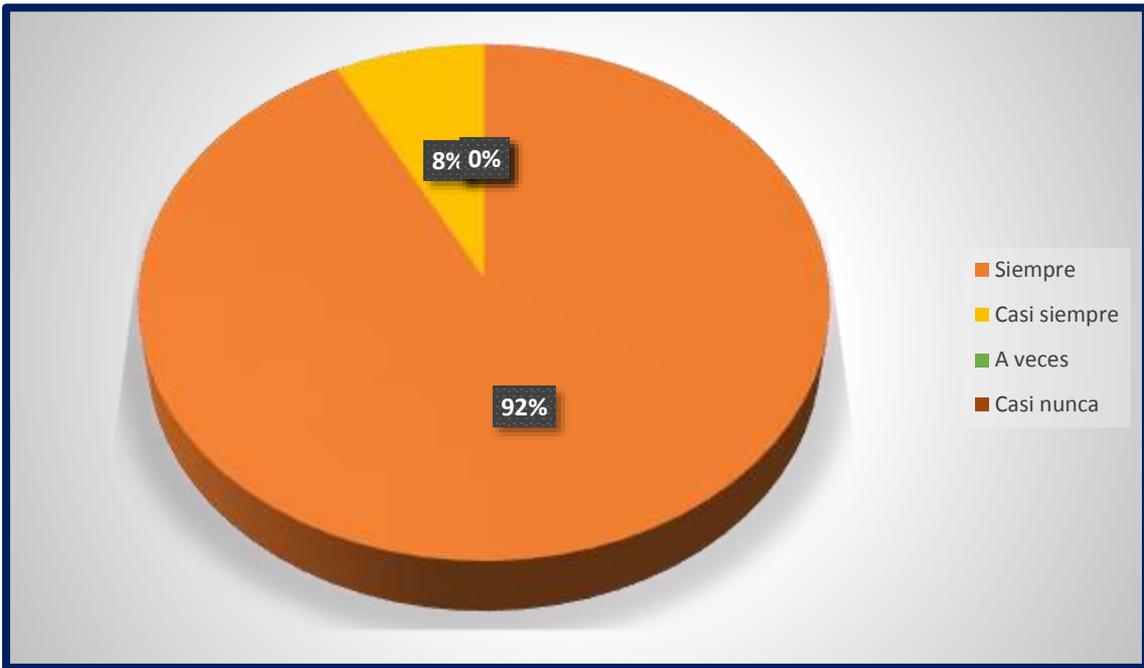


Figura 19: Usted practica el trabajo en equipo para conseguir una buena decisión

Fuente: Tabla 3

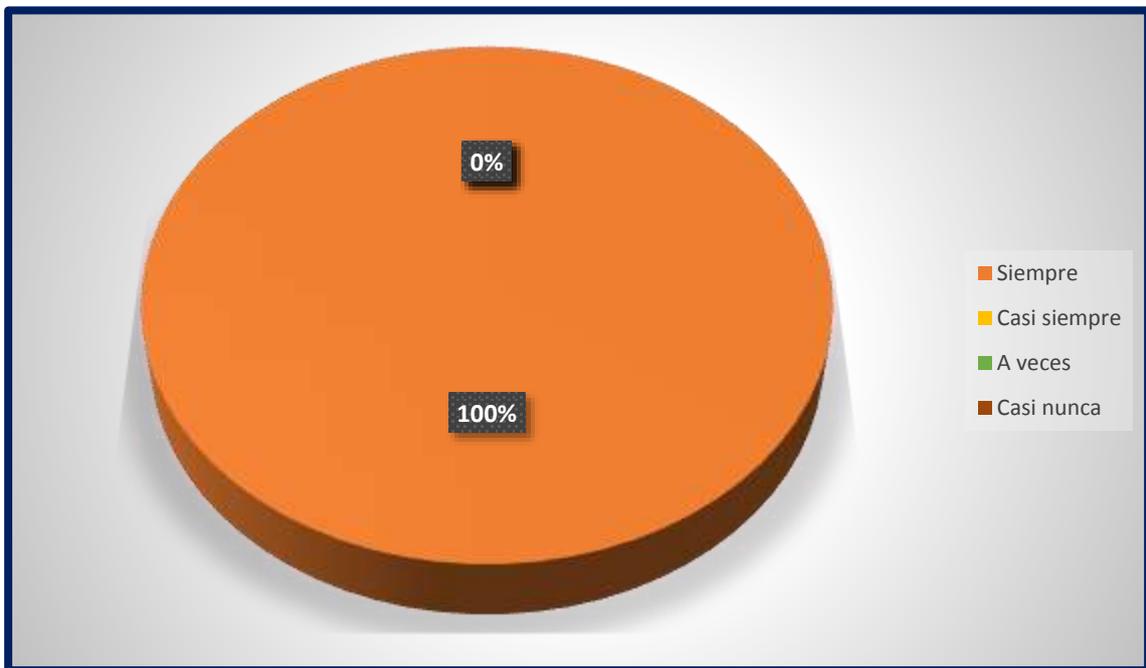


Figura 20: Cree que tomar decisiones en base al servicio es importante

Fuente: Tabla 3