



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS RUBRO-RESTAURANTES CAMPESTRES,
ZONA AGRÍCOLA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2015”.

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

AUTORA:

Br. YESSICA OFELIA ANGULO CORZO

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE-PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

Dr. JOSÉ GERMAN SALINAS GAMBOA

Presidente

Mgtr. YULY YOLANDA MORILLO CAMPOS

Miembro

Mgtr. MIGUEL ÁNGEL LIMO VÁSQUEZ

Miembro

AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud profunda a Dios, por haberme proporcionado entendimiento y una familia que en todo momento me brindaron su apoyo para concretar satisfactoriamente el presente proyecto de investigación; Así mismo a todas las personas que de manera directa e indirecta, contribuyeron con un granito de arena para su culminación.

Al Dr. Reyneiro Zacarías Centurión Medina, que me proporciono sus conocimientos, para haber hecho posible este interesante proyecto.

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis, mis amados hijos: Anggi, Douglas y Jackson a mi estimado esposo Orlando, mis padres Margarita y Benicio mi padre que está en el cielo.

Porque fueron para mí fuente de inspiración, que me impulso en los momentos más difíciles que atravesé, para poder culminar el presente estudio de investigación.

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campesinos, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015. La investigación es; no experimental-Transaccional-descriptivo, método en lo cual nos apoyamos para obtener el recojo de información. De tal manera que de una población de 12 MYPES se ha considerado la totalidad de la población en estudio. A quienes se les proporcionó un cuestionario de 18 preguntas, cumpliendo así con la técnica de la encuesta. Con los siguientes resultados. El 83.3%, de los empresarios tienen de 40 a más años de edad. El 66.7%, son de género masculino y cuentan con estudio superior universitario en un 59.0%. Un 51.0%, de las empresas tienen más de 6 años en el mercado. Un 58.3% tienen más de 10 colaboradores y están formalizadas en un 100%. Un 75.0% de los empresarios administran su empresa bajo el enfoque al cliente. Un 58.3%, han establecido visión, políticas y objetivos en su empresa. Un 58.0%, manifiestan que el cliente no tiene la razón. Un 75.0%, miden la satisfacción al cliente analizando sus ventas. Un 100%, de los empresarios mantienen un buen clima laboral. Un 58.3% de los colaboradores son indiferentes cambios. En conclusión: Los representantes son mayores de 40 años de género masculino, con estudios universitarios. Las MYPES tienen más de 6 años en el mercado, cuentan con más de 10 colaboradores, están formalizadas, son administradas bajo el enfoque al cliente. Los representantes han establecido visión, políticas y objetivos, realizando cambios durante el tiempo de permanencia en el mercado. Los representantes manifiestan que el cliente no tiene la razón, miden la satisfacción del cliente por medio de sus ventas; Así mismo manifiestan tener un buen clima laboral, pero que sus colaboradores no se muestran comprometidos con los objetivos de la empresa.

Palabras claves: Gestión de calidad, MYPES, Representantes.

ABSTRACT

This research has as a general objective, to determine the main characteristics of quality management in micro and small companies in the sector services sector rural restaurants, agricultural area of the district of Chimbote, 2015. The research is; non-experimental-Transactional-descriptive, method in which we rely on to obtain information gathering. .. So that from a population of 12 MYPES has been considered the entire population under study. He was given a questionnaire of 18 questions, thus fulfilling the technique of the survey. With the following results.83.3% of entrepreneurs are 40 to more years of age. 66.7% are male and have a higher university level of 59.0%. 51.0% of the companies have more than 6 years in the market. 58.3% have more than 10 employees and are 100% formalized. 75.0% of entrepreneurs manage their business under the customer focus. 58.3% have established vision, policies and objectives in their company. 58.0% state that the client is not right. 75.0% measure customer satisfaction by analyzing their sales. 100% of employers maintain a good working environment. 58.3% of the collaborators are indifferent changes. In conclusion: The representatives are over 40 years of male gender, with university studies. The MYPES have more than 6 years in the market, they have more than 10 employees, they are formalized, and they are managed under the customer focus. The representatives have established vision, policies and objectives, making changes during the time of permanence in the market. The representatives state that the customer is not right, they measure customer satisfaction through their sales; they also say they have a good working environment, but that their employees are not committed to the company's objectives.

Keywords: Quality Management, MYPES, Representatives.

5.-CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS.....	i
2. HOJA DE FIRMA DE JURADO.....	ii
3. AGRADECIMIENTO	iii
4. DEDICATORIA	iv
5. RESUMEN.....	v
6. ABSTRACT.....	vi
7. CONTENIDO.....	vii
8. ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	6
III. HIPÓTESIS.....	24
IV. METODOLOGÍA.....	25
4.1.Diseño de la investigación.....	25
4.2.Población y muestra.....	25
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	26
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	27
4.5. Plan de Análisis.....	27
4.6. Matriz de Consistencia.....	28
4.7. Principios Éticos.....	29
V. RESULTADOS.....	30
5.1.Resultados.....	30
5.2.Análisis de resultados.....	34
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	38
Referencias Bibliográficas.....	40
Anexos.....	44

6.- ÍNDICE DE GRÁFICO Y TABLAS

Tabla 01. Características de los representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro- restaurantes campestres, zona Agrícola del distrito de Chimbote, 2015”.....	30
Tabla 02. Características de las micro y pequeñas empresas del Sector servicio - rubro restaurantes campestres del distrito de Chimbote, 2016.....	31
Tabla 03. Características de la gestión de la calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes Campestres del distrito de Chimbote, 2016.....	32

ÍNDICE DE FIGURAS:

Figura N° 1 Edad	52
Figura N° 2 Género.....	53
Figura N° 3 Grado de Instrucción	53
Figura N° 4 Tiempos de permanencia	54
Figura N° 5 Números de Colaboradores.....	54
Figura N° 6 Situación legal de la Empresa.....	55
Figura N° 7 Motivos de su Constitución	55
Figura N° 8 Enfoque Administrativo.....	56
Figura N° 9 Visión, política y objetivos Establecidos.....	56
Figura N° 10 Medidas de Desempeño.....	57
Figura N° 11Cambios Realizados en la Empresa.....	57
Figura N° 12 Motivo de Implementación.....	58
Figura N° 13 Aprobación de la Opinión del Cliente.....	58
Figura N°14 Evaluación de la Satisfacción del cliente.....	59
Figura N°15 Promociones Para el Cliente.....	59
Figura N °16 Buen Clima laboral	60
Figura N 17 Compromiso de los colaboradores ante el Cambio.....	60
Figura N°18 Aceptación de Políticas de motivación	61

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad se vive una fuerte competencia entre las empresas, evidenciándose un sin número de falencias por atender. Esta realidad es debido a las múltiples exigencias de los consumidores, ante un empresario que no está debidamente preparado, con técnicas y herramientas necesarias para realizar una adecuada gestión de calidad, en los procesos administrativos y los procesos productivos de su empresa.

Estos empresarios son los que con el fin de obtener ganancias, tuvieron una idea de negocio y decidieron ponerlo en marcha; sin embargo debido al incremento de las múltiples, exigencias de los clientes y las bajas ventas, estos negocios han venido realizando cambios de manera empírica en sus ambientes como también en sus platillos y bebidas, para así obtener una participación en el mercado en relación a los restaurantes del medio; Así mismo estas sorteadas decisiones que han venido realizando, les ha permitido mantenerse en el rubro por más de 6 años, sin embargo ello no garantiza que puedan ser afectados de manera negativa ocasionando el cierre del establecimiento, el desempleo de quienes laboraban en dicho restaurante y finalmente una opción menos para los consumidores, debido a su supervivencia. Ante esta situación se ha visto conveniente realizar esta investigación, a fin de mejorar la gestión de calidad del producto y servicio hacia el cliente, por ello se ha tenido a bien realizar el siguiente estudio de investigación para implantar y mejorar el nivel de gestión a aplicar en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015 con la finalidad que pueda ser de provecho para los lectores interesados en su contenido.

Esta problemática no solo se presenta a nivel nacional también se ha presentado en el ámbito internacional, por ejemplo:

En el país de China apreciamos que la situación no es muy ajena a nuestro sector de investigación, ya que coinciden en la falta de conocimientos y habilidades para una adecuada gestión en la industria gastronómica porque nos manifiesta que: La distancia cultural, usos y costumbres, forma de organización laboral, estructura impositiva, alquiler de propiedad, pasando por la relación con cada sector y en particular con el gobierno, representan un cambio de paradigma en la experiencia de hacer negocios, haciendo necesario que aquellas medianas y pequeñas empresas con interés de radicación –que no posean ese knowhow– deberán buscar asistencia especializada que les permita entender la manera de hacer negocios en China y cultivar y manejar relaciones (guanxi) que los ayuden a formar y consolidar la empresa localmente. A esta situación no escapa la industria gastronómica, que agrega mucho valor. (Zottele, 2013).

España no es la excepción, también existe antecedentes sobre el desconocimiento en gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas en el rubro restaurantes, según lo manifestado en la siguiente, publicación que nos manifiesta que: En los cubos de basura de los restaurantes españoles se amontonan al año más de 63.000 toneladas de comida. Un desperdicio que cuesta al sector cerca de 255 millones de euros, según un estudio de la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR) presentado este jueves en Madrid.

La cifra de excedente en los restaurantes se ha duplicado en los últimos 20 años debido a la mala gestión de los alimentos. La facilidad de los establecimientos para conseguir más producto y más barato sumada a la falta de tiempo y de personal son las principales causas de este incremento. (Flotats, 2011).

En el país de Venezuela Hoyer en su publicación” Hablemos de la calidad de servicio en los restaurantes de Venezuela” nos comenta sobre la deficiencia que viene afrontando el país en el tema de gestión de calidad.

en el rubro restaurantes y al respecto manifiesta lo siguiente: El problema de la calidad de servicio de los restaurantes, es un problema de gerencia y como tal, debe ser resuelto con la aplicación de técnicas gerenciales específicas a la restauración. Es muy cómodo echarle la culpa a los mesoneros, o salir con el cuento que en Venezuela la gente no sirve para brindar un buen servicio, etc., etc., etc. El problema viene de arriba, y debe ser resuelto desde la alta gerencia. Hoyer, (2014).

La gestión de calidad en el país de Chile, para los empresarios en el rubro gastronómico ha ocasionado también un gran problema para ellos, para tal sustento rescatamos lo que nos comentan Schmal y Olave en su estudio de investigación realizado en Talca-Chile, refiere que: Entre las debilidades identificadas en el proceso, que elevan los tiempos de atención al cliente, destacaron las siguientes:

1. La letra ilegible con que los mozos recogen los pedidos, provocando errores y generando confusión, tanto en caja para los efectos de los cobros como en la cocina para la elaboración de los platos.
2. Los clientes no conocen el detalle de la cuenta que se les está cobrando.
3. No existe comunicación entre mozos y el personal de cocina en torno a la disponibilidad de los platos que figuran en el menú.
4. Sobrecarga de trabajo por parte del cajero, quien tiene la responsabilidad de sumar los valores contenidos en los pedidos, generar las boletas de cobro, recibir dinero y entregar vuelto.
5. Dificultades para cuadrar la caja al final del día. 1. Sobrecarga de trabajo por parte del cajero, quien tiene la responsabilidad de sumar los valores contenidos en los pedidos, generar las boletas de cobro, recibir dinero y entregar vuelto.
6. Dificultades para cuadrar la caja al final del día. (Schmal y Olave, 2014). En nuestro país, no somos ajenos a esta problemática que se viene suscitando a nivel mundial, y que diariamente son tema de información en las primeras páginas de diarios más conocidos en nuestro medio debido por ejemplo Navarrete en su publicación, Mistura recibió "críticas malévolas" e infundadas, según organizadores, dio a conocer que: Bernardo Roca Rey: El máximo responsable de Apega, encargada de organizar cada año Mistura

reconoció que hubo críticas constructivas que tomarán en cuenta, pero precisó que otras fueron infundadas y fuera de contexto, como aquellas que la acusan de estar en decadencia, haber perdido patrocinadores y estar aislada de la alta cocina peruana. Navarrete, (2016). Por otro lado el desconocimiento de procesos, adecuados en administración de restaurantes, han ocasionado gastos imprevistos en sus negocios por el deterioro de: más del 50% del alcantarillado de Lima es afectado por los restaurantes (34,94%) y los mercados (18,77%), ya que en sus descargas residuales se encuentran ácidos, grasas, sulfuros y sustancias orgánicas (comida, vegetales o frutas) (Salina, 2015). Además de gastos imprevistos en el país, también se ve afectado la salud de la población, esto queda demostrado mediante el: nuevo operativo inopinado, realizado por la Unidad de Sanciones e Infracciones (UNIS) de la Municipalidad Provincial del Santa (MPS) se comprobó una vez más las deplorables y antihigiénicas condiciones de salubridad con la que algunos restaurantes y chifas elaboran los alimentos para vender a sus comensales. (Palpa, 2013).

Acercándonos, a la zona agrícola del distrito Chimbote donde se desarrolló nuestra investigación de estudio en las micro y pequeñas empresas que brindan el servicio de comida, bebidas, eventos y presentaciones en general, denominados restaurantes turísticos, se descarta si estas micro y pequeñas empresas aplican las estrategias, técnicas, herramientas y demás conocimientos necesarios para una adecuada gestión de calidad respecto a ello nos planteamos la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015?.

Y para poder dar respuesta a nuestra interrogante, nos trazamos el siguiente objetivo general:

Determinar las características de gestión de calidad que aplican los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015.

Para lograr nuestro objetivo general, planteamos los objetivos específicos siguientes:

1. Determinar las principales características de los representantes legales en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015.
2. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresa del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015.
3. Determinar las principales características de gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015.

El presente estudio se justifica, por la necesidad que se evidencia, de aplicar estándares de calidad en los restaurantes. Este objetivo es posible ya que se le proporciona al lector información actual sobre estrategias, técnicas y procesos de gestión de calidad en las micro y pequeña empresa del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, garantizando una mayor posibilidad de crecimiento y desarrollo en sus empresas, con ello pretendemos que los empresarios busquen aplicar, dentro de sus empresas gestionar con calidad y lograr eficacia y eficiencia en los diferentes procesos que conlleve alcanzar los objetivos propuestos. Además de ello también puede ser empleado como referencia de futuras investigaciones y otros estudios de las MYPES, con respecto a gestión de calidad.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1.- Antecedentes

Ríos, (2015), en su tesis titulada “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”. Que tiene como objetivo: 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, en el presente trabajo de investigación Ríos hace referencia que en el distrito de huanchaco los representantes legales de las MYPES tienen una afirmación compartida en donde manifiestan que la mayoría de encuestados son de sexo masculino con el 65% y que su edad oscila entre los 35 y 44 años de edad reflejados en un 35%, manifestando un 60%, tener grado de instrucción superior universitaria completa. Así mismo un la mitad de estas empresas mantienen una permanencia de 5 a 7 años de actividad con una representación porcentual de 50%, sujetándose un 90%, a la formalidad, puesto que el 45%; fueron constituidas con el propósito de generar ingresos para solventar los gastos familiares; La mayoría considera que el cliente en un 80% se siente satisfecho por el servicio brindado y el 80% manifiestan que si reinvierten utilidades en su empresa. De tal manera que Ríos, termina concluyendo que las empresas en el sector servicios, tienen una permanencia en el rubro de 5 a 7 años, el 90% de las MYPES son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. El 50% de los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco, afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad. Un 80% de los encuestados reinvierten en la empresa.

Campos, (2015), en su tesis titulada Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano La Primavera

Castilla, 2015. Tiene como objetivo: 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. Nos da a conocer sobre como los representantes de las MYPE, expresan su punto de vista respecto a la gestión de calidad, según su apreciación en relación a la conducción de sus negocios y la variable gestión de calidad. Para lo cual indica que: Un 91% de propietarios encuestados manifiesta que no ofrece atractivas promociones a la medida del cliente y que el 66% cuentan con instalaciones cómodas en su establecimiento y la atención brindada no ha sido personalizada en un porcentaje de 76% puesto que esta modalidad es de obstáculo para obtener información de las necesidades y expectativas de los clientes a fin de poder cubrir sus necesidades. Finalmente Campos en su estudio de investigación concluye que: La gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicheras Asentamiento Humano La primavera Castilla, si influye la gestión de calidad en la competitividad, pero no hay interés por los propietarios y/o administradores ya que la gestión de calidad en la actualidad es una estrategia dirigida al éxito competitivo de la empresa, cuyas características, es la falta de conocimiento, la resistencia al cambio al nivel de gerencia lo ha repercutido en no lograr alcanzar los altos niveles de competitividad lo que ha incidido en la disminución de las ventas; Por los que los empresarios del grupo analizado deben de implantar un sistema calidad como estrategia de gestión para ser más competitiva; Así mismo. Las MYPE del rubro estudiado tiene que dar mayor realce a los elementos de gestión de calidad debido a su importancia dentro del sistema, como son los procesos, la documentación, el manual de calidad, debe existir una buena relación entre ellos tiene que haber congruencia entre los elementos para que estos trabajen de la mejor manera dentro del sistema. Respecto a la importancia de la competitividad de las MYPE del rubro restaurantes Cevicheras Asentamiento Humano La Primavera Castilla se concluye que el restaurante cevichero presenta debilidades a la importancia de ajuste en los precios, en las nuevas tendencias de innovación, en las medidas estándar de calidad y en la satisfacción que exige el cliente por lo q es importante que se considere perfeccionar sistemas propios de planeación, organización, dirección, y control dirigidos a lograr altos niveles de satisfacción entre los individuos que en ella concurren.

Campos Nos dice claramente, cómo es que estos empresarios a pesar de que reconocen que en la actualidad la gestión de calidad es netamente direccionada al éxito empresarial. Ellos muestran también un desinterés por adoptar conocimientos sobre gestión de calidad a nivel gerencial para dirigir sus empresas de manera eficaz y eficiente y así alcanzar los niveles de venta anhelados a fin de ofrecer un servicio de calidad en el entorno.

Huallpahuque, (2015), en su tesis titulada 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 tiene como objetivo: 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. Nos menciona que el total de empresarios de los restaurantes de dos tenedores del Distrito de Huaraz, manifiestan tener de 36 - 45 años de edad en un 33,3%, mayormente un porcentaje de 51,5% son de sexo femenino, dando lugar a un 33.3%, con estudios Superiores Universitarios, Huallpahuque, concluye que la mayoría de los empresarios encuestados de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de dos tenedores del Distrito de Huaraz, tienen de 36 - 45 años de edad, son mujeres emprendedoras, con estudio superior universitario. La gestión de calidad, parte esencial de esta investigación es entendida como la aplicación de la mejora continua y la realización de cambios en el proceso, fundamental en aquellas organizaciones que quieren fijar su visión y obtener una posición reconocida y continuada en el tiempo. Es por eso que el objetivo principal de esta tesis fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de dos tenedores en el distrito de Huaraz; en respuesta a este objetivo los resultados nos muestran que el mayor porcentaje de los empresarios no aplican el ciclo de PHVA en la estructura operacional de la organización; sin embargo es notorio que la autora Huallpahuque, en la caracterización de su proyecto de investigación se ha enfocado netamente en el producto, pero el tema de gestión de calidad va más allá de ello, por ejemplo comprende lo que es estructura organizacional, procedimientos, recursos,

procesos y planificación estos son factores que al trabajar de manera coordinada y sin que alguno de estos falle, disminuya de manera notoria los posibles riesgos en la empresa. Donde se encuentra una similitud de 40 a 45 en los representantes de las empresas en estudio, que son mayores.

Luna, (2016), en su tesis titulada Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en el distrito de nuevo Chimbote, 2013. Con el objetivo de: 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. Manifiesta que los representantes de las micro y pequeña empresas encuestadas son de género masculino con un 60,9%, puesto que se observa que en la mayoría las MYPES están dirigidas por este género ya que en estos últimos años aplica la tendencia a que el hombre incursione el mundo gastronómico lo cual no se veía antes y también porque demanda demasiado esfuerzo físico. La edad que los caracterizo fue entre 18 y 30 años de edad con un 52,2%; y el 47,8%, tienen un grado instrucción universitaria, con una permanencia de 3 años en actividad con un 43,5%, desempeñados por un 65,2% que representan de 1 a 5 trabajadores, quienes no cuentan con estándares de calidad ISO en un 100%; sin embargo el 60,9%, aseguran que aplican una gestión de calidad. Es así que Luna, ha concluido que: La mayoría (60,9%) de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, son de género masculino, la mayoría absoluta (52,2%) tienen la edad entre 18 a 30 años, la mayoría relativa (47,8%) tiene el grado de instrucción universitaria y la mayoría relativa (43,5%) cuenta como administrador 3 años en el rubro. La mayoría absoluta (69,6%) de las micros y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote están formalizadas, la mayoría absoluta (65,2%) se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, pero en su mayoría absoluta (65,2%) mantienen a sus trabajadores en condición informal. La totalidad de empresarios del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, pero la mayoría (60,9%) aplican una gestión administrativa lo cual la mayoría absoluta (56,5%) los ha llevado adoptar una técnica de mejora continua, la mayoría

absoluta (78,3%) realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, la mayoría relativa (39,1%) tienen prioridad el precio ante sus proveedores.

Los resultados arrojados por el autor, respecto a la edad se deben a que hablamos de un distrito joven con población joven, sin embargo el trasfondo de la investigación, se basa en la deficiencia encontrada respecto al uso del ISO, sin embargo cabe señalar que estos representantes de las MYPES sí aplican una gestión administrativa que les permite realizar mejoras, entre ellas priorizan el precio de adquisición de sus insumos para poder competir con los demás restaurantes de la zona.

Sánchez, (2014), En su estudio de investigación titulado: “Gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las MYPES rubro restaurantes - provincia de Trujillo año 2013”. Tiene como objetivo: 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, en la cual refiere que un 80%, son de sexo masculino y la mitad oscilan entre los 30 y 40 años de edad representando el 50%; con un 40%, que tienen grado de instrucción de superior completo y vienen ejerciendo el cargo como representantes legales de la empresa por un periodo de 1 año, que representa un 50%, manifiestan también ofrecer a sus clientes productos de calidad. En un 48%. Por lo tanto Sánchez considera que el proceso de selección y la gestión de calidad las MYPES del Rubro restaurantes son dos puntos que aún están muy lejos de estar en estándares óptimos que permitan realizar una correcta gestión de los negocios; Si bien es cierto la mayoría de los Gerentes tienen estudios completos (40% superiores completos y 20% técnicos completos) pero han sido formados en sus respectivas especialidades: Administración, Economía, Marketing. Esto no es una desventaja, al contrario permite brindar una visión mucho más profesional de cómo deberían llevar el negocio pero necesitan mucha más capacitación en temas relacionados con el rubro y con la gestión del personal que es uno de los puntos más débiles y descuidados en el rubro.

En algunos casos al ser propietarios o hijos del propietario hace que se asuma una postura un poco más conservadora al momento de dirigir el negocio ya que se tiene la idea que si hasta el momento funciona bien y tienen clientes pues no es necesario ningún tipo de modificación en la dirección de la empresa. La gestión de calidad de las empresas no se maneja por ningún tipo de estándar marcado o parametrizado en la mayoría de las empresas, solamente apelan a criterios que se manejaron o aprendieron y que en algún momento dieron resultados, pero el negocio evoluciona y no se puede permitir el mantener ideas o costumbre que no vayan a la par de la expansión del negocio. La capacitación ahora mismo es un punto que puede marcar la diferencia cuando un cliente puede escoger un restaurante como opción ya que según este preparado su personal los resultados de rentabilidad serán mucho mejores o peores. Pero debemos partir de una premisa y es que este tema es de exclusiva responsabilidad de la empresa que debe preocuparse porque sus clientes tengan la mejor atención y los mejores productos y esto solamente se logra con personal preparado. No se lleva una correcta gestión de proveedores y de insumos ya que a pesar de que se manifiesta que ellos exigen calidad y precio, hemos tenido la oportunidad de estar presente en muchas entregas de productos y la manipulación de los mismos por parte de los proveedores dista mucho de ser una manipulación de calidad, inclusive muchas veces a vista de los consumidores. También tenemos casos bastante ejemplares donde la higiene y políticas de salud son más que impecables, aquí quien ejerce un orden y exigencia en este tema es el Administrador, Gerente. Una problemática muy marcada en el rubro es la informalidad laboral. Muchos de los gerentes y/o administradores no conocen ningún indicador de rotación y absentismo, este dato es primordial porque va ligado directamente a la calidad de nuestros productos y nuestra atención. Una excesiva rotación es perjudicial para la empresa. Un punto aparte es el proceso de reclutamiento y selección. El punto más importante y que es un reflejo de todo lo tratado anteriormente es la satisfacción de los clientes, aquí hemos concluido en que hay mucho por mejorar, primero la atención que en la mayoría de los casos nos indican que es más que mejorable. Muchos de ellos manifestaron que el trato del personal de atención es despreocupado inclusive manifiestan faltas de respeto. La calidad también tiene que ser tratada porque tenemos casi un 30% de clientes que piensan que se puede mejorar. Tengamos en cuenta un aspecto muy importante y

delicado: 16% de los clientes indican que lo que se debe mejorar es la limpieza. Cuando pedimos opiniones uno de los puntos que resaltaron era tener servicios higiénicos en condiciones que algunos no lo tenían. En líneas generales podemos concluir que el rubro tiene un potencial muy importante que no se está aprovechando ya que muchos están solo confiados de tener un “buen sabor y buen precio” y están seguros que la clientela los respalda pero las encuestas de satisfacción reflejaron que hay un buen porcentaje de cliente descontentos o no satisfechos al 100%.

Torres, (2016), En su tesis titulada: “Caracterización de la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio - rubro cevicheras del P.J. Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, año 2013. Cuyo objetivo es: Describir las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. Y nos manifiesta ser representados por el 65%, de los representantes legales de las empresas en estudio de sexo masculino, con un 44.4%, de edad promedio de 45 a 50 años y señala también que el 44.4%, obtuvieron estudios básicos. Las empresas en mención para el desarrollo de sus actividades cuentan con un porcentaje promedio de 50% que representa de 1 a 10 trabajadores, y en algunos casos son negocios familiares donde el costo de mano de obra es un ahorro. En otros casos se debe a que son negocios pequeños que no necesitan de mucho personal para poder darse abasto en la atención. Así mismo observó también, que el 72.2, tienen más de 5 años de actividad laboral en el negocio, los cuales vienen desarrollando con el desconocimiento de técnicas de gestión empresarial un 61.1%; sin embargo manifiestan un 55.6%, conocer técnicas de mejora continua, eliminando los desperdicios despilfarro o cualquier retraso deberá ser tratado como un defecto de calidad. También afirma que la mejora continua de los procesos de una compañía requiere el máximo compromiso de todo su personal que afirma que la gestión de calidad ayuda a lograr los objetivos. Como conclusión Torres, nos dice que: la mayoría de los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio- rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013 son del género masculino, tienen una edad promedio de 45 a 50 años de edad y en su mayoría tienen estudios básicos como es la secundaria y sus representantes de las MYPES

encuestadas del sector servicio-rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote 2013, tienen de 1 a 10 trabajadores, con un tiempo de actividad empresarial de 5 años a más, desconociendo sobre técnicas de gestión empresarial, en la cual solo se reconoció la técnica de mejora continua para su negocio, presentándose ante sus trabajadores como jefes, por consiguiente los representantes afirman en su mayoría que siguen un plan estratégico para aumentar su rentabilidad, dando a entender la mayoría de representantes que el plato de mayor acogida es el ceviche y que los días de mayor concurrencia son los fines de semana. Respecto a la gestión de calidad de la empresa la mayoría de los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio-rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. Mantienen los estándares de calidad en su empresa, lo cual en su mayoría perciben que aplicar una gestión de calidad en su empresa le proporciona resultados que le ayudan a lograr sus objetivos, obteniendo como resultado clientes satisfechos, los representantes afirmaron en su mayoría que el área que ha desarrollado más su tiempo gerencial es el área de RR.HH. siendo el motor de empuje para su óptimo funcionamiento.

2.2 Bases Teóricas.

Importancia de las Micro y Pequeñas empresas:

Las micro y pequeñas empresas son una fuente de sustento en nuestro país esto es debido a su incremento acelerado en los últimos años es por ello que:

Campos, (2010), en su publicación denominada Ráfaga Económica nos dice: la cantidad de empleo que genera y su aporte al PBI. Por mencionar; en cuanto al número de empresas: en Francia son el 98.8%, en Finlandia el 98.3%, en Suecia el 98.9%. En relación al empleo: en Francia son el 45.5%, en Finlandia el 40.9%, en Suecia el 47.0%, por último, en relación a su aporte al PBI: Francia aporta el 40.8%, Finlandia el 30.7%, Suecia el 38.4%. En América Latina la importancia de las empresas en algunos países son: en Colombia el 95.9%, en Perú el 98% y en Bolivia el 99.5%; en el empleo: en Colombia es el 66.4%, en Perú el 77% y en Bolivia el 80.5%. Pero en materia de política legal y asignación de presupuestos sus criterios y parámetros son diferentes, por ejemplo: Chile asigna unos 511 millones de dólares, Brasil US\$ 450 millones,

EE.UU. US\$ 14,651 millones y nuestro país, 3.7 millones de dólares y si estos datos los traducimos en inversión por Micro y pequeña empresa, podemos señalar que la inversión es de: US\$ 157 en Chile, en Brasil 110, en Ecuador 24 y en nuestro país 5.7 dólares. Si analizamos estas cifras concluiremos la importancia que representan las MYPES en el mundo y los recursos que destina el Gobierno a este sector es demasiado paupérrimo en comparación con otros países. las MYPES representan cerca del 98% de las empresas del país, nutren al empleo en un 77%, y participa con una buena parte de la torta del PBI (42%), es momento de trabajar con ellas y aplicar políticas que permitan fortalecer sus estructuras incrementado sus capacidades y su producción, para poder insertarse óptimamente en otros mercados, además se tiene que perforar las barreras que impiden la larga cola de la formalización reduciendo los papeleos y quitando la excesiva burocracia y que accedan a un financiamiento con un costo de crédito adecuado, hay que brindarles asistencia técnica (capacitarlos en procesos de gestión y producción), etc. sólo así tendremos MYPES más competitivas que contribuyan con el desarrollo del país.

En tal sentido podemos afirmar que las micro y pequeñas empresas, han venido haciendo una notable presencia en nuestro país con un porcentaje considerable del 45%, en el PBI cuyas empresas representan el 97,9% del total de empresas. Esto quiere decir que las MYPES representan la mayor fuerza que impulsa el crecimiento económico en la sociedad. Sin embargo no debemos olvidar que las mencionadas empresas debido a su reducido potencial generan empleos informales de baja calidad.

Dentro del ámbito económico referimos que sí estas empresas crecen demandan más mano de obra generando mayor empleo; Así mismo incrementan sus ventas y por ende los beneficios de dicha empresa. De este modo es como las MYPES cumplen un importante rol social, ya que vienen contribuyendo de manera notoria en el producto bruto interno del país.

Gestión de Calidad en las Micro y Pequeña Empresa.

Según la norma ISO 9001, (2015)

6.2.1 La organización debe establecer objetivos de la calidad para las funciones y niveles pertinentes y los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad.

Los objetivos de la calidad deben:

- a) Ser coherentes con la política de la calidad;
- b) Ser medibles;
- c) Tener en cuenta los requisitos aplicables;
- d) Ser pertinentes para la conformidad de los productos y servicios para el aumento de la satisfacción del cliente.

Definiciones.

- 1. Organización Empresarial:** La organización es la estrategia que consiste en ordenar las funciones y recursos que se consideran necesarios para cumplir nuestro objetivo, ya que establece una estructura para la sistematización racional de los recursos, por medio de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades. A fin de simplificar las funciones empresariales.
- 2. Liderazgo:** Es la función que asume un individuo cuya responsabilidad está basada en la capacidad de tomar decisiones para una organización, equipo o grupo. De tal manera que este individuo ejerza capacidad de influencia para guiar un logro consensuado hacia objetivos trazados.
- 3. Planificación Estratégica:** Es una herramienta cuyo contenido plasma los parámetros y procesos estratégicos en una empresa. Esta se encuentra basada en antecedentes que ayudan a direccionar el proceso de manera coherente esta herramienta se desarrolla en la descripción general de la planificación.

4. **Enfoque al Cliente:** Es una peculiaridad que inicia analizando de manera minuciosa los gustos, preferencias y necesidades, para lo cual se requiere de provisión necesaria y a tiempo de productos o servicios ofertados que vayan de la mano con una atención amable con accesibilidad y facilidad al precio.
5. **Información y Análisis:** Comunica datos a fin de diagnosticar la gestión, de acuerdo al rendimiento de los procesos en la organización.
6. **Enfoque al Recurso Humano:** Se centra en la destreza del recurso humano, evaluándolo para cada puesto según su perfil. Esta cualidad tiene como objetivo prever las necesidades de recurso humano en la organización tanto en la demanda como en la oferta.
7. **Proceso Administrativo:** Es un vaivén consecuente interrelacionado del ejercicio organizacional que comprende en la planeación, organización, dirección y control, aprovechando los recursos de manera eficaz y eficiente. Con el fin de alcanzar los objetivos de la empresa.
8. **Resultados del Negocio:** Evalúa las áreas claves para el negocio; Asimismo Examina el rendimiento de la organización que busca la satisfacción del cliente, desempeño financiero, proveedor, rendimiento de mercado, rendimiento operacional, recursos humanos y su relación con los competidores.
9. **Actividades de los Departamentos de una Empresa:**
 - a) **Departamento Comercial:** Se encarga de realizar todo lo referente con el almacén como compras y ventas.
 - b) **Departamento Financiero:** Se encarga de las actividades relativas al control de flujo de dinero que se produce en la empresa como: presupuestos, tesorería, inversiones, créditos, etc.

c) **Departamento de Personal:** Se encarga de gestionar los asuntos sociales y laborales de la empresa, como: la selección, formación, contratos, relaciones laborales, nóminas y seguros sociales.

d) **Departamento Técnico:** Se encarga de controlar la producción. Siendo su competencia: la Fabricación, estudios y proyectos.

10. Análisis de los cambios estratégicos: Dentro de los procesos administrativos primero se analiza los cambios provocados por las estrategias que pueden ser amplias o parciales. Esto implica transformaciones en la cultura, en la estructura, en las personas y en los procesos organizacionales.

11. Análisis de la estructura organizacional: El análisis de la estructura organizacional no es más que una etapa útil en la implementación estratégica, debido a que obliga a los administradores para que estos tomen en consideración los efectos de la estructura en las tareas que deben ser realizadas.

12. Análisis de la cultura organizacional: El objetivo de este análisis es reconocer si la cultura que posee la organización permite implementar la estrategia diseñada eficazmente. Si resulta que dicha cultura es poco estratégica será necesario un cambio a largo plazo en la cultura de la organización para que se convierta en un factor que favorezca y permita la implementación de la estrategia.

13. Selección de un abordaje de implementación: En esta etapa los gerentes determinan un sistema adecuado para la implementación de la estrategia. Se necesita asignaciones de acciones específicas a los elementos de la organización. Esta actividad consiste en dirigir, además de fijar objetivos y establecer planes, tiene como misión encaminar, ordenar, coordinar y controlar las actividades de la organización para implementar la estrategia eficazmente.

14. Implementación y evaluación estratégica: La implantación de la estrategia consiste en convertir los planes en acciones específicas con el fin de alcanzar los objetivos previstos y evaluar los resultados obtenidos.

15. Planificación Estratégica: Consiste en elaborar, desarrollar y poner en marcha diversos planes operativos propuestos por parte de la organización, con el fin de alcanzar objetivos y metas planteadas(a corto o largo plazo).

16. Enfoque al Cliente: Está basado en un análisis profundo y permanente de las necesidades y preferencias del cliente, esto requiere del stock oportuno de los mejores productos que satisfaga la demanda. En un centro de atención que aplique la amabilidad, orden y brinde opciones de pago.

17. Enfoque al Recurso Humano: Está enfocado al desarrollo potencial de la mano de obra del personal direccionándolo a los lineamientos de los objetivos de la empresa.

18. . Proceso Administrativo: Es el sistema continuo e interrelación de las actividades de planeación organización y control inter áreas, para alcanzar los objetivos planteados en la empresa. Toda vez que hacen uso eficaz y eficiente de los recursos con que cuenta la organización.

19. Resultados del negocio: Se enfoca en el objetivo final o la mejora de sus áreas claves de negocio, satisfacción del cliente, desempeño financiero y rendimiento de mercado, recursos humanos, proveedor y rendimiento operacional. La categoría también examina como la organización funciona en relación con sus competidores.

20. Herramientas Administrativas.- Benchmarking.- consiste en adquirir “comparadores” de otras organizaciones, cuyas prácticas sean mejores para luego aplicar un valor agregado al resultado final.

FODA

Consiste en plasmar, de manera resumida en un gráfico o una tabla, la evaluación de los puntos fuertes y débiles de la empresa con las amenazas y oportunidades internas y externas, en coherencia con la lógica de la estrategia. Logrando un adecuado ajuste entre su capacidad interna y su posición competitiva externa, cuyas variables son de la siguiente manera:

Fortaleza.- Son factores internos de valor, es decir las cualidades de la empresa que difieren de manera positiva frente a la competencia con el fin de explotar oportunidades.

Oportunidades.- Son factores externos positivos, es decir la tendencia en el entorno externo que al procesarlo adecuadamente fomentan el desarrollo en la empresa minimizando sus amenazas.

Debilidades.- Se definen como factores internos negativos o barreras que obstaculizan los procesos para el desarrollo y crecimiento de la empresa ocasionando un escenario negativo a largo tiempo.

Amenazas.- Se definen como factores externos negativos o factores externos que se considera como obstáculos para el desarrollo y el crecimiento en la empresa.

Sí el empresario se interesa por conocer el presente estudio, tendrá la oportunidad de analizar los factores internos y externos relacionados a su empresa.

El resultado del estudio sobre las 4 categorías que integran el análisis DAFO, le dará a conocer al gerente elementos muy importantes para construir una estrategia a futuro de su empresa a la vez que le permitirá, conocer cómo desarrollar acciones concretas enfocadas a mejorar la competitividad y relevancia en los nichos u objetivos de mercado a los cuales se dirigen; logrando un posicionamiento en el mercado empresarial.

2.3 Marco conceptual.

2.4 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.

Según Ley N°28015 (2013) La presente ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones y su contribución a la recaudación tributaria.

Definición de las Micro y Pequeñas Empresas.

Según la ley N° 28015 (2013). 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.

Así mismo la Ley N°30056 (2013), refiere que: 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).

Según Ley 28015 (2013) Las entidades públicas y privadas uniformizan sus criterios de medición a fin de conseguir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

Marco Institucional para Políticas de Promoción y Formalización.

Políticas de Estado:

Según Ley 28015 (2013) El Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacional,

Regionales y Locales; y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPE, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenible.

Lineamientos Estratégicos:

Según Ley 28015 (2013). El estado establece para la promoción de las MYPE los siguientes lineamientos estratégicos:

- a. Promueve y desarrolla programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de las MYPE, en el corto y largo plazo y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados.
- b. Promueve y facilita la consolidación de la actividad y tejido empresarial, a través de la articulación inter e intersectorial, regional y de las relaciones entre unidades productivas de distintos tamaños, fomentando al mismo tiempo la asociatividad de las MYPES y la integración en cadenas productivas y distributivas y líneas de actividad con ventajas distintivas para la generación de empleo y desarrollo socio económico.
- c. Fomenta el espíritu emprendedor y creativo de la población y promueve la iniciativa e inversión privada, interviniendo en aquellas actividades en las que resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a las MYPE.
- d. Busca la eficiencia de la intervención pública, a través de la especialización por actividad económica y de la coordinación y concertación interinstitucional.
- e. Difunde la información y datos estadísticos con que cuenta el Estado y que gestionada de manera pública o privada representa un elemento de promoción, competitividad y conocimiento de la realidad de las MYPE.
- f. Prioriza el uso de los recursos destinados para la promoción, financiamiento y formalización de las MYPE organizadas en consorcios, conglomerados o asociaciones.

- g. Propicia el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen o laboran en las MYPE, a las oportunidades que ofrecen los programas de servicios de promoción, formalización y desarrollo.
- h. Promueve la participación de los actores locales representativos de la correspondiente actividad productiva de las MYPE, en la implementación de políticas e instrumentos, buscando la convergencia de instrumentos y acciones en los espacios regionales y locales o en las cadenas productivas y distributivas.
- i. Promueve la asociatividad y agremiación empresarial, como estrategia de fortalecimiento de las MYPE.
- j. Prioriza y garantiza el acceso de las MYPE a mecanismos eficientes de protección de los derechos de propiedad intelectual.
- k. Promueve el aporte de la cooperación técnica de los organismos internacionales, orientada al desarrollo y crecimiento de las MYPE.
- l. Promueve la presentación de servicios empresariales por parte de las universidades a través de incentivos en las diferentes etapas de los proyectos de inversión, estudios de factibilidad y mecanismos de facilitación para su puesta en marcha.

Medidas para el desarrollo productivo y empresarial.

Según Ley N° 30056 (2013). Establece el siguiente proceso de calidad:

Artículo 12. Sistema de procesos de calidad para la micro, pequeña y mediana empresas.

El estado promueve el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de programas para la adopción de sistemas de calidad, implementación y certificación en normas asociadas a la gestión de calidad de un producto o servicio, para el cumplimiento de estándares nacionales e internacionales.

Artículo 13. Fondos para emprendimientos dinámicos y de alto impacto:

13.1 El estado promueve mecanismos de apoyo a los emprendedores innovadores en el desarrollo de sus proyectos empresariales, mediante el cofinanciamiento de actividades para la creación, desarrollo y consolidación de emprendimientos dinámicos y de alto impacto, los cuales deben tener un enfoque que los oriente hacia el desarrollo nacional, la internacionalización y la permanente innovación.

13.2 Para ello, el Ministerio de la Producción puede crear programas que fomenten el cumplimiento de dicho objetivo, quedando el mencionado

Ministerio autorizado para efectos de entregar el cofinanciamiento al que se refiere el presente artículo u otorgado subvenciones a personas naturales y jurídicas privadas dentro de dicho marco.

13.3 Los programas creados se financian con cargo al presupuesto institucional del Ministerio de la Producción, en el marco de las leyes anuales de presupuesto y conforme a la normatividad vigente, pudiendo asimismo ser financiados con recursos provenientes de la cooperación técnica, conforme a la normatividad vigente. Los gastos referidos al cofinanciamiento de actividades para la creación, desarrollo y consolidación de emprendimientos dinámicos y de alto impacto que se refiere el presente artículo y que se efectúen en el marco de los programas que se creen con dicho fin, se aprueban mediante resolución ministerial del ministerio de la producción, que se publican en el diario oficial el peruano.

III. HIPÓTESIS

En el presente estudio de investigación, sobre caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015. No se plantea hipótesis, dado que la investigación es de tipo descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación.

Para la elaboración del presente estudio de investigación se ha considerado el siguiente diseño; no experimental-Transaccional - descriptivo.

Por lo que podemos afirmar que es no experimental, debido a que la variable Gestión de Calidad se estudia, tal como se presenta en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015.

El presente estudio es transaccional-debido a que tiene un determinado tiempo de ejecución. Que está comprendido en un año, es decir el año 2015.

Por último la investigación es de carácter descriptiva, porque en su desarrollo se describió las características, más relevantes de la variable gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015.

4.2 Población y muestra.

La población está constituida por 12 MYPES del sector servicio rubro restaurantes, zona agrícola del distrito de Chimbote. Considerando que el número de la población es 12, se ha trabajado con el total de la población, las cuales proporcionaron información para la investigación y se obtuvieron mediante sondeo en la zona de influencia del estudio.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

	CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADORES	MEDICIÓN
GESTIÓN DE CALIDAD	Es una estructura organizacional que consta de planificación, organización y control del desarrollo del sistema y demás actividades, relacionadas con la calidad que se basan en procesos, responsables de quienes participan en ella.	Enfoque bajo la estrategia que se administra la empresa	Enfoque al cliente, enfoque al personal y administración por procesos	Nominal
		Visión, políticas y objetivos de la empresa	Si No	Nominal
		Medida del desempeño de la organización	Mediante recursos financieros	Nominal
		Cambios en la empresa durante su permanencia	Si No	Nominal
		Motivos de los cambios implantados	Por la competencia por las necesidades del cliente por la baja de ventas	Nominal
		El cliente tiene la razón.	Si No	Nominal
		Satisfacción al cliente	Mediante encuestas analizando sus ventas	Nominal
		Promociones enfocadas al cliente.	Si No	Nominal
		Buen clima laboral en la empresa.	Si No	Nominal
		Compromiso de los colaboradores frente a los cambios	Si No	Nominal
Reflejo de política de motivación en los clientes.	Si No	Nominal		

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para poder realizar la recolección de datos fue por medio de una encuesta y como herramienta se utilizó, un cuestionario estructurado con 18 preguntas.

4.5 Plan de Análisis.

Para el análisis de los datos recolectados de nuestro estudio de investigación se hizo uso del análisis descriptivo. Empleando el programa Word; para la tabulación de los datos se utilizó el programa Excel.

En el presente estudio se buscó conocer que conocimientos administrativos poseen los representantes de las de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015, se hizo uso del estudio cuantitativo de nivel no experimental- transaccional- descriptivo para ello; con los datos obtenidos se creó una base de datos temporal en el programa Word, y se procedió a hacer uso del programa Excel, para la tabulación de los mismos. Para realizar luego el análisis de distribución de dichas frecuencias con sus respectivas figuras.

4.5 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLE	METODOLOGÍA		
			Método	Método	Técnica Instrumento
¿Cuáles son las características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campestres zona agrícola del distrito de Chimbote, 20145?	<p>Objetivo General: Determinar las características de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes legales en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015.</p>	Gestión de calidad	Para el presente estudio se consideró una población, cuyo tamaño de muestra es de 12 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015	<p>Es de tipo no experimental, conforme a la realidad, sin modificaciones de la información adquirida.</p> <p>Es de tipo transversal, ya que se realizó en un determinado espacio de tiempo con un inicio y un final.</p>	Se usó como técnica la encuesta, que se aplicó a los representantes de la MYPES en estudio. El instrumento que se utilizó es el cuestionario estructurado que se aplicó a los representantes de la MYPES en estudio.

4.7 Principios éticos.

El presente trabajo de investigación tiene los siguientes los siguientes principios éticos:

El principio de autonomía, principio de beneficencia/ no maleficencia, principio del respeto al derecho de autor.

El principio de autonomía, toda vez que demuestra respeto por los derechos de las personas, involucradas en el desarrollo de esta investigación guardando reserva de la identidad por la información confidencial brindada.

Principio de beneficencia/ No maleficencia, tratando en todos los sentidos poder beneficiar a las personas que participan o accedan al presente estudio de investigación, con el compromiso de no causar perjuicio alguno.

Principio del respeto al derecho de autor, tomando en cuenta el derecho de autor de los textos extraídos, en el desarrollo del estudio realizado, ya que para ello se ha citado y referenciado debidamente.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes campestres del distrito de Chimbote, 2015.

Generalidades	Número de micro y Pequeñas empresas	Porcentaje
1. Edad (años)		
De 30 a 40 años.	2	16.7
De 40 a 50 años.	6	50.0
Más de 50 años.	4	33.3
Total	12	100.0
2. Genero		
Femenino	4	33.3
Masculino	8	66.7
Total	12	100.0
3. Grado de instrucción		
Primaria	1	8.0
Secundaria	3	25.0
Superior técnica	1	8.0
Superior Universitaria	7	59.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas de servicio-rubro restaurantes campestres de nuevo Chimbote, 2015.

Tabla 2: Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes campestres del distrito de Chimbote, 2015

Generalidades	Número de micro y Pequeñas empresas	Porcentaje
4. Tiempo de permanencia.		
De 0 a 3 años.	3	25.0
De 4 a 6 años.	2	16.7
Más de 6 años.	7	58.3
Total	12	100.0
5. Numero de colaboradores		
De 1 a 5	4	33.0
De 6 a 10	2	17.0
Más de 10	6	50.0
Total	12	100.0
6 Situación legal de la empresa.		
Formal	12	100.0
Informal	0	0.0
Total	12	100.0
7. Motivo de su constitución		
Generar ganancias	12	100.0
Subsistir	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas de servicios - rubro restaurantes campestres de Chimbote, 2015.

Tabla 3: Características de la gestión de la calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes campestres del distrito de Chimbote, 2015

Generalidades	Número de Micro y Pequeñas empresas	Porcentaje
8 Enfoque administrativo.		
Enfoque al cliente	9	75.0
Enfoque al personal	1	8.0
Administración por procesos	2	17.0
Enfoque de sistemas	0	0.0
Otros	0	0.0
Total	12	100.0
9. Visión, políticas y objetivos establecidos.		
Si	7	58.3
No	5	41.7
		Total
12	100.0	
10. Medida de desempeño.		
Mediante recursos financiero	0	0.0
Benchmarking	4	33.3
Satisfacción del cliente	8	66.7
Total	12	100.0
11. Cambios realizados en la empresa		
Si	12	100.0
No	0	0.0
Total	12	100.0
12. Motivo de implementación.		
Porque apareció mayor competencia en el mercado	4	33.3
Porque sus clientes tenían Otras necesidades	3	25.0
Porque sus ventas estaban bajando	5	41.7
Total	12	100.0

Continúa...

Tabla 3: Características de la gestión de la calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes campestres del distrito de Chimbote, 2015.

Conclusión.

13. Aprobación de la opinión del cliente

Si	5	41.7
No	7	58.3
Total	12	100.0

14. Evaluación de la satisfacción del cliente

Mediante encuestas	3	25.0
Analizando sus ventas	9	75.0
Otros	0	0.0
Total	12	100.0

15. Promociones para el cliente.

Si	3	25.0
No	9	75.0
Total	12	100.0

16. Buen clima laboral.

Si	12	100.0
No	0	0.0
Total	12	100.0

17. Compromiso de los colaboradores ante el cambio.

Si	5	41.7
No	7	58.3
Total	12	100.0

18. Aceptación de las políticas de motivación.

Si	8	66.7
No	4	33.3
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas de servicios - rubro restaurantes campestres de Chimbote, 2015.

5.2. Análisis de Resultados

Respecto a las principales características del representante:

- El 100% de los empresarios encuestados, son personas mayores de 30 años de edad. (ver figura N° 1), estos resultados guardan una estrecha relación con los resultados encontrados por **Huallpahuque G,(2015)**,En donde los empresarios se encuentran entre los 36 años de edad a más, estas similitudes permite a los empresarios dirigir los destinos de su empresa de un punto de vista responsable debido a su madurez.
- El 66.7% de los empresarios son de género masculino, (ver figura N° 2), los mismos que tienen cierta similitud con los resultados encuestados por **Ríos M. (2015)**, **Sánchez J. (2014)** y **Luna K, (2015)**, con un 65%, 80% y 60.9 % respectivamente; sin embargo no podemos decir lo mismo acerca de los resultado de **Huallpahuque G, (2015)**, en donde el 51.5 % son mujeres. Debido que cuentan con estudios superior universitario que les impulsa a ser emprendedoras visionarias, con miras a obtener un posicionamiento en el rubro a través del tiempo.
- Un 66.6 % de los empresarios, cuentan con estudios superior (ver figura N°3), nuestros resultados se asemejan a los de **Sánchez J. (2014)**, y **Ríos M., (2015)**, con un 60.0 % para ambos; Sin embargo contrasta con **Hernández S, (2015)**, con un 53.33%, cuyos encuestados cuentan con secundaria completa que les permite su permanencia en el negocio gastronómico.

Respecto a las principales características de la empresa.

- Un 58.3 % de los empresarios han permanecido de 6 a más años en el mercado, (ver figura N°4). Estos resultados coinciden con los de **Ríos M. (2015)**, cuyos empresarios encuestados tienen una permanencia de 5 a 7 años en el mercado, esto significa que a pesar del desconocimiento administrativo están permaneciendo un considerable tiempo en el mercado.
- El 50% de los empresarios cuentan con 10 a más colaboradores en su empresa, (ver figura N°5), estos resultados son opuestos a los hallados por **Torres J. (2016)**, y

Luna K. (2016), con un 50% de 1 a 10 y de 1 a 5 trabajadores respectivamente. También cabe considerar la irregularidad de personal por fechas festivas y feriados.

- El 100% de los empresarios encuestados, ejercen una situación legal formal de su empresa, (**ver figura N°6**); sin embargo existe una ligera similitud con los resultados arrojados por, **Luna K. (2016)**, de un 69,6 %, de empresarios que decidieron ejercer sus labores dentro de la formalización.
- El 100% de los empresarios encuestados, han constituido su empresa con el fin de generar ganancias, (**ver figura N° 7**), estos resultados adoptan una contraposición a los de **Ríos M. (2015)**, Con un 45%, para generar ingresos para gastos familiares.

Respecto a las principales características de la de la gestión de la calidad en la empresa.

- Un 75% de los empresarios encuestados, administran su empresa bajo el enfoque al cliente, un 17.0 % bajo el enfoque de administración por procesos y un 8.0 % bajo el enfoque al personal, (**ver figura N° 8**), es decir la mayoría de los empresarios han venidos sosteniéndose en el tiempo por tomar en cuenta las necesidades cambiantes de los clientes.
- Un 58% de los empresarios encuestados establecen visión, políticas y objetivos en su empresa, (**ver figura N° 9**), por lo tanto tienen una similitud con los resultados hallados por **Luna K. (2016)**, con un 60,9%), que aplican una gestión administrativa; sin embargo estos resultados, contrastan con los resultados encontrados por **Campos C. (2015)**, que indica, con un 67%.que no plantean estrategias para alcanzar sus objetivos propuestos.
- Un 63.7% de los empresarios encuestados miden el desempeño en su empresa mediante la satisfacción al cliente, y tienen una ligera similitud a los hallados por (**ver figura N° 10**), es decir la mayoría de los empresarios miden el desempeño en su empresa mediante la satisfacción al cliente.

- El 100% de los empresarios encuestados realizan cambios notables en su empresa, (**ver figura N° 11**), es decir la mayoría de los empresarios si ha realizado cambios notables en su empresa.
- Un 41.7% de los empresarios encuestados implementaron cambios en su empresa a raíz de la disminución de sus ventas, un 33.3 % debido al incremento de la competencia en el medio y por último el 25.0 % manifiestan que realizaron estos cambios a fin de atender nuevas necesidades de sus clientes, (**ver figura N° 12**), es decir la mayoría de los empresarios realizaron cambios en su empresa debido a la baja de sus ventas.
- Un 58.3% de los empresarios encuestados dicen que el cliente no siempre tiene la razón, (**ver figura N° 13**), estos resultados contrastan a los encontrados por de **Ríos M. (2015)**, con un 50%. Que mantienen que los determinante para una gestión de calidad es el servicio al cliente.
- Un 75.0% de los empresarios encuestados, miden la satisfacción del cliente analizando sus ventas, un 25.0% mide la satisfacción del cliente mediante encuestas, (**ver figura N° 14**), es decir la mayoría de los empresarios miden la satisfacción del cliente analizando sus ventas.
- Un 75.0% de los empresarios no realizan promociones y un 25.0 % manifiestan que para mejorar su relación con los clientes realizan promociones, (**ver figura N° 15**), lo mismo sostiene en su investigación **Campos C (2015)**, con el 91% quienes respondieron que no proporcionan a sus clientes promociones de consumo en el servicio gastronómico.
- El total de empresarios encuestados mantienen un buen clima laboral, (**ver figura N° 16**), es decir la mayoría de los empresarios manifiestan conservar un buen clima laboral entre los colaboradores y clientes en la empresa.
- Un 58.3 % de los empresarios encuestados manifiestan que sus trabajadores no muestran compromiso por los objetivos de la empresa, mientras que el 41.7 % manifiestan que si cuentan con el apoyo de sus colaboradores en los objetivos de la

empresa, (**ver figura N° 17**), es decir la mayoría de los empresarios no cuentan con el apoyo de sus colaboradores en los objetivos trazados en la empresa.

- Un 66.7% de los empresarios encuestados que una política de motivación si se reflejaría en la satisfacción de los clientes, mientras que el 33% considera que una política de motivación no se reflejaría en la satisfacción de los clientes (**ver figura N°18**), es decir la mayoría de los empresarios está de acuerdo con la implementación de políticas de motivación hacia los clientes a fin de brindarles comodidad.

VI .CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

6.1.Conclusiones.

El 83.3%, de los representantes son mayores de 40 años, de género masculino (66.7%) y tienen estudios universitarios (59.0%).

El 58.3% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 6 años en el mercado, cuentan con más de 10 colaboradores(50%),están formalizadas(100%), y se han constituido con el objetivo de obtener ganancias.

El 75.0%, de los representantes aseguran administrar su empresa bajo el enfoque al cliente, indican haber establecido visión, políticas y objetivos en su empresa (58.3%), mientras el 100% han realizado cambios notables en la empresa durante el tiempo de permanencia, el 58.3%, consideran que el cliente no tiene la razón, el 75.0%, miden la satisfacción del cliente analizando sus ventas, el 100%, aseguran mantener un buen clima laboral y un 58.3%, aseguran que sus colaboradores no se muestran comprometidos cuando hay cambios en su trabajo.

6.2. Recomendaciones

Aplicar, una gestión de procesos estandarizados sobre los servicios que se ofrecen, logrando un mejor control de ellos, con el fin de implantar la mejora continua dentro de la empresa.

Adoptar un equilibrio entre la rentabilidad y reducir el impacto medioambiental. Toda vez que estas prácticas conllevan un ahorro de costes y el uso eficiente de los escasos recursos. También es necesario tomar en cuenta, la satisfacción del cliente con la integración en el medioambiente y la sostenibilidad.

Realizar periódicamente, visitar el establecimiento de manera incógnita, asumiendo el rol de cliente, con el fin de evaluar la calidad de atención, proceso de venta y el grado de conocimiento de los trabajadores, sobre el servicio que ofrece la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araujo E., (2012). *Restaurantes y chifas insalubres al descubierto en Chimbote*. Correo. Recuperado de: <http://diariocorreo.pe/ciudad/restaurantes-y-chifas-insalubres-al-descubier-236730>
- Campos C., (2015), *Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicheras del asentamiento humano La Primavera Castilla, 2015*, (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura-Perú.2015.Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039354>
- Campos S., (2010), *Ráfaga Económica*, Recuperado de: <http://rafagaeconomica.blogspot.pe/2010/05/las-mypes-micro-y-pequenas-empresas.html>
- Flotats A., (2011). *Los Restaurantes Tiran 63.000 Toneladas de Comida*. Recuperado de: <http://www.publico.es/espana/restaurantes-tiran-63-000-toneladas.html>
- Hoyer O., (2014).*Hablemos de la Calidad de Servicios en los Restaurantes de Venezuela*. Recuperado de: <https://omarjhoyer.wordpress.com/2014/01/09/hablemos-de-la-calidad-de-servicio-en-los-restaurantes-de-venezuela/>
- Huallpahuque G., (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 pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huaraz, Perú.2015. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039567>
- ISO 9001.Norma Internacional, *Sistema de Gestión de la Calidad-Requisitos*, Ginebra, Suiza, pg.5, Quinta Edición, Suiza 15 de setiembre del 2015.

- Ley N° 28015 (2013), *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Disposiciones generales, Artículo 1, Objeto de la ley.
- Ley N° 28015 (2013), *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Disposiciones generales, Artículo 2, definición de las micro y pequeña empresa.
- Ley N° 30056 (2013). *Medidas para el desarrollo productivo y empresarial*. Capítulo I, *Apoyo a la Gestión y al desarrollo empresarial*. Artículo 5, características de las, micro, pequeñas y medianas empresas.
- Ley N° 28015 (2013), *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Disposiciones generales, Artículo 3, Características de las MYPES.
- Ley N° 28015 (2013), *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. De Los Lineamientos, Artículo 4, Política Estatal.
- Ley N° 28015 (2013), *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. De los Lineamientos, Artículo 5, Lineamientos.
- Ley N° 30056 (2013). *Medidas para el desarrollo productivo y empresarial*. Capítulo I, *Apoyo a la Gestión y al desarrollo empresarial*. Artículo 12, *Sistemas de procesos de calidad para las micro, pequeñas y medianas empresas* y artículo 13, *Fondos para emprendimientos dinámicos y de alto impacto*.
- Luna K., (2013), *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 pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.2013. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039880>
- Navarrete Y., (2016). *Mistura recibió "críticas malévolas" e Infundadas, según organizadores*. Terra. Recuperado de: <https://www.terra.com.pe/entretenimiento/cultura/feria-mistura-recibio-criticas-malevolas-e-infundadas-dicen-organizadores, c1b48a70dd4b7e75154072f885b98f1e01c14gue.html>

- Palpa M., (2013), *Venta de comida ambulatória no reúne condiciones mínimas de higiene*, Chimbote en línea, Recuperado de:
<http://www.chimbotenlinea.com/locales/08/04/2013/venta-de-comida-ambulatoria-no-reune-condiciones-minimas-de-higiene>
- 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 de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo, Perú.2015.Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037587>
- Salinas E., (27 nov 2015) *Residuos de restaurantes y mercados obstruyen el 50% de desagües de Lima*. La Republica. Recuperado de:
<http://larepublica.pe/impres/sociedad/721571-residuos-de-restaurantes-y-mercados-obstruyen-el-50-de-desagues-de-lima>
- Sánchez J., (2014), *Gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las MYPES rubro restaurantes - provincia de Trujillo año 2013.*, (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo, Perú.2014. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035621>
- Torres J., (2016), *“Caracterización de la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio - rubro cevicheras del P.J. Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, año 2013”*. (Tesis pregrado).Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú.2016. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041240>
- Schmal R., Olave T., (2014), *Optimización del Proceso de Atención al Cliente en un Restaurante durante Períodos de Alta Demanda*. Recuperado de:
http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642014000400005

- Zottele E., (2013). China, *inversiones extranjeras en servicios: el Mercado gastronómico*. Recuperado de:
<http://www.uv.mx/chinaveracruz/files/2013/02/China.pdf>.

ANEXOS

Anexo 1

Cronograma de actividades

FECHA ACTIVIDAD	20 15		20 16		2017																
	1	2	1	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Elaboración del Proyecto		X																			
Trabajo de campo			X																		
Pre informe de tesis				X																	
Presentación preliminar del informe					X																
Revisión de la literatura							X														
Revisión de la metodología									X												
Revisión de los resultados										X											
Revisión del análisis de los resultados											X										
Revisión de conclusión y recomendaciones												X									
Revisión de referencias bibliográficas													X								
Revisión de anexos														X							
Presentación del informe final																X					
Presentación del artículo científico																X					
Ponencia																X					
Aprobación del informe final																					X

Anexo 2

Presupuesto

CANTIDAD	DENOMINACIÓN	COSTO APROBADO
140	Copias	14. 00
3	Folder manila	1.50
120 horas	internet	120.00
Total		135.50

Financiamiento

Este estudio de investigación fue autofinanciado con recursos propios de la estudiante.

Anexo 3

Cuadro de sondeo de las empresas encuestadas

N°	NOMBRE DEL REPRESENTANTE® O CONDUCTOR©	DIRECCIÓN DEL RESTAURANTE	NOMBRE DEL RESTAURANTE
01	VICTOR VILLA CRUZ®	AV. BUENOS AIRE S/N KM. 3 1/2	LA CABAÑITA
02	MIGUEL ARROYO PUMARICA©	AV. BUENOS AIRE S/N KM. 3 1/2	DOÑA ESPERANZA
03	WILSON RODRIGUEZ	AV. BUENOS AIRE S/N KM. 3 1/2	LA COCHERA
04	VICTOR ALVARADO TOLEDO	AV. BUENOS AIRE S/N KM. 3 1/2	LAS TORRES
05	JUANA GUZMAN VIDAL®	AV. BUENOS AIRE S/N KM. 3 1/2	ROSITA
06	HILARIO ROMAN®	AV. BUENOS AIRE S/N KM. 3 1/2	LOS BUENOS MOMENTOS
07	FLAVIA TEREZA OLASCUAGA LUNA ©	AV. BUENOS AIRE S/N KM. 4 1/2	RANCHO GRANDE
08	HERTA ROLDAN LÓPEZ	AV. BUENOS AIRE S/N KM. 4 1/2	LOS PATOS
09	LILIANA YSELA ALBA MORALES	AV. BUENOS AIRE S/N KM. 5	CHELITAS
10	JUAN CARLOS PEREZ©	AV. BUENOS AIRE S/N KM. 3 1/2	FONTANA
11	FLAVIA TEREZA OLASCUAGA LUNA ©	AV. BUENOS AIRE S/N KM. 3 1/2	D' FLAVIA
12	BENJAMIN PAREDES	AV. MIGUEL GRAU S/N. CAMBIO PUENTE	LA LAGUNA AZUL

Anexo 4

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN-
COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN-
ADMINISTRACIÓN

**Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes
legales de las Micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeña empresas la misma que será para desarrollar el trabajo de investigación denominado “CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS RUBRO- RESTAURANTES CAMPESTRES, ZONA AGRÍCOLA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2015”.

La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación por lo que se le agradece su colaboración.

Responsable: Angulo Corzo Yessica

Cd: 0111131178

DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL:

1. ¿Cuál es su edad?
 - a). 30 –40 años ()
 - b). 41 – 50 años ()
 - c). 51 a más años. ()

2. ¿Cuál es su género?
 - b). Masculino ()
 - c). Femenino ()

3. ¿Qué grado de instrucción tiene?
 - a). educación primaria. ()
 - b). Educación secundaria. ()
 - c). superior no universitaria. ()
 - d). superior universitaria. ()

PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LAS MICRO Y

PEQUEÑAS EMPRESAS:

4. ¿Qué tiempo permanece en el mercado?
 - a). 0 - 3 ()
 - b). 4 – 6 ()
 - c). Más de 6 ()

5. ¿Cuántos colaboradores tiene la empresa
 - a). 1 – 5 colaboradores. ()
 - b). 6 -10 colaboradores. ()
 - c). 10 a más colaboradores. ()

6. ¿Cuál es la situación legal de la empresa?:
 - a). formal ()
 - b). informal ()

7. ¿Con qué objetivo se constituyó la empresa?
 - a). generar ganancia. ()
 - b). subsistencia. ()

DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS:

8. ¿Bajo qué enfoque se encuentra administrando su empresa?
 - a). Enfoque al cliente ()
 - b). Enfoque al personal ()
 - c). Administración por procesos ()
 - d). Enfoque de sistemas ()
 - e). Otros ()

9. ¿En su empresa ha establecido visión políticas y objetivos?

a). SI ()

b). NO ()

10. ¿Cómo mide el desempeño de la organización?

a). Mediante recursos financieros ()

b). Benchmarking ()

c). Satisfacción del cliente ()

11. Durante el tiempo que viene permaneciendo en el mercado, ¿Ha realizado cambios notables en su empresa?

a). SI ()

b). NO ()

12. ¿Por qué decidió implementarlo?

Porque apareció mayor competencia en el mercado

Porque sus ventas estaban bajando ()

Porque sus clientes tenían ()

Otras necesidades ()

13. Para usted ¿El cliente siempre tiene la razón?

a). SI ()

b). NO ()

14. ¿Cómo mide la satisfacción del cliente?

a). Mediante encuestas ()

b). Analizando sus venta ()

Otros ()

15. ¿Realiza promociones para mejorar su relación con sus clientes?

a). SI ()

b). NO ()

16. ¿Mantiene un buen clima laboral en su empresa?

a). Si ()

b). No ()

17. ¿Sus colaboradores se muestran comprometidos a los cambios?

a). Si ()

b). No () No ()

18. ¿Considera que una política de motivación se reflejaría en la satisfacción de los clientes

a). SI ()

b). NO ()

Anexo 5

Hoja de tabulación

PREGUNTA	RESPUESTA	CONTEO	FRECUENCIA ABSOLUTA
a) Respecto a los representantes			
1. Edad	30 a 40 años	II	2
	40 a 50 años	IIIIII	6
	50 años a mas	III	4
Total			12
2. Genero	Femenino	III	4
	Masculino	IIIIIIII	8
Total			12
3. Grado de instrucción	Nivel primaria	I	1
	Nivel secundaria	III	3
	Superior técnica	I	1
	Superior universitaria	IIIIII	7
b) Respecto a la micro y pequeñas empresas			
Total			12
4. tiempo de permanencia en el mercado	De 0 -3 años	III	3
	De 4- 6 años	II	2
	Más de 6 años	IIIIII	7
Total			12
5. N° de colaboradores	De 1 -5	III	4
	De 6 - 10	II	2
	Más de 10	IIIIII	6
Total			12
6. Situación legal de la empresa.	formal	IIIIIIIIII	12
	informal	-	0
Total			12

7. Objetivo por el cual se constituyó la empresa	Generar ganancias	IIIIIIIIII	12
	Subsistir	-	0
Total			12
c) Respecto a la gestión de calidad			
8. Enfoque para la administración de la empresa	Enfoque al cliente	IIIIIIII	9
	Enfoque personal	I	1
	Administración por procesos	II	2
	Enfoque de sistemas	-	0
	otros	-	0
Total			12
9. visión, políticas y objetivos establecidos	si	IIIIII	7
	no	IIII	5
Total			12
10. ¿Cómo mide el desempeño de la Organización?	Mediante recursos financieros	-	0
	Benchmarking	IIII	4
	Satisfacción del cliente	IIIIIIII	8
Total			12
11. Durante el tiempo que viene permaneciendo en el mercado, ¿Ha Realizado cambios?	Si	IIIIIIIIII	12
	No	-	0
Total			12
12. ¿Por qué decidió implementarlo?	Porque apareció mayor competencia en el mercado	III	4
	Porque sus clientes tenían otras necesidades	III	3
	Porque sus ventas estaban bajando	IIII	5
Total			12
13. Para usted, ¿El cliente tiene la razón? Si No.	Si	IIII	5
	NO	IIIIII	7

14. ¿Cómo mide la satisfacción del cliente?	Mediante encuestas	III	3
	Analizando sus ventas	IIIIIIII	9
	Otros	-	0
Total			12
15. ¿Realiza promociones para mejorar su relación con sus clientes?	Si	III	3
	No	IIIIIIII	9
Total			12
16. ¿Mantiene un buen clima laboral en su empresa?	Si	IIIIIIIIII	12
	No	-	0
Total			12
17. ¿Sus colaboradores se muestran comprometidos aun cuando hay Cambios?	Si	IIII	5
	No	IIIIII	7
Total			12
18. ¿Considera que una política de motivación se reflejaría en la Satisfacción de los clientes?	Si	IIIIII	8
	No	III	4
Total			12

Anexo 6

Figuras:

I. Principales características del representante

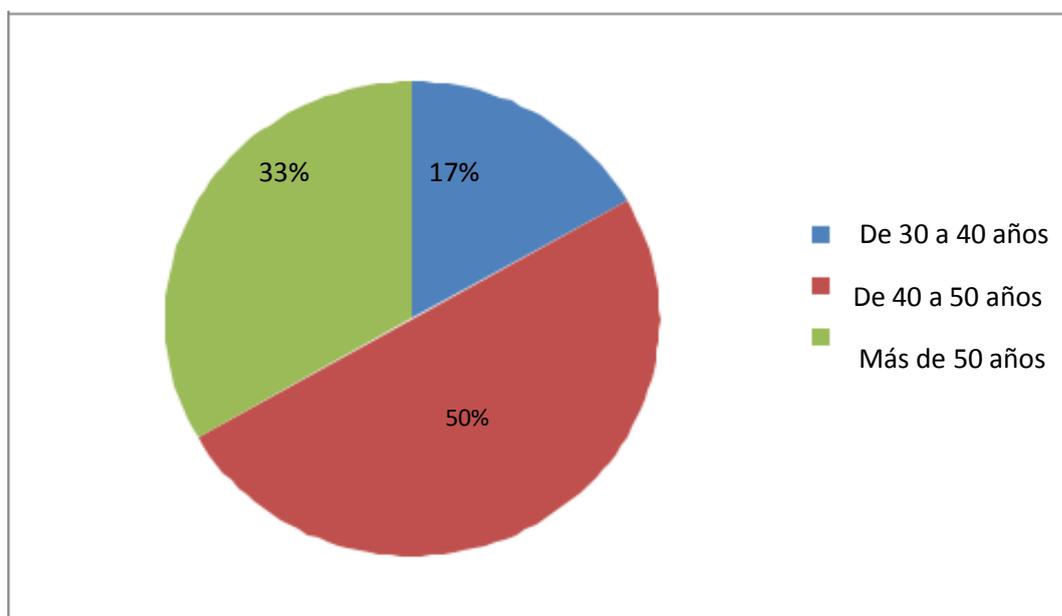


Figura: Edad
Fuente: Tabla 01

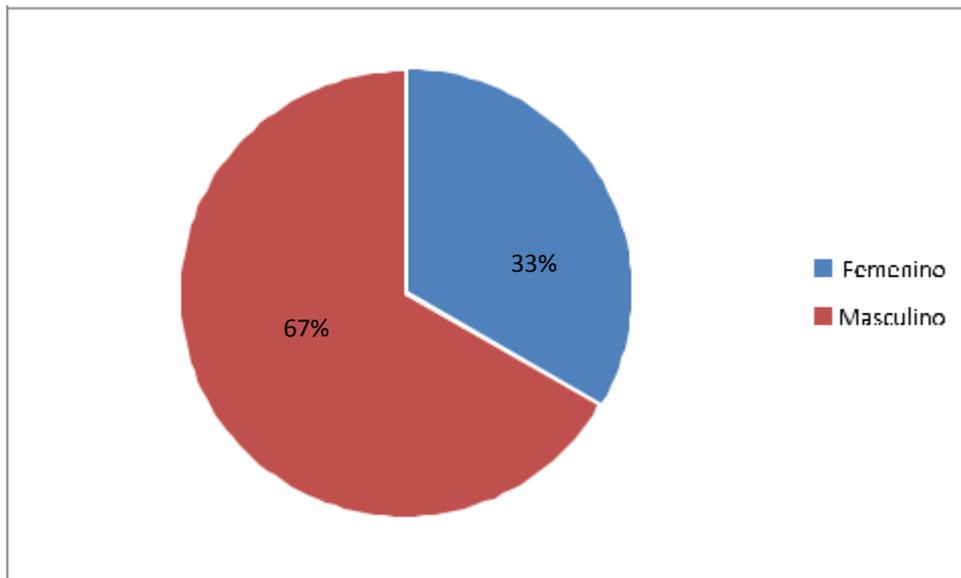


Figura 2: Género
Fuente: Tabla 01

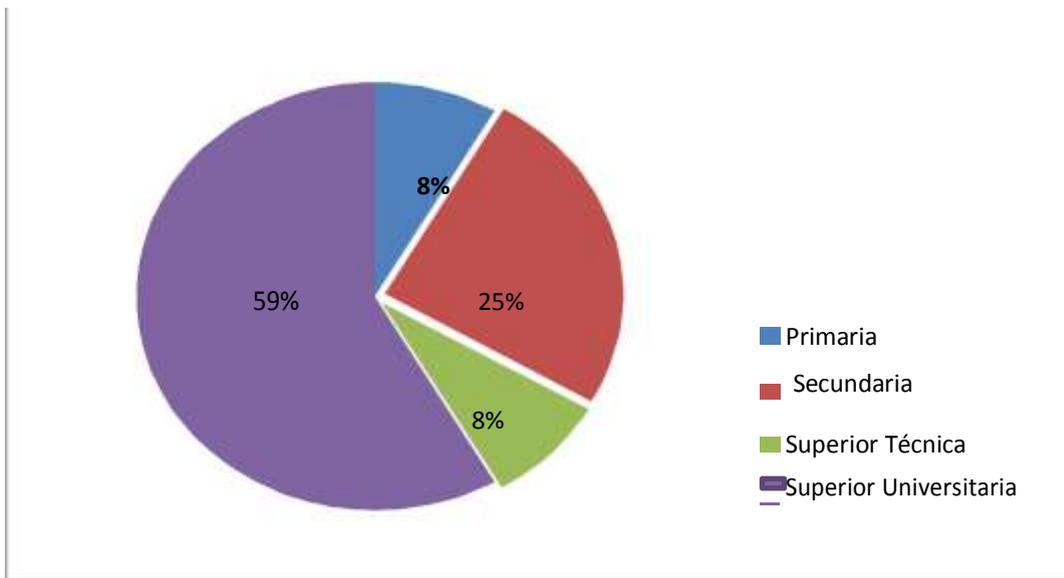


Figura 3: Grado de Instrucción

Fuente: Tabla 01

II. Principales características de la micro y pequeña empresa

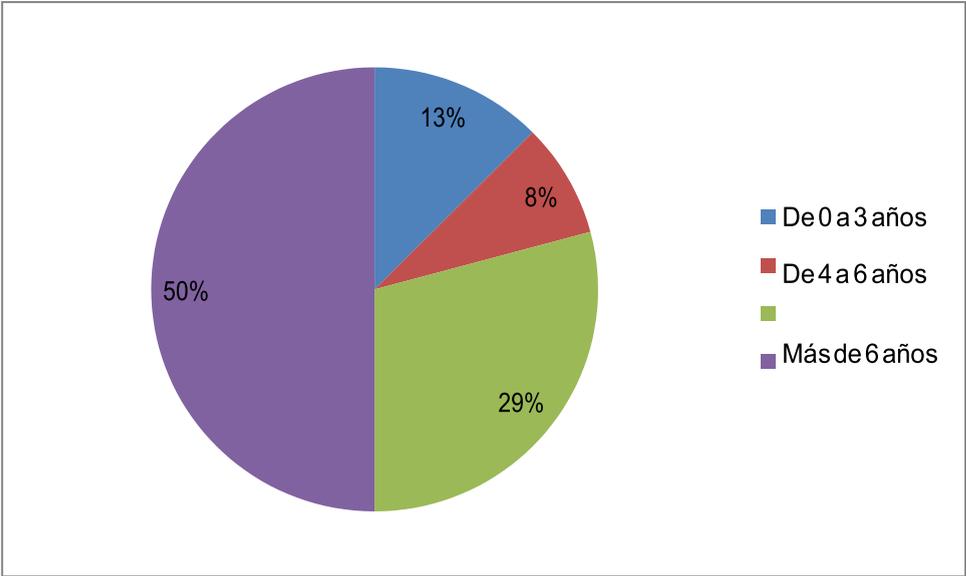


Figura 4: Tiempo de Permanencia

Fuente: Tabla 02

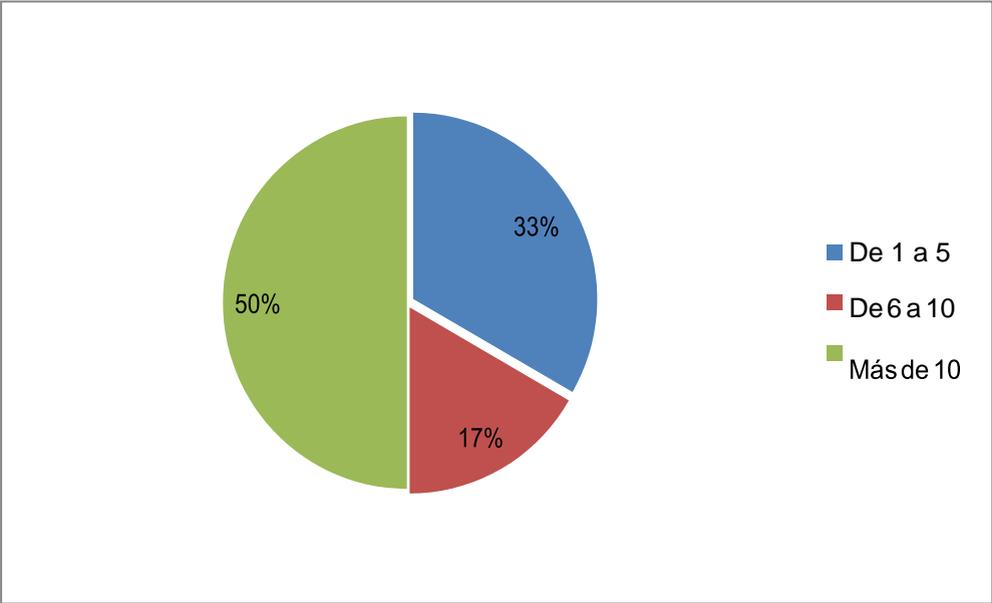


Figura 05: Numero de Colaboradores

Fuente: Tabla 02

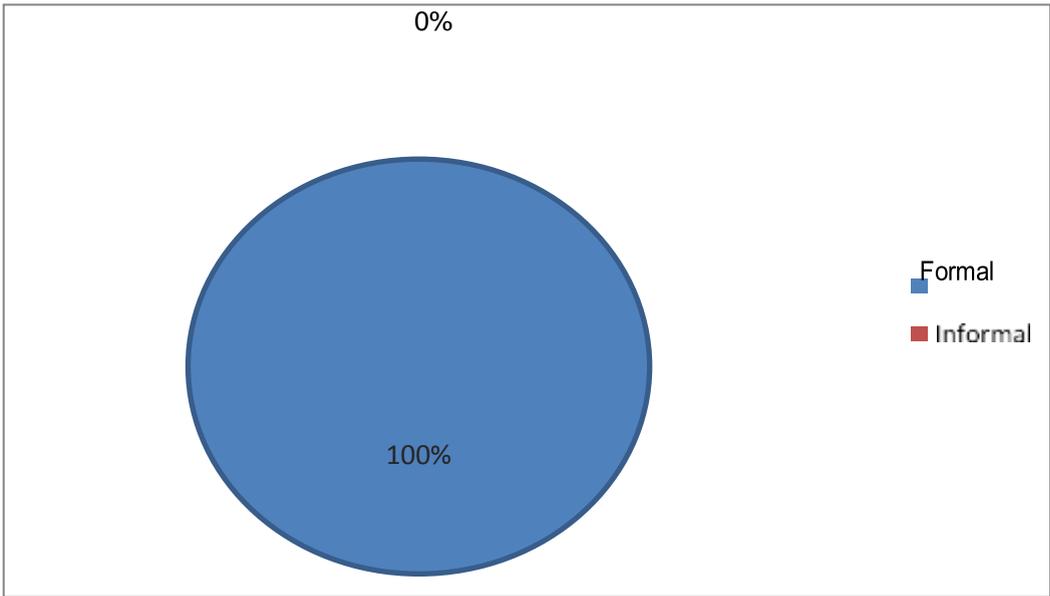


Figura 06: Situación Legal de la Empresa
Fuente: Tabla 02

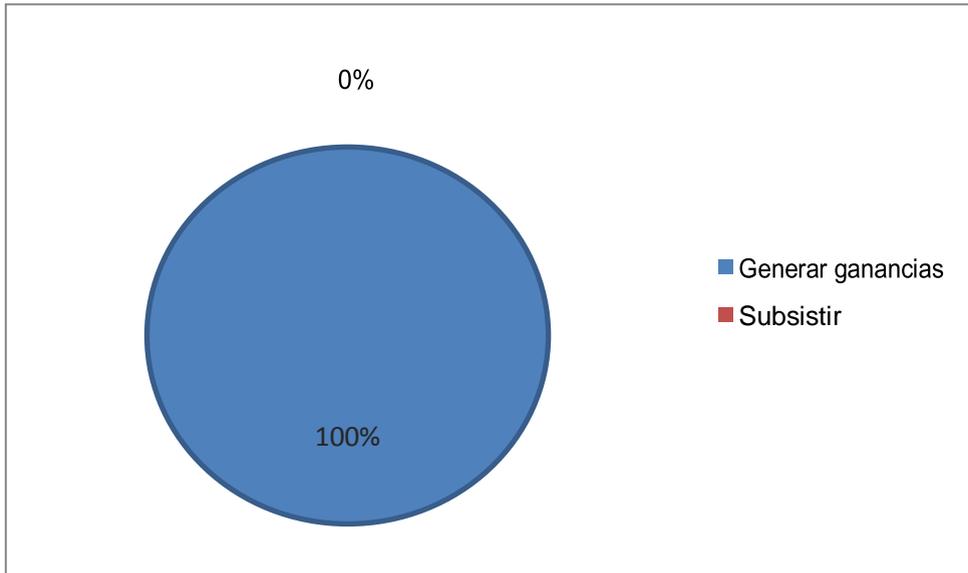


Figura 07: Motivo de su Constitución
Fuente: Tabla 02

III. Características de la gestión de la calidad.

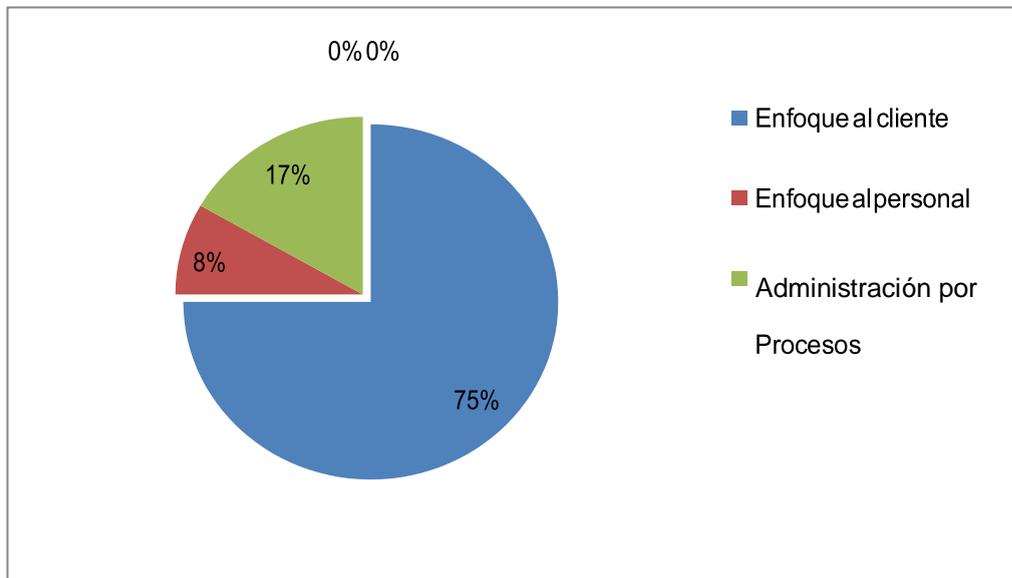


Figura 8: Enfoque Administrativo
Fuente: Tabla 03

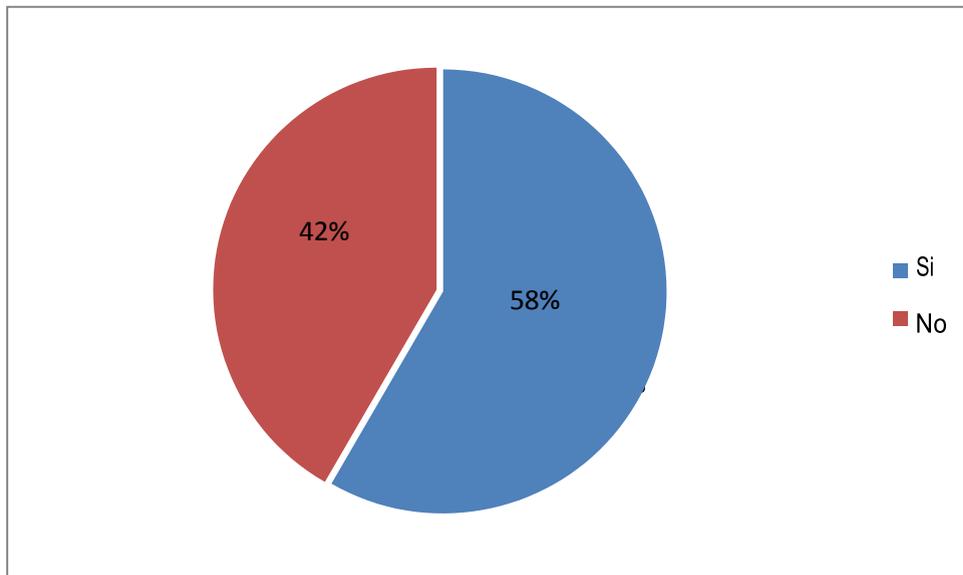


Figura 09: Visión Políticas y Objetivos Establecidos

Fuente: Tabla 03

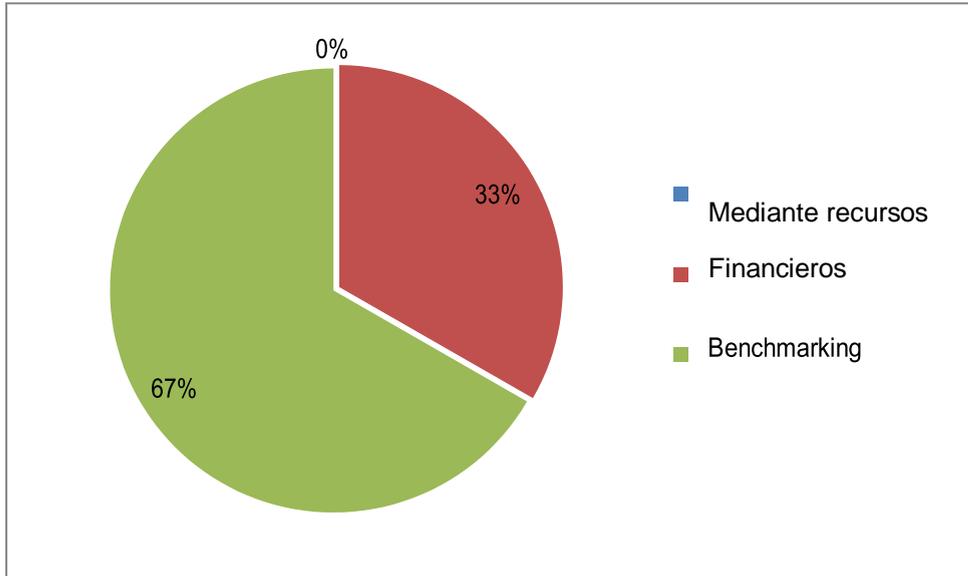


Figura 10: Medida de Desempeño
Fuente: Tabla 03

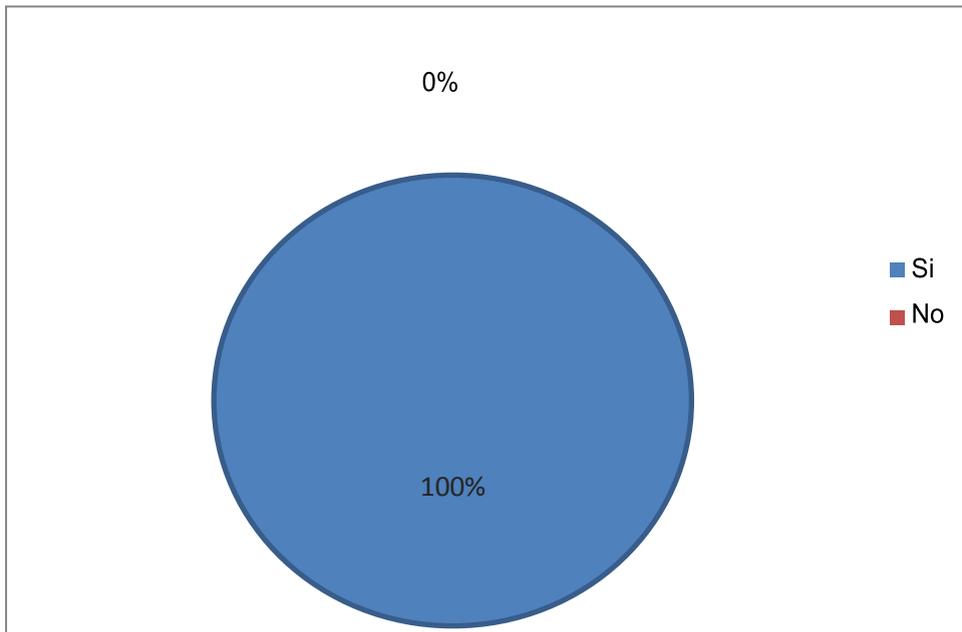


Figura 11: Cambios Realizados en la Empresa
Fuente: Tabla 03

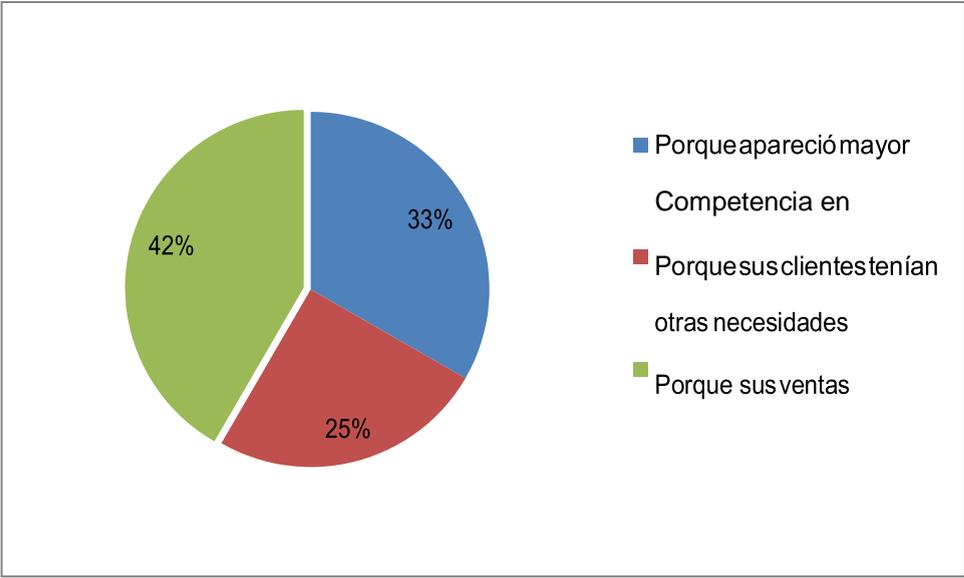


Figura 12: Motivo de Implementación
Fuente: Tabla 03

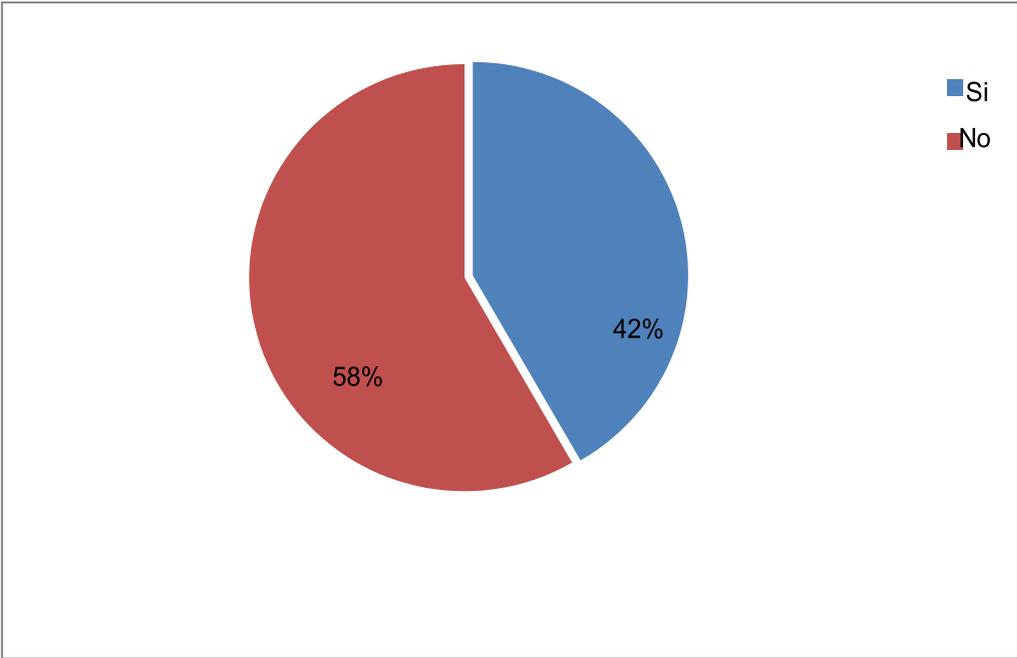


Figura 13: Aprobación de la Opinión del Cliente
Fuente: Tabla 03

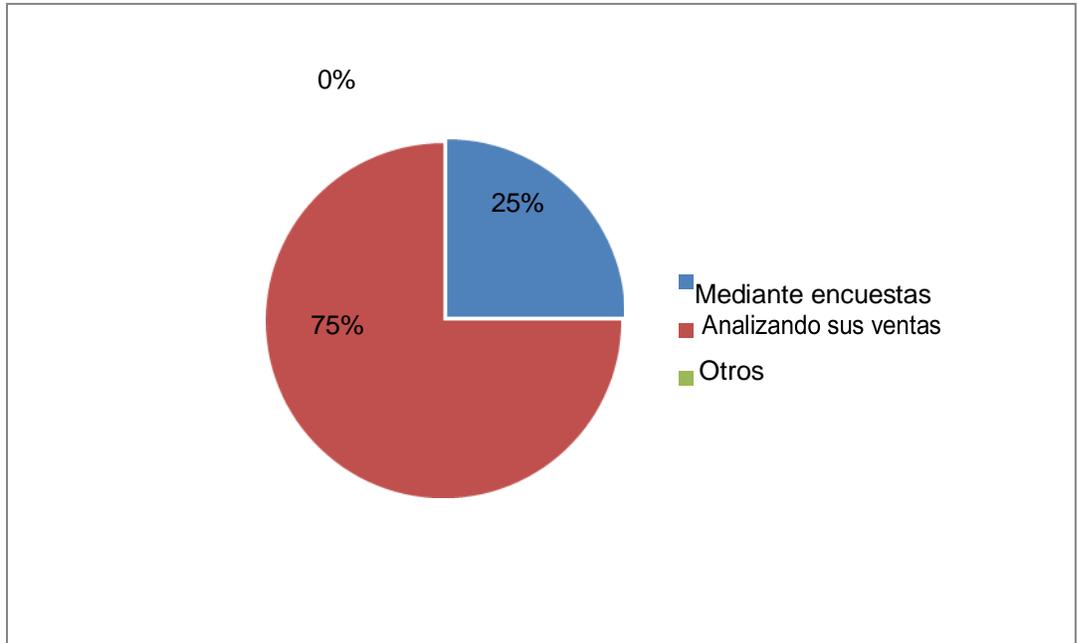


Figura 14: Evaluación de la Satisfacción del Cliente
Fuente: Tabla 03

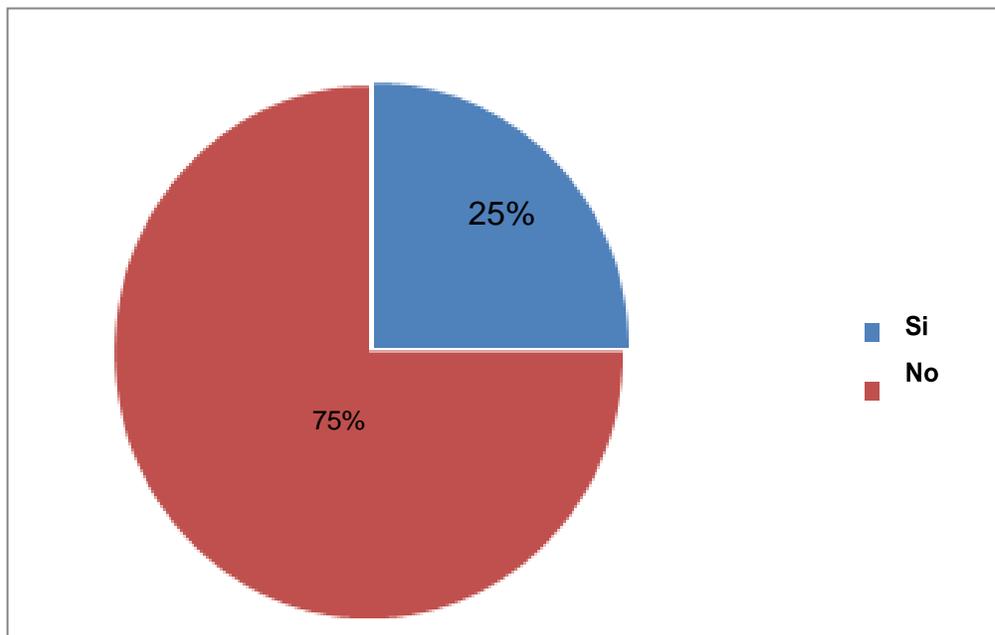


Figura 15: Promociones Para el Cliente
Fuente: Tabla 03

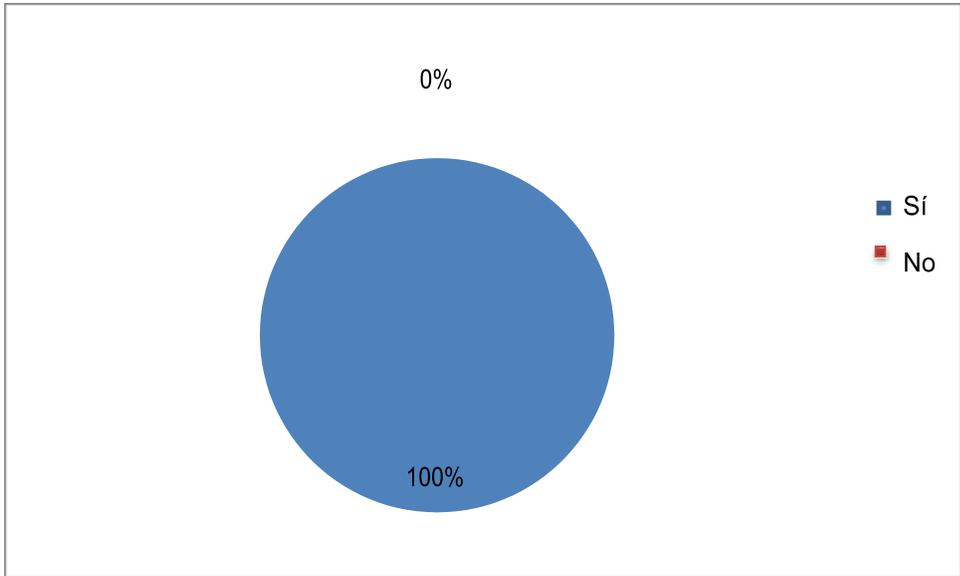


Figura 16: Buen Clima Laboral
Fuente: Tabla 03

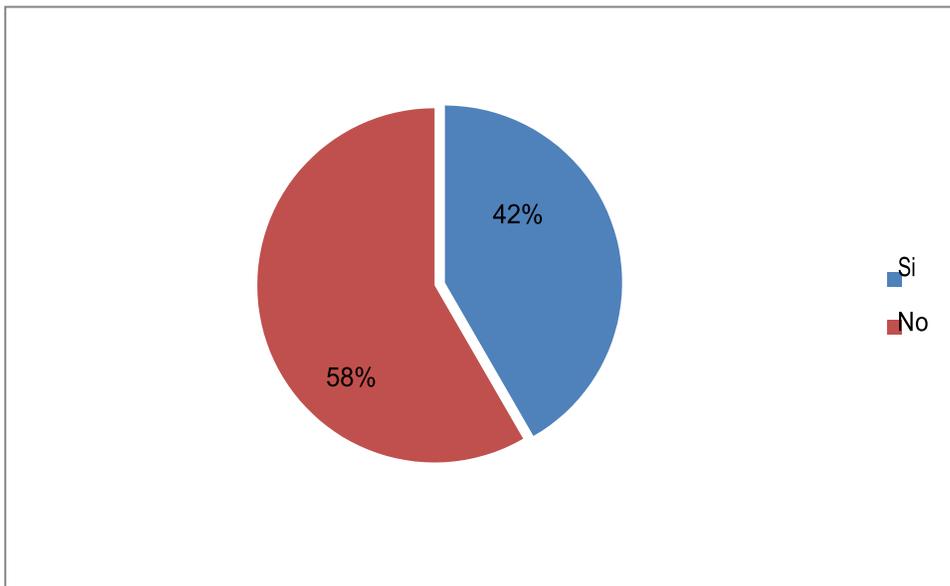


Figura 17: Compromiso de los Colaboradores
Fuente: Tabla 03

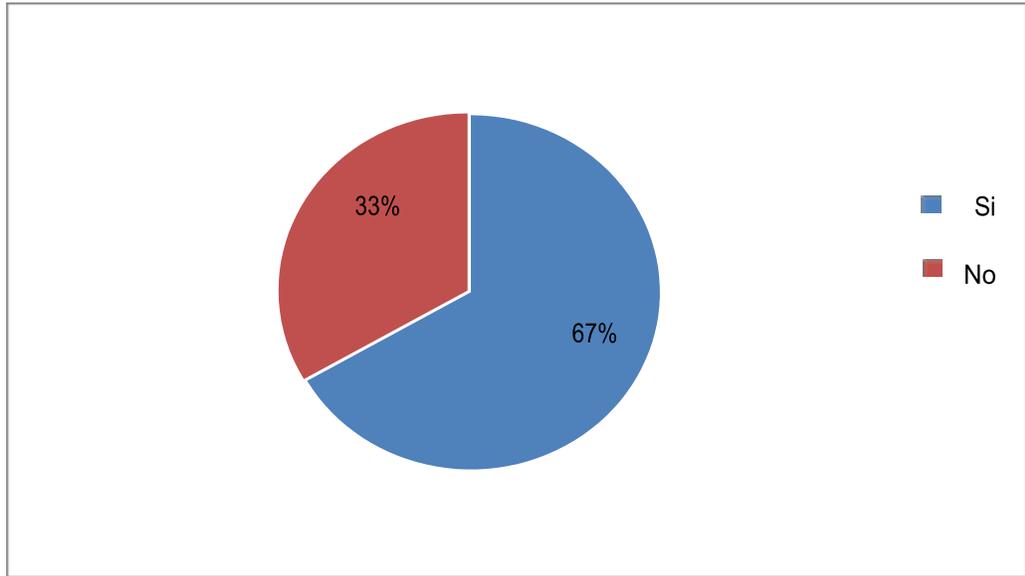


Figura 18: Aceptación de Políticas de Motivación
Fuente: Tabla 03