



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA COMPETITIVIDAD EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO - RUBRO RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE
TINGO MARÍA, AÑO 2017.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Br. KAREN MELINA TEJEDA CONDEZO

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

TINGO MARÍA – PERÚ

2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO -
RUBRO RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE TINGO MARÍA,
AÑO 2017.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Br. KAREN MELINA TEJEDA CONDEZO

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

TINGO MARÍA – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

Dr. José German Salinas Gamboa
Presidente

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez
Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos
Miembro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida, a mí Familia que siempre me apoya en cualquier decisión que tomo; y por comprenderme.

Del mismo modo quiero agradecer a mis padres, por estar siempre pendientes de mi vida diaria, así mismo a mis padrinos Giraldo y Jacky, por haberme apoyado en todo momento.

Del mismo modo, agradezco a todas las personas que me apoyaron incondicionalmente, en la elaboración de este trabajo

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico con todo mi corazón a mi hijo Cesar Hernán, ya que él es mi motor y mi motivo para seguir estudiando y brindarle un futuro mejor.

Lo dedico también a D.A.V., porque es una persona admirable, y que siempre me brinda su apoyo incondicional, impulsándome a seguir adelante.

A mis padres, por su cariño, comprensión y consejos, han hecho de mí una persona formada en valores.

RESUMEN

La presente investigación de “La gestión de calidad en la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María del año 2017. Tuvo como objetivo de determinar las principales características de la gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María del año 2017. La investigación fue de diseño no experimental transversal, donde se utilizó una muestra dirigida de 12 micro y pequeñas empresas, de una población de 20, a quienes se aplicó un cuestionario de 22 preguntas debidamente estructurados, a través de la técnica de la encuesta. Donde se obtuvieron los siguientes resultados, el 50 % de los representantes legales tienen de 30 – 50 años. El 66,7 % son de sexo masculino. El 41,7 % tienen grado de instrucción secundaria. El 83,3 % tienen otras profesiones. El 75 % ocupan otros cargos. El 66,6 % tienen de 5 a más años desempeñando el cargo. Con respecto al perfil de las micro y pequeñas empresas, el 91,7 % son MYPES formales. El 91,7 % tienen de 3 a más trabajadores. El 66,7 % tienen de tipo de financiamiento ajeno, es decir, que acudieron a entidades financieras para solicitar un préstamo para poder crear a la micro y pequeña empresa. El 91,7 % tiene como objetivo de la MYPE maximizar ganancias. Los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, desconocen la gestión de calidad, y en su mayoría no aplican las herramientas de gestión que asciende a un 58,3 %. Pero a pesar de ello, los representantes de las micro y pequeñas empresas que no poseen un grado académico de estudios universitarios, trataron de gestionar su empresa de manera eficiente, con el poco conocimiento que poseen, tratando de mantenerse en un mercado altamente competitivo.

Palabras claves: Competitividad, Gestión de calidad, MYPE.

ABSTRACT

The present investigation of The management of competitiveness in micro and small companies in the service sector - area restaurants in the city of Tingo Maria of the year 2017, had as objective to determine the main features of the quality management, the inquiry non -experimental design, where it used a sample of 12 micro and small companies, of a population of 20 who conducted a questionnaire of 22 questions properly structured through the technique of survey , where obtained the following results the 50% of the legal representatives are of 30-50 years , the 66.7% are male the 41.7% have secondary education , 88.3% have other professions the 75% have other charges 66.6% have more than 5 years playing the position. With regard to the profile of the micro and small business the 91.7% have more than 3 workers the 66.7% have type financing outside , is that they went to financial institutions to apply for a loan to create the micro and small companies , the 91% aims of the MYPE maximize profits . the representatives of micro and small businesses in the service sector area restaurants are unaware of the quality management and most of them do not apply the management tools that amount to a 58.3% but in spite of this the representatives that do not have university studies degree tried to manage your business efficiently with the little knowledge trying to stay in a highly competitive market.

Keywords: Competitiveness, quality management, MSE.

CONTENIDO

TÍTULO.....	i
JURADO EVALUADOR	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	3
2.1 Antecedentes	3
2.2 Bases teóricas de la Investigación.....	9
2.3 Marco conceptual	13
III. HIPÓTESIS.....	15
IV. METODOLOGÍA	16
4.1 Diseño de la investigación.....	16
4.2 Población y muestra	17
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	18
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
4.5 Plan de análisis.....	21
4.6 Matriz de consistencia.....	22
4.7 Principios éticos	26
V. RESULTADOS	27
5.1 Resultados	27
5.2 Análisis de resultados.....	31
VI. CONCLUSIONES	38
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	39

ANEXOS..... 41

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLA

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.....27

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.....28

Tabla 3. Características de la gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.....29

FIGURAS

Figura 1. Edad de los representantes de las MYPES.....52

Figura 2. Género de los representantes de las MYPES.....52

Figura 3. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.....53

Figura 4. Profesión que ejercen los representantes de las MYPES.....53

Figura 5. Cargo que ocupan los representantes.....54

Figura 6. Tiempo en el cargo.....54

Figura 7. Tipo de organización.....55

Figura 8. Cantidad de trabajadores.....55

Figura 9. Tipo de financiamiento.....56

Figura 10. Objetivo de las MYPES.....56

Figura 11. Características de la gestión de calidad.....57

Figura 12. Dificultades para la implementación de la gestión de calidad.....57

Figura 13. Actualización con equipos de alta tecnología.....58

Figura 14. Los insumos son adquiridos en lugares confiables.....58

Figura 15. Políticas de precio.....	59
Figura 16. Aceptan opiniones de los clientes.....	59
Figura 17. Tiempo de entrega de los pedidos.....	60
Figura 18. Nivel de satisfacción respecto a la calidad de servicio.....	60
Figura 19. Estrategias de competitividad que deberían implementar los restaurantes.....	61
Figura 20. Considera a su restaurante competitivo.....	61
Figura 21. Niveles de los factores de competitividad.....	62
Figura 22. Ventajas competitivas.....	62

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las micro y pequeñas empresas en el Perú, son de vital importancia dentro de la estructura productiva de un país, siendo así los pilares fundamentales para el crecimiento económico de cada país. Así mismo, es representado como el eje principal, para la disminución de la pobreza a nivel nacional, ya que las micro y pequeñas empresas, realizan actividades que permiten la generación de más puestos de trabajos, y son los que actualmente coadyuvan a la disminución de personas desempleadas. Mejorando así su calidad de vida, y su nivel socioeconómico. Ante ello, la importancia fundamental de las micro y pequeñas empresas son las que más contribuyen con el incremento del producto bruto interno (PBI), y al desarrollo económico de cada país, a través de la creación de nuevos puestos de trabajo, disminución de la pobreza, deflación de problemas económicos, y mejora en la calidad de vida de los representantes de las MYPES. La estabilidad de muchas micro y pequeñas empresas dependerán de la calidad de su producto o servicio, que otorgue a sus clientes, para mantenerse activa dentro de un mercado altamente competitivo. En el sector servicio – rubro restaurantes, se posicionan altamente competitivas, aquellas micro empresas que brinden un excelente servicio a toda su clientela, y al mismo es muy importante la calidad de la atención que se transmite al cliente, diferenciándolas de las demás micro y pequeñas empresas competitivas que existen en su entorno. Es por ello que se realizó esta investigación, para determinar los problemas fundamentales que tienen las micro y pequeñas empresas dentro de la ciudad de Tingo María del sector servicio – rubro restaurantes. La variable que se utilizó dentro de esta tesis, es la gestión de calidad en la competitividad, donde la gestión de calidad dentro de las micro y pequeñas empresas cumplen una función muy importante, y su aplicación hace más competitiva a la empresa, dentro de un mercado versátil. Sin embargo, la no aplicación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo que lo hacen menos competitivas. En la ciudad de Tingo María en el sector servicio – rubro restaurantes, en su mayoría no aplica las herramientas de gestión, y producto de ello en las micro y pequeñas empresas que se inician tengan un corto periodo de duración en el mercado, debido al gran número de establecimientos del mismo rubro que existe en nuestra ciudad. Esto no es un problema en la ciudad de Tingo María, del mismo modo también es un problema que sucede en varias regiones de nuestro país, donde no se aplican la gestión de calidad en distintos sectores y distintos rubros, por desconocimientos u otras causas. Y así mismo, la falta de aplicación, hacen a las empresas menos competitivas. Dentro de la

ciudad de Tingo María se desconocen las causas por el cual las micro y pequeñas empresas, del sector servicio – rubro restaurantes no utilizan la gestión de calidad, o si la utilizan como la aplican, para poder ser micro y pequeñas empresas altamente competitivas. Por lo que se planteó la siguiente pregunta de investigación.

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017?

Teniendo como objetivo general; Determinar las principales características de la gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.

Y para poder lograr 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 la ciudad de Tingo María, año 2017.

Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.

Determinar las principales características de la gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.

La investigación se justifica porque nos permitió conocer el estado en el que se encuentran las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, así mismo se conoció las principales características de las micro y pequeñas empresas, y las principales características de la variable en estudio. Así mismo, permitirá conocer a los dueños o gerentes de las micro y pequeñas empresas, que la aplicación de la gestión de calidad, les hará altamente competitivo como empresa, que beneficiara a toda la comunidad empresarial. Por otro lado la presente investigación se justifica por que permitió ampliar los conocimientos teóricos – prácticos, que serán utilizados para futuras investigaciones. La presente investigación no tiene ningún impacto negativo dentro de la sociedad, por el contrario, beneficiara a todas las micro y pequeñas empresas para su desarrollo, bajo aquellos principios éticos de confidencialidad y respeto a la persona e integridad.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Campos (2015), en su estudio realizado de gestión de calidad y competitividad de las MYPES rubro restaurantes Cevicherías del asentamiento humano la primavera castilla, 2015; tiene como objetivo general determinar la manera en la cual influye la gestión de la calidad y competitividad en las MYPES rubro restaurantes Cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, la unidad de análisis está basada en las tres MYPES y la población está constituida por los propietarios y clientes se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 17 preguntas cerradas. Obteniéndose siguientes resultados en gestión de calidad es la falta de conocimiento, resistencia al cambio a 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 lo que se concluye que existe relación directa entre gestión de calidad y competitividad de las MYPES. Conclusiones, La gestión de calidad y competitividad de las MYPES rubro restaurantes cevicherías. Asentamiento Humano La primavera Castilla, se concluye que si influye la gestión de calidad y 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. Las características que tiene la gestión de la calidad en las MYPES rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La primavera 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 de calidad como estrategia de gestión para ser más competitiva.

Las MYPES 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 MYPES del rubro restaurantes Cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla se concluye que el restaurante cevichería 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 que 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.

Con respecto a los elementos analizados de la competitividad de las MYPES rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La primavera Castilla, evidencio como resultados que los elementos que intervienen como la toma de decisiones, la estrategia de diferenciación y la adaptabilidad no van con el perfil que se exige en la competitividad de este rubro.

Yahuana (2017), en su estudio realizado en la caracterización de la competitividad y la gestión de calidad de las mype en el rubro restaurantes de la urbanización la alborada- Piura, año 2016, tiene como objetivo general identificar las Características que tiene la competitividad, y la gestión de calidad de las MYPES en el rubro restaurante de urbanización la Alborada-Piura, año 2016. Siendo los resultados agrupados de acuerdo a las variables: competitividad y gestión de calidad. Los factores de la competitividad que son percibidos por los clientes, son la productividad, la calidad del producto y la calidad del servicio. Los clientes identifican como elementos clave de la competitividad la productividad, el mismo que se manifiesta a través de la limpieza e higiene de las instalaciones así como de la seguridad de las mismas. Los factores de la gestión de la calidad que se consideran relevantes son la existencia de políticas de calidad y que estas impulsan objetivos, la implementación de acciones con el objetivo de mejorar y alcanzar calidad y la consideración sobre el aporte y participación de los trabajadores. Es evidente la falta de un programa real de normalización, elaboración de documentos y fijación de estándares. Los elementos determinantes de la gestión de la calidad más valorados son, las habilidades y experiencia de los trabajadores, el compromiso de estos con las políticas impulsadas, la infraestructura e instalaciones. Importante debilidad es la falta de normas documentadas y la escasa planificación en estos establecimientos.

Conclusiones: En relación a los factores de la competitividad se ha determinado que estos son: la innovación en las ventas, la eficiencia en la comercialización; en segundo plano se ven los factores de: el precio, la poca diversificación.

En relación a los elementos claves de la competitividad se logró identificar a: La limpieza, la seguridad de las instalaciones, la calidad del producto y servicio, la imagen de la MYPE. Los factores de la gestión de la calidad identificada en la presente investigación, con carácter de relevancia se ve la política de calidad, el desempeño del personal.

Los elementos determinantes de la gestión de calidad identificados en los Restaurantes de la Urb. La Alborada son: seguridad, limpieza, higiene, mejora continua, calidad, habilidades, toma de conciencia de los trabajadores.

Julian (2015), en su estudio realizado acerca de la caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes parrillas, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013; tiene como objetivo general describir las principales características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes parrilla del casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013.

Referente al representante legal en las micro y pequeñas empresas: El 57%, tienen edad entre 30 a 50 años. El 57% son de sexo Femenino. Referente a las micro y pequeñas empresas: El 100% son formales, El 43% tienen de 6 a 10 empleados, el 57% tienen de 6 años a más de existencia. Referente al financiamiento: El 71% de su personal que labora en su empresa si es competitivo, el 57% afirman que la motivación si es importante para que la empresa sea exitosa, el 71% si capacitan a sus empleados, el 71% afirman que si incrementaron personal en los 2 últimos años, el 57% expresan que si han innovado su producto, el 100% expresan que si se preocupan en brindar una buena satisfacción al cliente, el 71% afirman que si se adecuan a los factores cambiantes, el 57% expresan que su factor de competencia es que planifican sus actividades, el 100% afirman que si cuentan con una certificación de calidad. Conclusiones referentes a las MYPES: En su totalidad, las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector servicio – rubro restaurantes parrilla, casco urbano del distrito de Chimbote son formales, su mayoría relativa poseen de 6 a 10 empleados que laboran en su empresa y en su mayoría manifiestan que tienen de 6 a más años de existencia su empresa. Referente a la competitividad: En su totalidad, las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector servicio – rubro restaurantes parrilla, casco urbano del distrito de Chimbote se preocupa en brindar una buena satisfacción al cliente, así también trabajan con un certificado de calidad.

Así mismo la mayoría, de su personal es competitivo; capacitan y motivan a sus empleados para que su empresa sea exitosa, en los 2 últimos años han incrementado su personal,

innovan su producto, adecuándose a los factores externos cambiantes y afirman que planifican sus actividades para ser una empresa competente.

Mallqui (2017), en su estudio realizado de la caracterización de la gestión de calidad y formalización de las MYPES, sector comercial. Rubro pollerías en la provincia de Leoncio Prado – Tingo María, período 2017. Tiene como objetivo general Conocer las características de la gestión de la calidad y formalización en las MYPES, del sector comercial, rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado- Tingo María, período 2017.

Respecto al perfil del Empresario: Un 58.3% de empresarios encuestados del rubro pollerías de la Provincia de Leoncio Prado, manifiestan tener de 51 a más años de edad, un 33.3% de 36 – 50 años de edad y otro 8.3% de jóvenes emprendedores de 20– 35 años de edad, lo que quiere decir que el 91.6% de empresarios encuestados son personas adultas de 35 a más años de edad. Un 66.6% de empresarios encuestados del rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado son de género masculino; y el otro 33.4% son de género femenino, lo que quiere decir es que la mayoría de empresarios son varones en la provincia de Leoncio Prado. La mayor parte de los representantes con un 41.7% de las MYPES tienen instrucción superior universitaria, se puede apreciar que existen representantes que tienen estudios secundarios en un 33.3%, y el 25 % de las MYPES aún tienen representantes que solo han tenido primaria, lo que estaría indicando que las MYPES que tienen representantes instruidos en estos tiempos donde los mercados son cada vez más competitivos, tienen las posibilidades de que su empresa sea exitosa debido a la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos por los representantes que han recibido instrucción. Respecto a la característica de la gestión de calidad: La mayoría de las MYPES encuestadas del rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado afirmaron que los productos que comercializan son fabricados mediante procesos de estandarización de producción contando con el 91.7 % y el otro 8.3% no aplican los procesos de estandarización, el cual nos da a entender que las mayorías de las MYPES son competitivas brindado el producto que comercializan. El 66.7% de las MYPES encuestadas del rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado afirmo que la organización sigue un plan de negocio; y el otro 33.3 % cuentan con una investigación de mercado, este dato muestra que la mayoría de las empresas tienen un plan de negocio, el cual ha sido desarrollado para mejorar la calidad en la comercialización de su producto.

El 50 % de los(as) representantes de las MYPES en el rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado están informadas y/o conocen de las normas ISO de certificación de calidad, esto se debe al nivel de instrucción que se aprecia en los empresarios; mientras que el otro

50 % están no están informados de las normas ISO de certificación de calidad.

La mitad de las MYPES encuestadas, 58.30%, consideran la implementación de servicios de pre y posventa con ayuda de redes sociales los cuales son importantes para la atención de sus clientes, sin embargo, se puede constatar que de esta manera captan la curiosidad e interés del cliente para la compra del producto y la fidelización del mismo como valor agregado.

Mediante la encuesta realizada a las MYPES del sector pollerías de la Provincia de Leoncio Prado se muestra que todos se preocupan por la capacitación a su personal en el cual apreciamos que con un 58.3% el empleador capacita a los trabajadores de las MYPES de forma semestral, 25.0% mensual; y el otro 16.7 % de forma quincenal, lo que genera satisfacción de los mismos por tomar en cuenta las nuevas técnicas e innovaciones para atender mejor a sus clientes. Se ve notoriamente que las MYPES rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado invierten en mejorar las habilidades de nuestros talentos humanos para que de esta manera se conviertan en una herramienta estratégica para las MYPES. Con un 100% de resultados de las MYPES encuestas se considera que actualizan el modelo de productos según los gustos y preferencias del cliente.

Mediante las encuestas realizadas del 100% de las MYPES del rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado, se muestra que si evalúan del nivel de satisfacción en el cliente, cuando se comercializa o vende el producto.

Con un 75 % se muestra que las MYPES del rubro pollerías de la Provincia de Leoncio Prado usan las TICS en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto, deduciendo que la mayoría de las MYPES del rubro pollerías están informados de la eficiencia y beneficios que trae los avances tecnológicos.

Respecto a la formalidad de las MYPES: El 100% de MYPES encuestadas del rubro pollerías de la Provincia de Leoncio Prado, se encuentra formalizadas.

Un 25% de MYPES encuestadas del rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado, obtienen ventajas en aumento de ventas, sin embargo, un 75% señalan que una de las ventajas que se puede obtener con la formalización de las empresas es la obtención de créditos financieros, lo que quiere decir que el 100% de MYPES encuestadas obtuvieron créditos y aumentaron sus ventas, gracias a su formalización. Un 50% de MYPES encuestadas del rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado obtuvieron asesoría de instituciones públicas y/o privadas para su formalización, mientras que un 50% realizaron su formalización sin la ayuda de nadie sustentando que están informados gracias al nivel de instrucción y/o educación. Un 100% de MYPES encuestadas del rubro pollerías de la

provincia de Leoncio Prado, afirmaron que la formalización aumenta los costos laborales. Un 100% de MYPES encuestadas del rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado, afirman que se formalizarían si el estado concedería beneficios.

Un 100% de MYPES encuestadas del rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado, logran un crecimiento en el mercado por su formalización.

Conclusiones del estudio, con respecto al perfil del empresario: Del 100% de los representantes legales de las MYPES encuestados se puede afirmar que el 58.3 % de los representantes tienen 51 a más años de edad, el 66.7 % son de género masculino, el 41.7 % tienen estudios universitarios mientras que el resto tiene 33.3% de estudio secundarios y 25% de estudios primarios.

Respecto a la característica de la gestión de calidad: Del 100% de las MYPES en estudio, el 91.7% aplican procesos estandarizados en la producción, el 66.7 % utilizan un plan de negocios y el 33.3% realizaron un estudio de mercado como documentos de gestión para mejorar la calidad en la comercialización de su producto, el 50 % conocen las normas ISO de certificación de calidad, el 58.3 % implementaron servicios de pre y posventa con ayuda de las redes sociales para atención al cliente, el 100% de los empresarios capacitan a sus colaboradores, el 100% de los empresarios actualizan el modelo de sus productos según los gustos y preferencias del cliente por medio de la evaluación de satisfacción constante al cliente, el 75 % de empresarios utilizan las TICS en la gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto.

Respecto a la formalidad de las MYPES: Del 100% de las MYPES encuestadas, las principales características son: el 100% de las MYPES encuestadas del rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado son formales, por su formalización obtienen ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento en las ventas, además de ello, les ayuda a crecer en el mercado. Asimismo, el 50 % recibieron asesoría de instituciones públicas y/o privadas, mientras que el 50% tienen conocimientos en temas de formalización gracias a su nivel de instrucción y/o educación: todas las MYPES consideran que la formalización aumenta aquellos costos laborales, que repercuten en la micro y pequeña empresa.

2.2 Bases teóricas de la Investigación

Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa

LEY N° 28015 (2003), define a la micro y pequeña empresa, como aquella unidad económica, que puede estar constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como finalidad desarrollar cualquier actividad ya sea de transformación, extracción, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

En la ciudad de Tingo María, las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, son constituidas por personas naturales, generalmente suele suceder con empresas que recién se están formalizando, pero dentro en la investigación se observó que también existen restaurantes que se han formalizado con personería jurídica.

Cuando la empresa está constituida por personas naturales, generalmente no utilizan herramientas de gestión, y prefieren trabajar de manera unilateral donde ellos mismos tratan de sacar adelante a su empresa.

En cambio, existe empresas que decidieron asociarse, donde por la misma constitución de la sociedad, tienen al menos un plan de negocio, y su forma de trabajo es estructurado y ordenado.

Características de las Micro y pequeñas empresas

LEY MYPE N° 30056 (2013), esta ley que se modifica, con el fin de facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, las micro, pequeñas, medianas empresas, deben ubicarse según su categoría, que corresponde según a sus ventas anuales.

En el caso de una Microempresa, las ventas anuales no deben de excederse a más de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Para una Pequeña empresa, las venta anuales, tienen que ser superiores a 150 (UIT), y no debe de excederse a más de 1700 (UIT).

En una Mediana empresa, las ventas anuales superiores a 1700 (UIT), y no debe de excederse a más de 2300 (UIT).

Como se puede observar, así sea en el Perú, o en otros países, se clasifican a las empresas según sus ventas anuales, para poder evaluar el crecimiento de la empresa, y al mismo tiempo, se puede medir el nivel de productividad, y cuáles son las características de las MYPES, y conocer las herramientas que utilizan para su desarrollo.

Importancia de las MYPES

En la actualidad las MYPES representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productora 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) (Vásquez, 2013).

Hoy en la ciudad de Tingo María, se considera que las micro y pequeñas empresas, han generado más puestos de trabajo, por lo que en la mayoría de las MYPES, del sector servicio – rubro restaurantes, poseen de 3 a más trabajadores, disminuyendo así la tasa de desempleo, en la ciudad, y contribuyendo al desarrollo económico.

Gestión de calidad

Es un “conjunto de acciones que alguien o una organización llevan a cabo con la misión de administrar una empresa, un negocio o corregir un asunto”.

La gestión de calidad, “denominada también como sistema de gestión de la calidad”, es aquel “conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma”. La misión siempre estará enfocada hacia una mejora continua de la calidad. Entre ellas, las normas mencionadas se destacan las siguientes: “existencia de una estructura organizacional”, en el cual se jerarquizan tanto los niveles directivos como los de gestión; estructuración de cada individuo y de los departamentos en los que se halla dividida la empresa; los procedimientos que resultarán del plan que es destinado a controlar las acciones de la organización; los procesos que persiguen el objetivo específico; y los recursos, técnicos, humanos, entre otros.

Cada día prospera más en el campo empresarial la elaboración de estudios que permitan

saber qué quiere y cómo lo quiere el cliente para así satisfacerlo de entrada y con seguridad. Las empresas contratan profesionales especializados en esta tarea que no solamente le garantizan un éxito comercial sino que además le permiten reducir costos en lo que respecta a producir cuestiones que el cliente no comprará o no le interesan.

El estudiar las necesidades permite entonces ser más precisos en el desarrollo, evitar errores y ganar en una productividad positiva.

Pero además de estudiar lo que el cliente quiere, también es importante seguirlo en el proceso post adquisición del servicio, acompañarlo por ejemplo a través de un efectivo sistema que lo asista en cualquier inquietud o problemática que pueda presentársele (Ucha, 2011).

Principales estándares de calidad

Un buen sistema de gestión de calidad, siempre le garantizará a la empresa la satisfacción de las exigencias de sus clientes, tanto en lo que respecta a la prestación del servicio o a lo que ofrece el producto en sí.

En el mercado existen una gran variedad de estándares de gestión de calidad, los cuales han sido definidos por un organismo normalizador, tal es el caso de ISO, EN o DIN. Estos le permitirán a una empresa que logre validar su sistema de calidad a través de la ejecución de una auditoría por parte de algunos de estos estándares. Una de las normas más populares es la ISO 9001.

Es habitual ver en las publicidades o mismo en las instalaciones de las empresas que han recibido esta auditoría la leyenda que da cuenta de la normalización ISO 9001.

Aunque asimismo existen normas específicas adecuadas a determinados sectores, tal es el caso de los laboratorios que cuentan con una propia norma la ISO-IEC 17025:2005 (Ucha, 2011).

Competitividad

Las empresas sobreviven y son exitosas si son competitivas: con dificultad se encontrará a algún investigador que no esté de acuerdo con esta afirmación. “El aporte económico en el análisis es indiscutible, pues en un mundo competitivo, en donde se mezclan empresas en competencia perfecta, junto con monopolios y oligopolios”, todas tienen que lograr la mayor producción con los recursos que tengan a su disposición o, si se quiere enfocar la

competitividad desde los óptimos posibles, tienen que saber que no se puede ir más allá de los factores de producción con los que se cuenta; en otras circunstancias, las empresas mueren (Cabrera, López y Ramírez, 2011).

Restaurantes

Los restaurantes forman parte de una gran gama de servicios que el mundo del consumo requiere para satisfacer las necesidades. El sector de la restauración o restaurantes cuenta con la posibilidad de seleccionar la mejor calidad en los alimentos y proporcionar a los consumidores una experiencia gastronómica inolvidable. Para entender el mundo en que se desenvuelve el sector de las comidas es importante identificar conceptos, generalidades, tendencias y un poco de marketing que exige esta gran industria. El mercado gastronómico hace parte de la Industria de la Hospitalidad, permitiendo la vinculación con otros sectores como el Hotelero y Turístico, proporcionando así mayores posibilidades de entretenimiento, satisfacción y buenos servicios a los clientes (Vélez, 2009).

2.3 Marco conceptual

Definición de las Micro y pequeña empresa

La micro y Pequeña Empresa es la unidad económica que puede ser constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objetivo de desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios, con la finalidad de favorecer al crecimiento económico de un determinado lugar donde se encuentra (Vásquez, 2013).

Gestión de Calidad

Es el conjunto de acciones planificadas y sistemáticas, necesarias para dar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos de calidad (Ucha, 2011).

Servicio

Servicio es la actividad económica agrupada como terciaria, que consiste en la prestación de un bien intangible. Que comprende: administración, comercio, transporte y telecomunicaciones, comercio, hotelería, gastronomía, servicios financieros, inmobiliarios y educación (González, 1989).

Servicio de mesa

Servicio de mesa, se llama en los restaurantes a colocar en la mesa los cubiertos necesarios para tomar los alimentos que se servirán, los vasos, servilletas, y en algunos casos se incluye el pan. Esto en muchas oportunidades se abona por separado. En otros casos se llama así a toda la atención recibida por el comensal, incluyendo la comida y bebida El conocimiento de los diferentes tipos de servicio a la mesa que se presentan dentro de la industria de la restauración es necesario para satisfacer las necesidades de comer y beber de los comensales, dentro de una micro y pequeña empresa (Reinoso, 2013).

Competitividad

Es la capacidad de competir o la rivalidad para la consecución de un fin. En el ámbito empresarial, la competitividad es la capacidad de conservar, de una forma sistemática, ventajas comparativas que permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en un entorno socioeconómico. La competitividad es una característica que deben tener las organizaciones para subsistir dentro de un mercado saturado, puesto que si no se consigue una alta competitividad la empresa tiende a la desaparición (Cabrera, López y Ramírez, 2011).

Restaurantes

Un restaurante puede ser considerado todo aquel local en el cual se suministra a sus usuarios un servicio basado en una diversidad de platillos, destinados a satisfacer una amplia variedad de gustos.

Una de las características principales de un restaurante, o restaurant, como también es válido denominarle, es que constituyen un espacio de carácter público, es decir, cualquier ciudadano puede tener acceso a sus servicios. No obstante, no se trata de un establecimiento clasificado como bien público, ya que los alimentos que proveen a sus clientes deben ser cancelados con dinero, pues no se otorgan de manera gratuita (Vélez, 2009).

III. HIPÓTESIS

En la presente investigación de La gestión de calidad en la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017. No se planteó hipótesis, por ser de nivel descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

La palabra metodología tiene su origen en el idioma griego, y se refiere al modelo aplicable que deben necesariamente seguir los métodos de investigación, aun cuando resulten cuestionables. Es la teoría normativa, descriptiva y comparativa acerca del método o conjunto de ellos, sumado al proceder del investigador.

Mientras el método es el plan con el que el científico cree que se alcanzará determinado objetivo, la metodología es la ciencia que estudia aquellos métodos, sin detenerse en la validez pragmática, sino –justamente–, en la metodológica (Enciclopedia conceptos, 2018).

En el presente trabajo de investigación, se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo - cuantitativo.

En la presente investigación fue no experimental debido a que no se pudo manipular la variable, la gestión de calidad en la competitividad, por el cual se describió según como se han ido presentando. Y poder analizar con exactitud los datos encontrados. Así mismo la investigación fue transversal, porque el estudio realizado fue hecho en un espacio de tiempo determinado, como en la ciudad de Tingo María.

Dentro del informe de investigación, de la gestión de calidad en la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017; fue descriptiva, porque se describieron los datos encontrados, sin realizar alguna modificación. Así mismo, la investigación fue de tipo cuantitativa, porque se tuvo que contabilizar las MYPES para poder sacar una muestra, también se utilizaron procedimientos estadísticos, e instrumentos de medición, cuestionarios, que favoreció para lograr aquellos objetivos de la investigación, obteniendo la información necesaria, para realizar los siguientes análisis de resultados.

4.2 Población y muestra

En la investigación experimental, por su naturaleza y por la necesidad de tener control sobre las variables, se recomienda muestras pequeñas que suelen ser de por lo menos 30 sujetos. En la investigación descriptiva se emplean muestras grandes y algunas veces se recomienda seleccionar de un 10 a un 20 por ciento de la población accesible (Wigodski, 2010).

La población estuvo conformada por 20 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, ubicadas en la ciudad de Tingo María. Cuyos datos fueron extraídos, en la municipalidad provincial de Leoncio Prado, por lo que se tomó una muestra dirigida, de 12 micro y pequeñas empresas, que es representada con el 60% de la población en estudio. Donde los dueños de los restaurantes, accedieron a brindar las respuestas, para poder ejecutar con la información respectiva, la investigación.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL: INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Perfil de los Representantes legales d las micro y pequeñas empresas	Algunas características de los dueños, representantes legales de las MYPES.	Edad	Razón: a) 18 a 30 años b) 30 a 50 años c) 50 a más años
		Género	Nominal: a) Masculino b) Femenino
		Grado de instrucción	Ordinal: a) Primaria b) Secundaria c) Superior d) Universitaria
		cuál es tu profesión	Nominal a) Administración b) Contabilidad c) Otros
		cuál es el cargo que ocupa	Nominal a) Administración b) Contabilidad c) Otros
		cuál es el tiempo en el cargo	Razón: a) 1 a 2 años b) 3 a 4 años c) 5 a más años
Perfil de las MYPES	Algunas características de las MYPES	Tipo de organización	Nominal a) Formal b) Informal
		N° de trabajadores en la empresa	Razón a) De 0 a 2 b) De 3 a más
		Qué tipo de financiamiento posee	Nominal a) Propio b) Ajeno

		Objetivo de la MYPE	Nominal a) Maximizar ganancias c) Generar empleo
Gestión de calidad en la competitividad de las MYPES	Algunas características de la gestión de calidad en la competitividad de las MYPES	La gestión de calidad	Nominal: a) reducir costos b) satisfacer las necesidades de los clientes c) aumentar la presencia en el mercado
		Herramientas de gestión	Nominal: a) Plan de negocios b) reglamento interno c) No aplica herramientas de gestión
		Nivel de satisfacción respecto a la calidad del servicio	Nominal: a) Bueno b) Malo c) Regular
		Estrategias de competitividad	Nominal: a) ampliar cartera de clientes b) Mejorar el precio c) Mayor publicidad
		Ventajas de la competitividad	Nominal: a) Calidad b) Bajo costo c) Precio

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de calidad	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.	Planificar	Objetivos Estrategias Procedimientos	Nominal
		Dirigir	Comunicación Liderazgo Motivación	Nominal
		Implantar	Capacitación Interiorización Adaptar	Nominal
		Controlar	Evaluar Comparar Verificar	Nominal
		satisfacer	Brindar valor Dar a conocer Negociar	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación la técnica que se utilizó para recolectar la información fue la encuesta, a través de esa técnica nos permitió conocer los datos de todos los representantes, las características de las MYPES, por el cual con la información obtenida, nos permitió realizar un análisis exhaustivo, en corto tiempo.

Y el instrumento utilizado fue el cuestionario, cuyo instrumento está conformado por 22 preguntas, debidamente estructuradas, con los aspectos que nos interesan para la realización de la presente investigación.

4.5 Plan de análisis

Para el desarrollo del presente estudio de investigación, se realizó el trabajo de campo, donde se encuestaron a las MYPES, con la finalidad de recolectar información, y así mismo asegurar la credibilidad. En algunos casos, los representantes o dueños de las MYPES, no quisieron brindar sus datos personales, solo brindaron la razón social de la MYPE encuestada.

De las cuales se trabajó con una muestra dirigida de 12 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, de la ciudad de Tingo María (Anexo 03).

Para obtener la información se aplicó un cuestionario de 22 preguntas (Anexo 04), obteniendo los datos relevantes de la investigación. Después para obtener los resultados y análisis de la información, así también como para la elaboración de tablas, figuras (Anexo 06), y la tabulación de resultados (Anexo 05) de los datos, se utilizaron procesadores de datos que son el Microsoft Excel, y en procesadores de textos, el Microsoft Word.

Por el cual, permitió que la investigación sea contundente y presentable.

4.6 Matriz de consistencia, la gestión de calidad en la competitividad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.

Problema	Objetivo	Variable	Metodología			
			Población y muestra	Hipótesis	Metodología	Técnica e instrumento
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017?	Objetivo general: Determina las principales características de la gestión de calidad en la competitividad de las MYPES del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017. Objetivo específico Determinar las principales características de los representantes de las	La gestión de calidad en la competitividad: son aquellos instrumentos de gestión que nos permitirá, conocer los aspectos importantes, dentro de ello, se observó cómo influye en el proceso del producto, comercialización e incluso,	Población y muestra La población estuvo conformada por 20 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, ubicadas en la ciudad de Tingo María. Cuyos datos fueron extraídos, en la municipalidad provincial de Leoncio Prado, por lo que se tomó una muestra dirigida, de 12 micro y pequeñas empresas,	En la Presente Investigación de La gestión de calidad en la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017. No se planteó hipótesis, por ser de nivel descriptivo.	Diseño de la investigación En el presente trabajo de investigación, se utilizó el diseño NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL – DESCRIPTIVO - CUANTITATIVO. En la presente investigación fue no experimental debido a que no se pudo manipular la variable, la gestión de calidad en la competitividad, por el cual se describió según como se han ido presentando. Y poder analizar con exactitud los	Técnicas e instrumentos De recolección de datos En la presente investigación la técnica que se utilizó Para recolectar la información fue la encuesta, a través de esa técnica nos permitió conocer los datos de todos los representantes, las características de las MYPES, por el cual con la información obtenida, nos permitió realizar un análisis exhaustivo, en corto

<p>micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017. Determinar las principales características de la gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio –</p>	<p>en el servicio que se brinda. así mismo, nos demuestra que a través de la práctica de la gestión de calidad, podemos lograr ser empresas competitivas en un mercado amplio y versátil.</p>	<p>que es representada con el 60% de la población en estudio. Donde los dueños de los restaurantes , accedieron a brindar las respuestas, para poder ejecutar con la información respectiva, la investigación.</p>	<p>datos encontrados. Así mismo la investigación fue transversal, porque el estudio realizado fue hecho en un espacio de tiempo determinado, como en la ciudad de Tingo María. Dentro del informe de investigación, de la gestión de calidad en la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017; fue descriptiva, porque se describieron los datos encontrados, sin realizar alguna modificación. Así mismo, la investigación fue de tipo cuantitativa, porque se tuvo que contabilizar</p>	<p>tiempo. Y el instrumento utilizado fue el cuestionario, cuyo instrumento está conformado por 22 preguntas, debidamente estructuradas , con los aspectos que nos interesan para la realizar la presente investigación .</p> <p>Plan de análisis</p> <p>Para el desarrollo del presente estudio de investigación , se realizó el trabajo de campo, donde se encuestaron a las MYPES, con la finalidad de recolectar información, y así mismo asegurar la credibilidad. En algunos casos, los representantes o dueños de las MYPES,</p>
--	---	--	---	--

	<p>rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.</p>				<p>las MYPES para poder sacar una muestra, también se utilizaron procedimientos estadísticos, e instrumentos de medición, cuestionarios, que favoreció para lograr aquellos objetivos de la investigación, obteniendo la información necesaria, para realizar los siguientes análisis de resultados.</p>	<p>no quisieron brindar sus datos personales, solo brindaron la razón social de la MYPE encuestada. De las cuales se trabajó con una muestra dirigida de 12 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, de la ciudad de Tingo María (Anexo 03). Para obtener la información se aplicó un cuestionario de 22 preguntas (Anexo 04), obteniendo los datos relevantes de la investigación . Después para obtener los resultados y análisis de la información, así también como para la elaboración de tablas,</p>
--	--	--	--	--	--	---

					<p>figuras (Anexo 06), y la tabulación de resultados (Anexo 05) de los datos, se utilizaron procesadores de datos que son el Microsoft Excel, y en procesadores de textos, el Microsoft Word. Por el cual, permitió que la investigación sea contundente y presentable.</p>
--	--	--	--	--	---

4.7 Principios éticos

- a) Esta investigación, no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario la beneficiará, siendo viable su ejecución en beneficio de la micro y pequeña empresa bajo los principios éticos de Confidencialidad y respeto a la persona humana.
- b) Principios de confidencialidad: Solo se publicará la información que desee se publique el dueño de la micro y pequeña empresa quien proporciona la información.
- c) Principios de confiabilidad: Los datos que se presentaran son reales.
- d) Respeto a la persona humana: Se respetara las ideas, creencias de las personas, para la elaboración del trabajo de investigación siempre buscando el bien común.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.

Datos Generales	N° de MYPES	Porcentaje
Edad		
18- 30 años	1	8,3
30- 50 años	6	50,0
De 50 a más años	5	41,7
Total	12	100,0
Genero		
Masculino	8	66,7
Femenino	4	33,3
Total	12	100,0
Instrucción		
Primaria	2	16,7
Secundaria	5	41,7
Superior	2	16,6
Universitaria	3	25,0
Total	12	100,0
Profesión		
Administrador	2	16,7
Contabilidad	0	0,0
Otros	10	83,3
Total	12	100,0
Cargo que ocupa		
Administrador	3	25,0
Contador	0	0,0
Otros	9	75,0
Total	12	100,0
Tiempo en el cargo		
1 a 2 años	2	16,7
3 a 4 años	2	16,7
5 a más años	8	66,6
Total	12	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, gerentes, y/o representante legal de MYPES, del sector servicio, rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María del año 2017.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.

Respecto al perfil de las MYPES	N° de MYPES	Porcentaje
Tipo de organización		
Formal	11	91,7
Informal	1	8,3
Total	12	100,0
Número de trabajadores		
De 0 a 2	1	8,3
De 3 a mas	11	91,7
Total	12	100,0
Tipo de financiamiento		
Propio	4	33,3
Ajeno	8	66,7
Total	12	100,0
Objetivo de la MYPE		
Maximizar ganancias	11	91,7
Generar empleo	1	8,3
Total	12	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, gerentes, y/o representante legal de MYPES, del sector servicio, rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María del año 2017.

Tabla 3. Características de la gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.

Gestión de calidad en la competitividad	N° de MYPES	Porcentaje
Características de la gestión de calidad		
Reducción de costos	2	16,7
Satisfacer las necesidades de los clientes	10	83,3
Aumentar la presencia en el mercado	0	0,0
Total	12	100
Herramientas de gestión que le permite desarrollar sus funciones dentro de la empresa		
Plan de negocio	5	41,7
Reglamento interno	0	0,0
No aplica herramientas de gestión	7	58,3
Total	12	100
Cuenta con equipos de alta tecnología		
Sí	5	41,7
No	7	58,3
Total	12	100,0
Los insumos son adquiridos en lugares confiables		
Sí	12	100,0
No	0	0,0
Total	12	100,0
Cuáles son las políticas de precios		
Presupuesto	0	0
Competencia	6	50
Costo + ganancia	6	50
Total	12	100
Opiniones de los clientes		
Sí	12	100,0
No	0	0,0
Total	12	100,0
Tiempo de entrega en los pedidos		
Tiempo pactado	12	100,0
1 hora	0	0,0
Más tiempo	0	0,0
Total	12	100,0

Continúa.....

Tabla 3. Características de la gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.

		Conclusión
Cuál es el nivel de satisfacción respecto a la calidad del servicio		
Bueno	8	66,7
Malo	0	0,0
Regular	4	33,3
Total	12	100,0
Cuáles son las estrategias de competitividad que deberían implementar los restaurantes		
Ampliar la cartera de clientes	0	0,0
Mejorar el precio	5	41,7
Mayor publicidad	7	58,3
Total	12	100,0
Considera a su restaurante competitivo		
Sí	10	83,3
No	2	16,7
Total	12	100,0
cuáles son los niveles de los factores de competitividad		
Nivel alto	5	41,7
Nivel medio	4	33,3
Nivel bajo	3	25,0
Total	12	100,0
cuáles son las ventajas competitivas		
Calidad	6	50,0
Bajo costo	2	16,7
Precio	4	33,3
Total	12	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, gerentes, y/o representante legal de MYPES, del sector servicio, rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María del año 2017.

5.2 Análisis de resultados

Respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

En la pregunta de la edad del representante: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 30 a 50 años (Tabla 1), cuyos resultados coinciden con los resultados encontrados por Julian, (2015), donde menciona que el 57% de representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 30 a 50 años de edad. El 41,7% de los representantes encuestados tienen de 50 a más años, mientras que el 8,3% de representantes encuestados manifiestan tener de 18 a 30 años. *A través de los resultados obtenidos demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Tingo María, tienen de 30 a 50 años de edad; por lo que demuestra que las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Tingo María están siendo dirigidas por personas adultas con experiencia en el rubro, y que poseen mayor conocimiento a través de los años de trayectoria que vienen ejerciendo su negocio.* En relación a la pregunta del sexo del representante: El 66,7% de encuestados son de género masculino (Tabla 1), este resultado coinciden con aquel resultado encontrado por Mallqui, (2017), donde hace mención que el 66,6% de encuestados son de género masculino. Y el 33,3% son de género Femenino, que a su vez también coinciden con los resultados de Mallqui, (2017), donde el 33,4% son de género femenino. *Esto hace referencia que en la actualidad, en la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año detalla, que los varones cada día, se están especializando en el arte culinario, así mismo van desarrollando habilidades para la dirección de su negocio propio, y realizando actividades de manera responsable para el éxito de su negocio.*

Y la mayoría de estas personas, tienen como experiencias anteriores, ya sea de negocio familiar o haber trabajado en un restaurante anteriormente, donde ya conocen el mercado y con la experiencia es más fácil llevarlo al éxito, y al mismo tiempo hacerlo competitivo.

En la relación con la pregunta del grado de instrucción del representante: el 41,7% de encuestados tienen el grado de instrucción de nivel secundario (Tabla 1), mientras que con las investigaciones realizadas por Mallqui, (2017), coinciden, ya que hace referencia a que el 33,3% de encuestados tienen el grado de instrucción a nivel secundario.

Por otra parte el 25% son de grado de instrucción nivel universitario, el 16,7% tienen el nivel de instrucción Primario y el 16,6% tiene el nivel superior.

Estos datos, hacen referencia, que actualmente los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017, están a cargo de personas de grado de instrucción de nivel secundario, por lo que se hace referencia a que carecen de conocimientos administrativos, herramientas de gestión, estrategias competitivas, entre otras, para poder convertir su negocio de restaurantes, en el rubro más exitoso, no solo en la ciudad de Tingo María, también a nivel nacional. Pero a pesar de esa dificultad, los representantes, han logrado llevar adelante sus negocios, con las habilidades que ellos conocen a través de la experiencia, y ha permitido que se establezcan en un mercado versátil. Con respecto a la profesión que ejercen los representantes, el 83,3% de encuestados poseen otras profesiones, y el 16,7% son administradores (Tabla 1) No coinciden, porque los autores anteriores no tomaron en cuenta esta pregunta. Los datos encontrados, manifiestan que la mayoría de representantes de las micro y pequeñas empresas, tienen otras profesiones, y dentro de otros, están considerados, aquellos representantes que no tienen una profesión. En relación, a la pregunta con el cargo que ocupa, el 75% de encuestados tienen otros cargos dentro del negocio, como dueños del negocio, cocinero, atención al público, cajero; mientras que el 25% de encuestados son administradores de la micro y pequeña empresa (Tabla 1). No coincide con investigaciones anteriores, ya que no tomaron en cuenta la pregunta en su cuestionario. Esto hace referencia, que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, se preocupan y ponen su esfuerzo físico, para poder sacar adelante su negocio, realizando actividades de producción dentro de su negocio. Mientras otros representantes se dedican exclusivamente a la administración del negocio, cuya finalidad es de direccionar a la micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, para hacerlo más competitivo.

Con referencia al tiempo que se desempeña en el cargo, el 66,6% de encuestados manifestaron que ya tienen en el cargo de 5 años a más, mientras que el 16,7% tienen de 1 a 2 años, y 16,7% de 3 a 4 años (Tabla 1). Por lo que no coincide con otros autores, ya que no tomaron en cuenta la pregunta en su investigación. Esto nos hace referencia que la mayoría de representantes de

las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, desempeñan el cargo de 5 a más años, por lo que le hace cada vez más experimentada en el rubro. Y tienen la ventaja, que el trayecto de esos años, les ha servido, para percatar fallas, y mejorarlas, al paso del tiempo. Así mismo han ido innovando para permanecer dentro de un mercado competitivo.

Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas

Con respecto a la pregunta del tipo de organización que tiene, el 91,7% de encuestados respondieron que sus negocios son formales (Tabla2), lo que coincide con la investigación de Mallqui, (2017), donde el 100% de encuestados manifiestan que sus negocios son formales. Pero el 8,3% dice ser informal. Por lo que se hace referencia, que la mayoría de micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, han sido formalizadas, para tener posicionamiento en el mercado, y al mismo tiempo brindar seguridad a los clientes. Y el porcentaje que no está formalizado, manifestó que ya se encuentra en el proceso de formalización. Por lo que se observa que la mayoría de restaurantes se preocupan por la formalización de sus negocios. En la pregunta, cuál es el número de trabajadores, el 91,7% tienen de 3 a más trabajadores (Tabla 2), por lo que no coincide con la investigación de Julian, (2015) que dice que el 43 % tienen de 6 a 10 trabajadores. Mientras que el 8,3% solo tienen de 0 a 2 trabajadores. A través de los datos, se deduce, que en la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, año 2017, han creado más puestos de trabajo, porque los negocios cuentan con más de 3 trabajadores, y se observa, que existe mayor demanda en los restaurantes, debido a que necesitan personal para poder cumplir diversas actividades y brindar un buen servicio al cliente. Y la empresa, busca comprometer a sus trabajadores, para lograr los objetivos, enfocándolos a la buena atención al cliente, que como beneficio trae la fidelización de los mismos. En relación al tipo de financiamiento que poseen las micro y pequeñas empresas: el 66,7% de encuestados respondieron que el tipo de financiamiento es ajeno, porque lo obtuvieron a través de préstamos de instituciones financieras, y el 33,3% de encuestados respondieron que son de financiamiento propio, que fueron adquiridos a través de ahorros (Tabla 2). Por lo que no coincide con otras investigaciones, ya que no tomaron en cuenta la presente pregunta.

Por lo que se observa, que la mayoría de micro y pequeñas empresas, iniciaron su empresa, con financiamiento externo, por lo que crea una desestabilidad, ya que al inicio del negocio no es tan rentable, hasta ganar posicionamiento en el mercado, para poder cubrir los pagos mensuales

de los préstamos, y el periodo de recuperación es de largo plazo.

A diferencia de los que iniciaron sus negocios con ahorros propios, tienen la ventaja de poder ver las ganancias a un corto plazo. En la pregunta con respecto al objetivo de las micro y pequeñas empresas, el 91,7% respondieron que el objetivo es maximizar ganancias, mientras que el 8,3% es generar empleo (Tabla 2). Por lo que no coincide con otros autores, ya que no consideraron esta pregunta en su investigación. Por lo que se considera, que las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, fueron creadas, para tener rentabilidad, y así mismo generar ganancias, favoreciendo a los representantes legales o dueños de los negocios. Y también existe, una empresa, encuestada que ya llegó a cumplir sus objetivos, y por lo que actualmente, busca contribuir al desarrollo económico de la ciudad, generando puestos de trabajos.

Respecto a las características de la variable la gestión de calidad en la competitividad

Con respecto a las características de la gestión de calidad, el 83,3% de encuestados respondieron que la gestión de calidad, consiste en satisfacer las necesidades de los clientes, mientras que el 16,7% respondieron que reduce costos (Tabla3). Por el cual no coinciden con investigaciones anteriores, ya que no tomaron en cuenta la pregunta en su investigación. *Los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, se preocupan por satisfacer las necesidades de los clientes, y se preocupan por brindar un buen servicio, para sobresalir del resto de restaurantes. Y por otro lado algunas micro y pequeñas empresas, se enfocaron en reducir costos, ya que esto les permite, obtener mayores ganancias, y también buscan ser más competitivas.* Con respecto a las herramientas de gestión que les permite desarrollar sus funciones dentro de la empresa, el 58,3% respondieron que no aplican ninguna herramienta de gestión, y el 41,7% realizaron un plan de negocio (Tabla 3). No coincide con otras investigaciones, por lo que no consideraron la siguiente pregunta en su investigación. *Como se puede identificar existe un porcentaje alto, que las micro y pequeñas empresas no utilizan las herramientas de gestión, por desconocimiento u otra causa, por lo que complica la situación de las micro y pequeñas empresas para su expansión, ya que les limita la falta de conocimiento, y así mismo, crea desventaja con otras empresas, que si ponen en práctica las herramientas de gestión.*

Como también existe un porcentaje de restaurantes que tienen un plan de negocio, que hasta la actualidad, les está yendo bien, y cada vez van mejorando, y volviéndose aún más competitivas. Con respecto a que si cuentan con equipos de alta tecnología, el 58,3% respondieron que no

cuentan con equipos de alta tecnología, mientras el 41,7% si cuenta con equipo de alta tecnología (Tabla 3). No coincide con otras investigaciones, ya que en su investigación no tomaron en cuenta esta pregunta. Las micro y pequeñas empresas que no cuentan con equipos de alta tecnología, les limita poder desenvolverse en un mercado altamente competitivo, además que actualmente, los equipos o maquinarias, permiten que las actividades sean más prácticas y en corto tiempo para la producción o servicio. En el rubro de restaurantes, contar con equipos de alta tecnología, quiere decir, contar con equipos, que realicen la comida en un corto tiempo, por ejemplo, las freidoras industriales, que fríen gran cantidad de papas al mismo tiempo, a diferencia que una sartén casera, es ahí un ejemplo claro, donde se ahorra tiempo y genera mayor producción. Con respecto a los insumos que son adquiridos en lugares confiables, el 100% de encuestados respondieron, que los productos que adquieren para la producción de comidas, son adquiridos en lugares confiables (Tabla 3). No coincide con otras investigaciones, ya que no consideraron esta pregunta en su estudio.

Todas las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017, adquieren sus productos en el mercado modelo de la ciudad, garantizando la calidad y sanidad de los productos que compran para la preparación de los alimentos, y así creando confianza de los consumidores. Con respecto a las políticas de precios, el 50 % de encuestados respondieron que ponen sus precios de acuerdo a la competencia, y el otro 50% respondieron que consideran los costos + ganancias (Tabla 3), no coincide con otras investigaciones, ya que no consideraron esta pregunta en su investigación. Como se puede observar la mitad de los representantes encuestados, consideran competir con otros restaurantes con los precios de su producto - servicio, mientras la otra mitad de encuestados, considera, que es mejor analizar los costos y ganancias para poner precios a su producto o servicio que brinda, porque les permite ver la rentabilidad de su negocio. Con respecto a las opiniones de los clientes, el 100 % de micro y pequeñas encuestadas, si están de acuerdo con las opiniones de los clientes (Tabla 3), por lo que coincide con la anterior investigación de Mallqui, (2017), que el 100% aceptan las opiniones de los clientes.

Al escuchar las opiniones de los clientes, les permite a las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes a mejorar, en algunos detalles que ellos mismos no se han dado cuenta anteriormente. Y que le permitirá en un futuro, tener la satisfacción del cliente al 100%.

Con respecto al tiempo de entrega de los pedidos, el 100% de encuestados respondieron que entregan los pedidos en el tiempo pactado con el cliente. No contrasta con otros autores, ya que no utilizaron esta pregunta en su investigación.

Las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, se encuentran en un mercado altamente competitivo dentro de la ciudad de Tingo María, por lo que siempre hacen referencia, que deben de atender rápido al cliente, y se preocupan para que los pedidos, sean entregados en la brevedad posible, ya que este rubro de restaurantes, por el mismo hecho de vender comida, cuando se demoran en la entrega, se enfrían los alimentos, y a muchos clientes no les agrada la comida fría.

Con respecto al nivel de satisfacción de la calidad del servicio, el 66,7% de encuestados consideran que la calidad de su servicio es bueno, mientras el 33,3% es regular (Tabla 3). Por el cual no coinciden otros autores, ya que en sus investigaciones no consideraron la siguiente interrogante.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas encuestadas, dicen que su nivel de calidad de servicio es bueno, ya que lo demuestran a través de la atención a los clientes, así mismo, por las opiniones que transmiten sus clientes a otras personas donde usualmente recomiendan los restaurantes. Se deduce, que la mayoría de restaurantes de la ciudad de Tingo María, busca ser competitivo ante los demás.

Con respecto a las estrategias de competitividad que deberían de implementar los restaurantes, el 58,3% respondieron que deberían tener mayor publicidad, mientras que el 47,7% considera mejorar el precio (Tabla 3). Cuya información no coinciden con otros autores, ya que no consideraron esta interrogante en su investigación.

La mayoría de representantes de los restaurantes consideran que implementar mayor publicidad es una estrategia, que ayudara a los restaurantes a ser más competitivos, mientras otros representantes consideran que se debería mejorar el precio. Por el cual se observó, que por la falta de publicidad de algunos restaurantes, no son tan conocidos, y es por ello que los negocios creen que la publicidad es una herramienta importante.

Con respecto a que si considera que su restaurante es competitivo, el 83,3% de encuestados respondieron que sí, mientras el 16,7% respondieron que no (Tabla 3). Cuya comparación no coincide con otros autores, ya que no utilizaron la interrogante en su investigación.

A pesar del desconocimiento de las herramientas de gestión por parte de los empresarios de

las micro y pequeñas empresas, se consideran competitivos, porque han logrado convertirse competitivas a través de sus habilidades y experiencias obtenidas a través de los años, que le permiten seguir aún en un mercado altamente competitivo.

Con respecto a los niveles de factores de competitividad, el 41,7% de encuestados consideran el nivel alto, mientras el 33,3% se consideran dentro del nivel medio, y el 25 % se encuentran en el nivel bajo (Tabla 3). No contrastan con investigaciones de otros autores, ya que no utilizaron la presente interrogante en su investigación.

El mayor porcentaje de encuestados, consideran que se encuentran en el nivel alto de competitividad, porque a pesar de su desconocimiento de las herramientas de gestión, han permanecido por mucho tiempo en un mercado competitivo, aprendiendo en el trayecto, las mejoras, para llegar a este nivel.

Con respecto a las ventajas competitivas, el 50% de encuestados considera que las ventajas es la calidad, mientras que el 33,3% consideran que es el precio, y el 16,7% creen que es el bajo costo (Tabla 3). No contrastan con investigaciones de otros autores, ya que no utilizaron la presente interrogante en su investigación.

Actualmente lo que los clientes buscan es la calidad en el servicio, buscan sentirse cómodos en un establecimiento donde les transmita confianza y pueda sentirse a gusto de permanecer por unas horas dentro del negocio, y que garantice que tendrá otra visita al establecimiento. Por lo que la mayoría de representantes consideran, que la ventaja competitiva, es la calidad en el servicio.

VI. CONCLUSIONES

- Referente a los representantes de las Micro y pequeñas empresas

En su mayoría, de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017, tienen una edad promedio de 30 a 50 años, el mayor porcentaje de representantes encuestados son de género masculino, con un grado de instrucción a nivel secundario, y cuentan con otras profesiones y dentro de otras : se encuentra dueño de negocio, además que dentro de su negocio también ocupan otros cargos, y que el tiempo que desempeñan el cargo es de 5 años a más.

- Referente a las Micro y pequeñas empresas

En su mayoría, las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Tingo María, año 2017, son formalizadas, que tienen de 3 a más trabajadores, el tipo de financiamiento que utilizaron es ajeno, por que requirieron prestamos de terceros, el objetivo de la creación de la micro y pequeñas empresa es maximizar ganancias.

- Referente a la Gestión de calidad en la competitividad

Para los representantes legales encuestados, consideran que las características de la gestión de calidad es satisfacer las necesidades de los clientes, en su mayoría los representantes de las micro y pequeñas empresas no aplican en sus negocios las herramientas de gestión, así mismo no cuentan con equipos de alta tecnología, en cuanto a los insumos lo adquieren en lugares confiables, mientras que su política de precio, la mitad de encuestados consideran que ponen precio de acuerdo a la competencia, mientras la otra mitad de encuestados ponen los precios verificando los costos y ganancias; también consideran todas las opiniones que los clientes puedan dar con respecto al negocio y servicio brindado, todas las micro y pequeñas empresas encuestadas, entregan sus pedidos en el tiempo pactado con el cliente. Y así mismo evalúan el nivel de satisfacción de los clientes con respecto a la calidad de servicio, y consideran que hasta el momento la mayoría de clientes tienen una respuesta favorable con respecto al servicio brindado, por lo que su satisfacción es buena. Los encuestados consideran que la publicidad es una estrategia importantes de competitividad, y que se debería de implementar más, en su mayoría de encuestados se encuentran en el nivel alto, dentro de los factores de competitividad, y toan muy en cuenta que la calidad es una ventaja de la competitividad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cabrera, A., López, P., & Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Documentos de Investigación, 1-56.
- Campos, C. (2015). *Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la primavera castilla, 2015*. Recuperado en <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039354>
- Concepto de Metodología, (2018). *Equipo de Redacción de Concepto*. De. Recuperado en <http://concepto.de/metodologia/>
- Gonzales, M. (1989). *Los servicios, concepto, clasificación* . Recuperado en <file:///C:/Users/USER/Downloads/DialnetLosServiciosConceptoClasificacionYProblmasDeMedic-1317365.pdf>
- Enciclopedia de Conceptos, (2018). *Competitividad*. Recuperado en <http://concepto.de/competitividad/>
- Julian, S. (2015). *Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes parrillas, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013*. Recuperado, en <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037731>.
- LEY N° 28015, (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa* .Recuperado en, <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- LEY N° 30056, (2013). *Y sus modificaciones laborales al régimen especial de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado, http://aempresarial.com/web/revitem/4_15478_20217.pdf

- Mallqui, J. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y formalización de las MYPES, sector comercial. rubro pollerías en la provincia de Leoncio prado – tingo maría, período 2017.* Recuperado, en <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045301>
- Reinoso, J. (2013). *Características de los diferentes tipos de servicio de mesa.* Recuperado en <https://prezi.com/ibjdrfaqlqj/caracteristicas-de-los-diferentes-tipos-de-s-de-mesa/>
- Ucha, F. (2011). *Gestión De Calidad. Sitio: Definición ABC.* Recuperado, en <https://www.definicionabc.com/economia/gestión-de-calidad.php>.
- Vásquez, J. (2013). *“Importancia de la MYPES en el Perú”.* Recuperado, en <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Vélez, N. (2009). *Conceptualización, investigación y propuesta de creación de un restaurante en el valle de aburra.* Recuperado en http://www.bdigital.unal.edu.co/836/1/21527021_2009.pdf
- Wigdoski, J. (2010). *Definición de población y muestra.* Recuperado, en <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Yahuana, P. (2017). *Caracterización de la competitividad y la gestión de calidad de las MYPE en el rubro restaurantes de la urbanización la alborada- Piura, año 2016.* Recuperado en <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043118>

ANEXOS

Anexo 01. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES DEL INFORME / TIEMPO	DURACIÓN														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Elaboración del proyecto	X														
Presentación y aprobación del proyecto		x													
Trabajo de campo			x												
Elaboración del pre informe de tesis			x												
Elaboración del pre informe final de tesis				x											
Revisión de la introducción					x										
Revisión de la literatura					x	x									
Revisan la metodología							x								
Revisión de resultados								x	x						
Revisión de conclusiones								x	x						
Revisión de referencias bibliográficas										x					
Anexos											x				
Presentación del informe final												x			

Anexo 02. Presupuesto

RUBRO UNIDAD		CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO PARCIAL	COSTO TOTAL
Material de Escritorio					1 412,50
Papel Bond A4	Ciento	1	0,05	5,00	
Lapicero	Unidad	3	0,50	1,50	
Lápiz	Unidad	1	1,00	1,00	
Borrador	Unidad	1	0,50	0,50	
Tajador	Unidad	1	0,50	0,50	
Corrector	Unidad	1	6,00	6,00	
Engrapador	Unidad	1	10,00	10,00	
Perforador	Unidad	1	10,00	10,00	
Tablero de madera	Unidad	1	7,50	7,50	
Clip	Caja	1	1,50	1,50	
Resaltador de	Unidad	3	6,00	18,00	
Fólder	Unidad	1	2,00	2,00	
Fólder de plástico	Unidad	2	4,50	9,00	
USB - 4Gb	Unidad	2	70,00	140,00	
Laptop HP	Unidad	1	1 200,00	1 200,00	
Costos Por Servicio					270,00
Impresión	Unidad	150	0,30	45,00	
Fotostática	Unidad	50	0,10	5,00	
Anillado	Unidad	4	15,00	60,00	
Internet	Horas	80	2,00	160,00	
Alimentación					335,00
Desayuno	Días	20	5,00	100,00	
Almuerzo	Días	20	8,00	160,00	
Cena	Días	15	5,00	75,00	
Movilidades					350,00
Pasajes	Días	10	5,00	50,00	
Pasajes	Días	10	30,00	300,00	
TOTAL					2367,50

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante al 100%.

Anexo 03. Cuadro de sondeo


N°	Razón Social	Reprentantes	Dirección	Ruc
1	Mahalo Restaurant	Recavarren Vigil, Maribel	Av. Alameda Perú N° 554	10230031164
2	Restaurante José Luis	Ríos Tinoco, Martha luz	Av. Raymondi N° 742	10229976015
3	Restaurante Gino	Matías Callupe, Cipriano	Av. Tito Jaime N°253	10230086074
4	Restaurante el jefe	Justo Adriano, Dino Percy	Av. Alameda Perú N° 838	10476181971
5	Carnes y Parrillas el Carbón	Huamán Huamán, Oscar	Av. Raymondi N°435	20489396867
6	Restaurant café bar Tapishos	Aquino Atavillos, Dionicio	Car. Marginal s/n Naranjillo	10229893713
7	Dtinto Y Madero	Huamán Porlles, Lissi Melina	Av. Alameda Perú N°391	20489741556
8	Restaurante Pizarro	Fernández Pizarro, Juan	Mercado mod. Segundo piso	10230189574
9	Restaurante las Maravillas	Barrera Hinostriza, Fabián	Av. Raymondi N° 190	no tiene ruc
10	Restaurante Gustitos de María	Bazan Hoyos, Rosa	Av. Raymondi N°599	10445716265
11	La sazón del Pato	Chocano Fernández, Jhony Javier	Av. San Martin N° 201	10230034066
12	Restaurante Mathias	Ruiz Pinedo, Alex Robinson	Jr. Pucallpa N°294	10459014794

Población: se contó una población de 20 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.

Muestra: La muestra dirigida estuvo conformada por 12 micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017.

Anexo 04. Cuestionario

Mahalo Restaurant


**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN

Reciba Usted mi cordial saludo y hare el presente cuestionario que tiene finalidad recoger información importante de los gerentes o administradores sobre la **Gestión de Calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector....., rubro**

Instrucciones: Le solicito leer bien la pregunta, responder cada interrogante marcando con una (x) en la alternativa correspondiente. Gracias

I. RESPECTO A LOS DATOS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES LEGALES

1. Edad del cliente a.

a. 18 - 30

b. 30 - 50

c. 50 a más

2. Genero:

a. Masculino

b. Femenino

3. Grado de instrucción

a. Primaria

b. Secundaria

c. Superior

d. Universitaria

4. ¿Cuál es tu profesión?

a. Administración

b. Contabilidad

c. Otros

5. ¿Cuál es el cargo que ocupa?

- a. Administrador
- b. Contador
- c. Otros

6. ¿Cuál es el tiempo que desempeña en el cargo?

- a. De 1 a 2 años
- b. De 3 a 4 años
- c. De 5 más años

II. RESPECTO AL PERFIL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

7. ¿Cuál es el tipo de organización que tiene?

- a. Formal
- b. Informal

8. ¿Cuál es el número de trabajadores?

- a. De 0 a 2
- b. De 3 a mas

9. ¿Cuenta con algún tipo de financiamiento?

- a. Propio
- b. Ajeno

10. ¿Cuál es el objetivo de la Mype?

- a. Maximizar ganancias
- b. Generar empleo

III. RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD

11. ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad?

- a. Reducción de costos
- b. Satisfacer las necesidades de los clientes
- c. Aumentar la presencia en el mercado

12. ¿Cuáles son las herramientas de gestión que le permite desarrollar sus funciones dentro de la empresa?

- a. Plan de negocio
- b. Reglamento interno

c. No aplica herramientas de gestión

13. ¿Cuenta con equipos de tecnología?

- a. Si
- b. No

14. ¿Los insumos son adquiridos en lugares confiables?

- a. Si
- b. No

15. ¿Cuáles son las políticas de precios?

- a. Presupuesto
- b. Competencia
- c. Costos + ganancias

16. ¿Está de acuerdo con las opiniones de los clientes?

- a. Si
- b. No

17. ¿tiempo de entrega de los pedidos?

- a. Tiempo pactado
- b. 1 hora
- c. Más tiempo

18. ¿Cuál es el nivel de satisfacción respecto a la calidad del servicio?

- a. Bueno
- b. Malo
- c. Regular

IV. RESPECTO A LA COMPETITIVIDAD

19. ¿Cuáles son las estrategias de competitividad que deberían implementar los Restaurantes?

- a. Ampliar la cartera de clientes
- b. Mejorar el precio Mayor publicidad

20. ¿Considera a su restaurante competitivo?

- a. Si
- b. No

Investigación de Marketing

21. ¿Cuáles son los niveles de los factores de competitividad?

- a. Nivel alto
- b. Nivel medio
- c. Nivel bajo

22. ¿Cuáles son las ventajas competitivas?

- a. Calidad
- b. Bajo costo
- c. Precio

Anexo 05. Hoja de trabajo

N°	PREGUNTAS	ALTERNATIVAS	TABULACION	FRECUENCIA ABSOLUTA (F.A)	FRECUENCIA RELATIVA (%)
1	Edad del representante	a). 18 –30 años	I	1	8,3
		b). 31 –50 años	IIII	6	50,00
		c). 51 a mas	IIII	5	41,7
		TOTAL	12	12	100,0
2	Sexo del representante	a). masculino	IIIIII	8	66,7
		b). femenino	IIII	4	33,3
		TOTAL	12	12	100,0
3	Grado instrucción del representante	a). primaria	II	2	16,7
		b). secundaria	IIII	5	41,7
		c). superior	II	2	16,6
		d). universitario	III	3	25,00
		TOTAL	12	12	100,0
4	Profesión	a). administración	II	2	16,7
		b). contabilidad	- - -	0	0,0
		c). otros	IIII IIII	10	83,3
		TOTAL	12	12	100,0
5	Cargo que ocupa	a). administrador	III	3	25,00
		b). contador	-	0	0,0
		c). otros	IIII IIII	9	75,00
		TOTAL	12	12	100,0
6	Tiempo que desempeña en el cargo	a). de 1 a 2 años	II	2	16,7
		b). de 3 a 4 años	II	2	16,7
		c). de 5 a más	IIII III	8	66,6
		TOTAL	12	12	100,0
7	Tipo de organización	a). formal	IIII IIII I	11	91,7
		b). informal	I	1	8,3
		TOTAL	12	12	100,0
8	Números de trabajadores	a). de 0 a 2	I	1	8,3
		b). de 3 a más	IIII IIII I	11	91,7
		TOTAL	12	12	100,0
9	Tipo de financiamiento	a). Propio	IIII	4	33,3
		b). Ajeno	IIII III	8	66,7
		TOTAL	12	12	100,0

10	Objetivo de la MYPE	a). Maximizar ganancia	IIII IIII I	11	91,7
		b). Generar empleo	I 12	1 12	8,3 100,0
		TOTAL			
11	Características de la gestión de calidad	a). Reducción De Costo.	II	2	16,7
		b). Satisfacer Las Necesidades De Los Clientes.	IIII IIII	10	83,3
		c). Aumentar La Presencia En El Mercado.	0	0	0,0
		TOTAL	12	12	100,0
12	Herramientas para el desarrollo dentro de la empresa	a). Plan de negocio.	IIII	5	41,7
		b). Reglamento interno.	-	0	0,0
		c). No aplica herramientas de gestión.	IIII II	7	58,3
		TOTAL	12	12	100,0
13	Equipos de alta tecnología.	a). SI	IIII	5	41,7
		b). NO	IIII II	7	58,3
		TOTAL	12	12	100,0
14	Productos adquirido en lugares confiables	a). SI	IIII IIII II	12	100,0
		b). NO	...	0	0,0
		TOTAL	12	12	100,0
15	Políticas de precio	a). Presupuesto	...	0	0,0
		b). Competencia	IIII I	6	50,00
		c). Costos + ganancias.	IIII I	6	50,00
		TOTAL	12	12	100,0
16	Están de acuerdo con las opiniones de os clientes	a). SI	IIII IIII II	12	100,0
		b). NO	...	0	0,0
		TOTAL	12	12	100,0
17	Entrega de pedidos	a). Tiempo pactado	IIII IIII II --	12 0	100,0 0,0
		b). 1 hora	--	0	0,0
		c). Más tiempo	12	12	100,0
		TOTAL			

		TOTAL			
18	Nivel de satisfacción en la calidad del servicio	a). Bueno b). Malo c). regular TOTAL	IIII IIII --- II 12	10 0 2 12	66,7 0,0 33,3 100,0
19	Estrategias de competitividad	a). Ampliar la cartera de cliente b). Mejorar el precio c). Mayor publicidad. TOTAL	- IIII IIII II 12	0 5 7 12	0,0 41,7 58,3 100,0
20	Restaurante competitivo	a). SI b). NO TOTAL	IIII IIII II 12	10 2 12	83,3 16,7 100,0
21	Nivel de factor de competitividad	a). Nivel alto b). Nivel medio c). Nivel bajo TOTAL	IIII III III 12	5 4 3 12	41,7 33,3 25,00 100,0
22	Ventajas competitivas	a). Calidad b). Bajo costo c). Precio TOTAL	IIII I II III 12	6 2 4 12	50,00 16,7 33,3 100,0

Anexo 06. Figuras

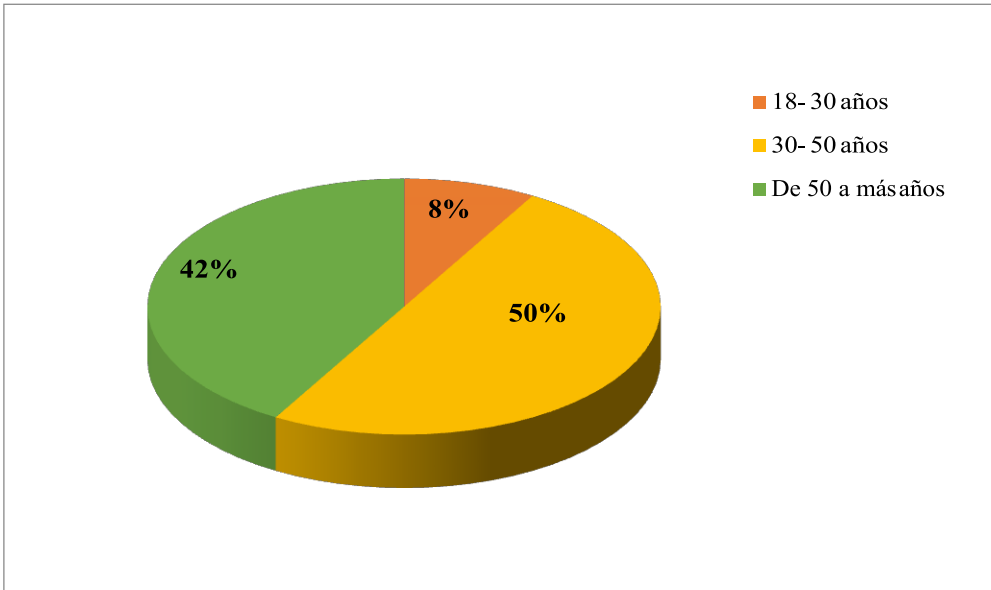


Figura 1. Edad de los representantes de las MYPES.

Fuente: Tabla 1.

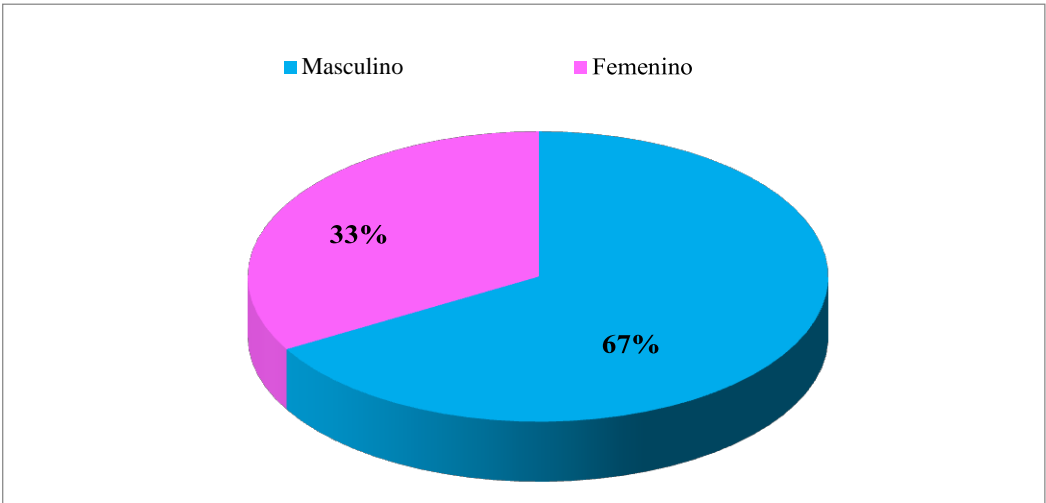


Figura 2. Género de los representantes de las MYPES.

Fuente: Tabla 1.

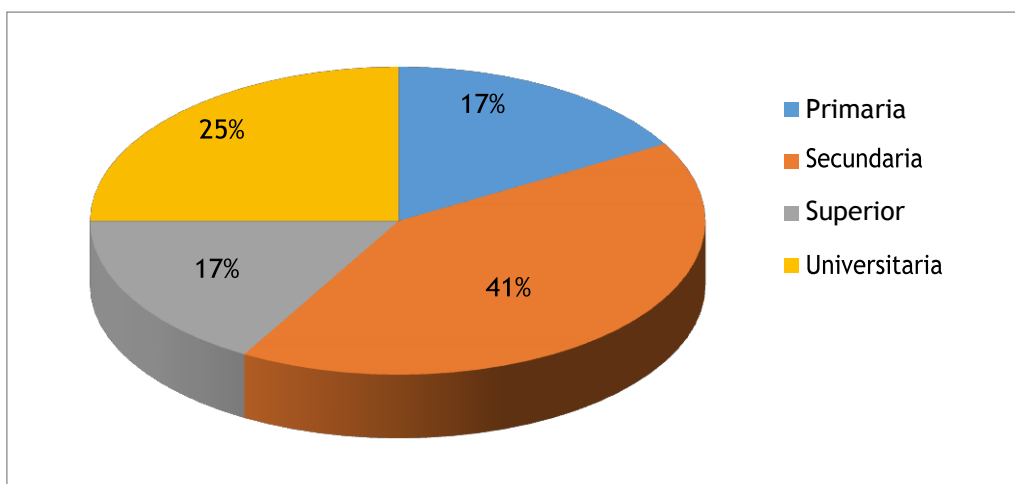


Figura 3. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.

Fuente: Tabla 1.

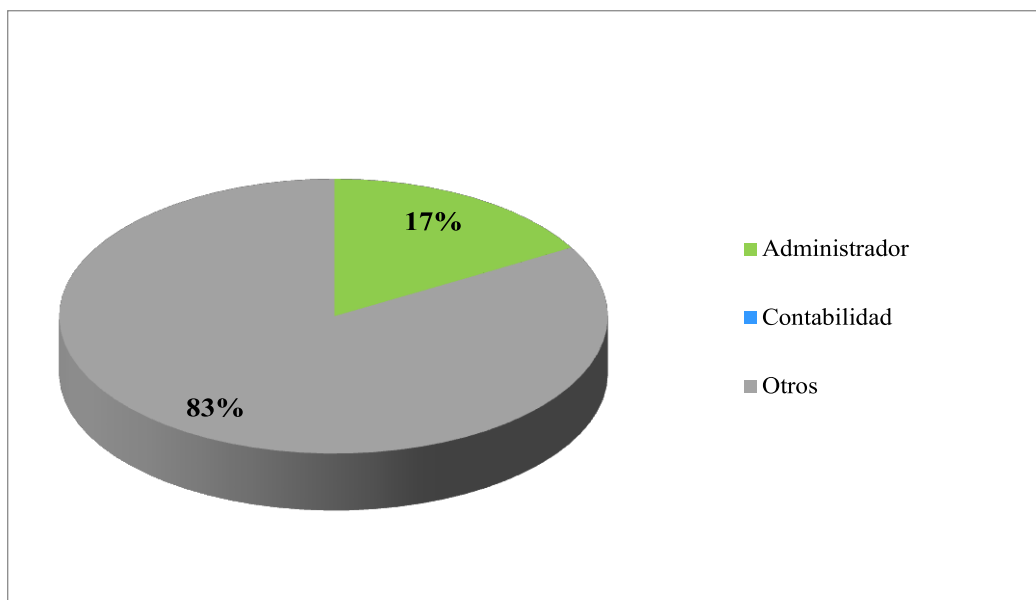


Figura 4. Profesión que ejercen los representantes.

Fuente: Tabla 1.

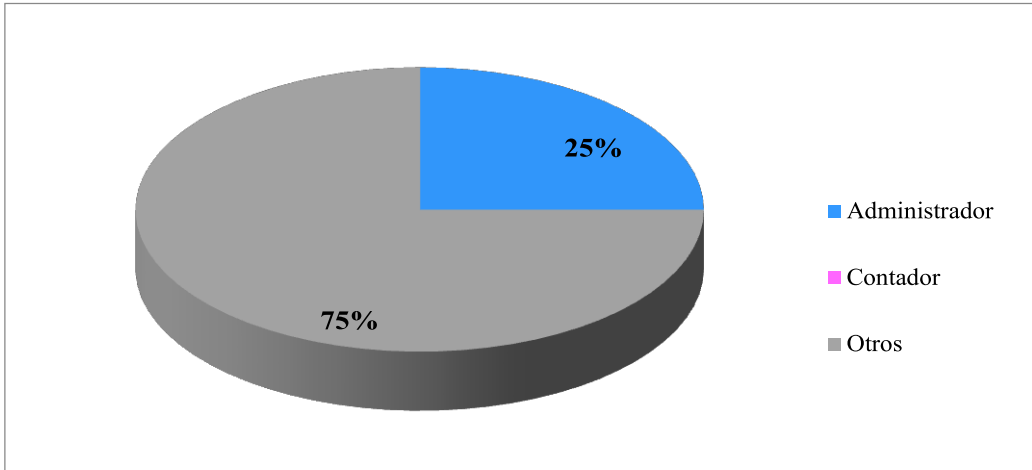


Figura 5. Cargo que ocupan los representantes.

Fuente: Tabla 1.

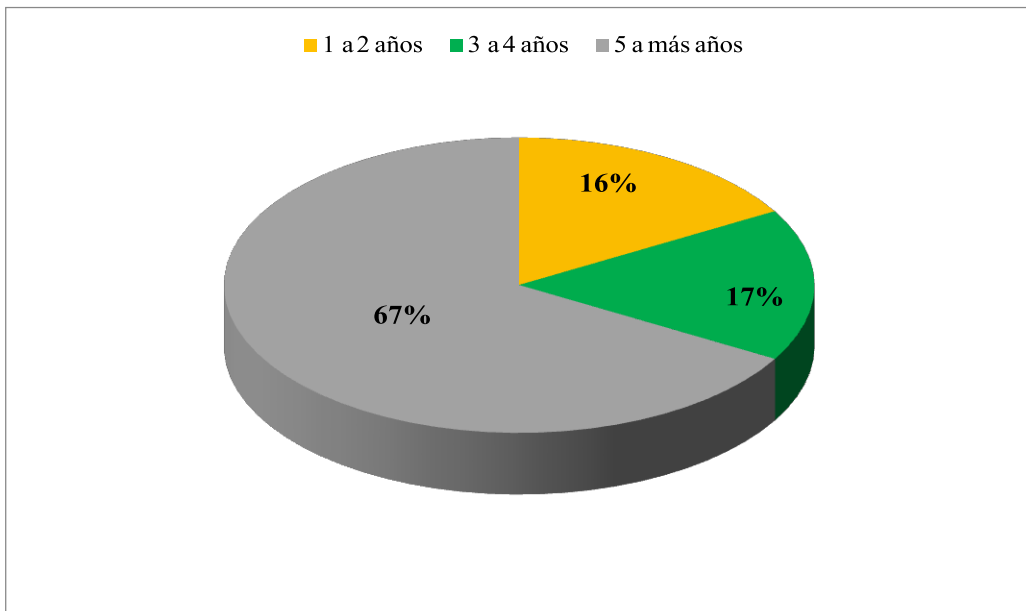


Figura 6. Tiempo en el cargo.

Fuente: Tabla 1.

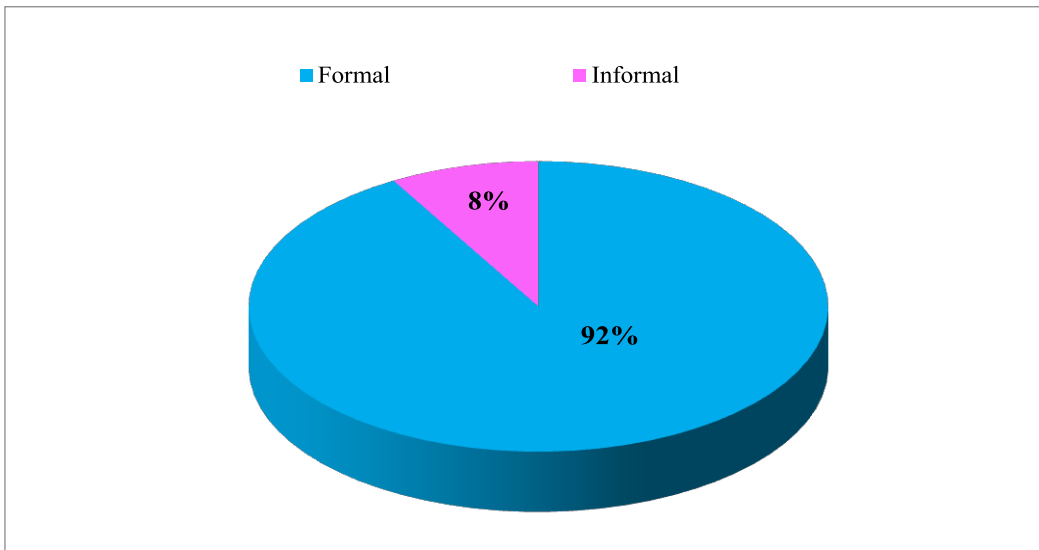


Figura 7. Tipo de Organización.

Fuente: Tabla 2.

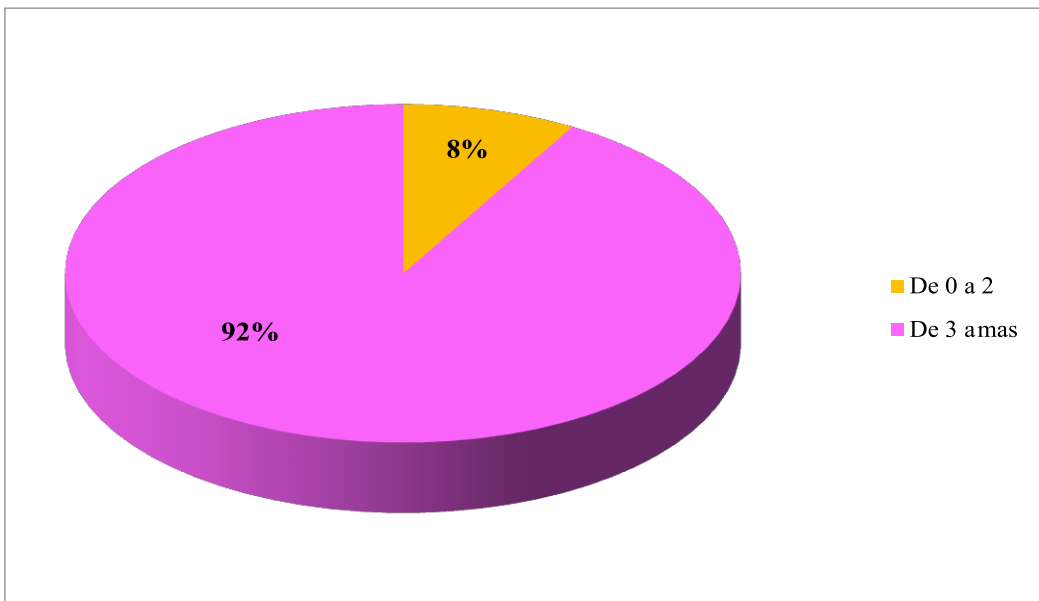


Figura 8. Cantidad de trabajadores.

Fuente: Tabla 2.

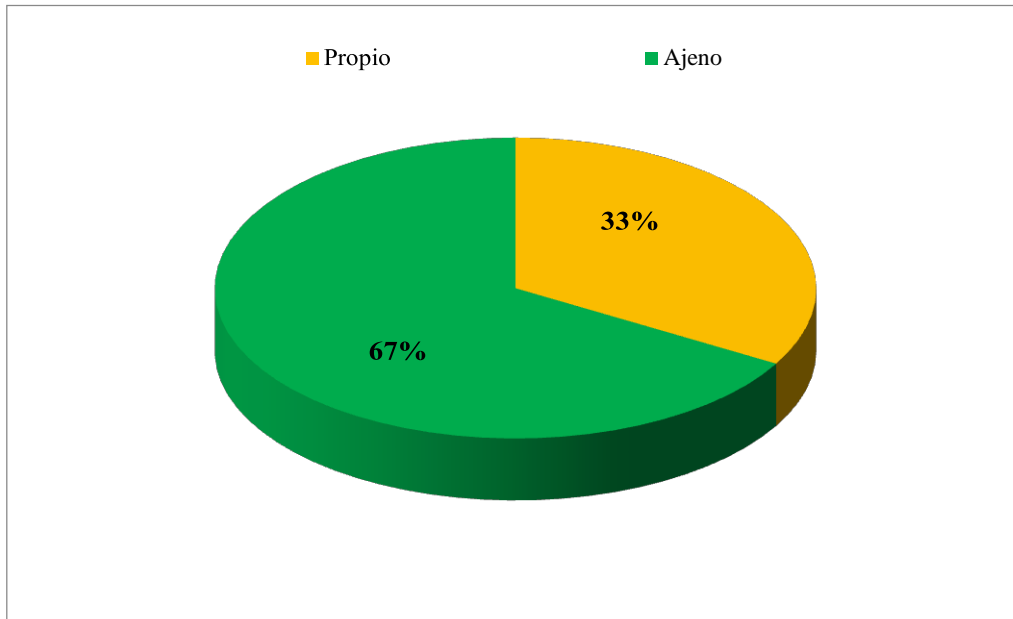


Figura 9. Tipo de financiamiento.

Fuente: Tabla 2.

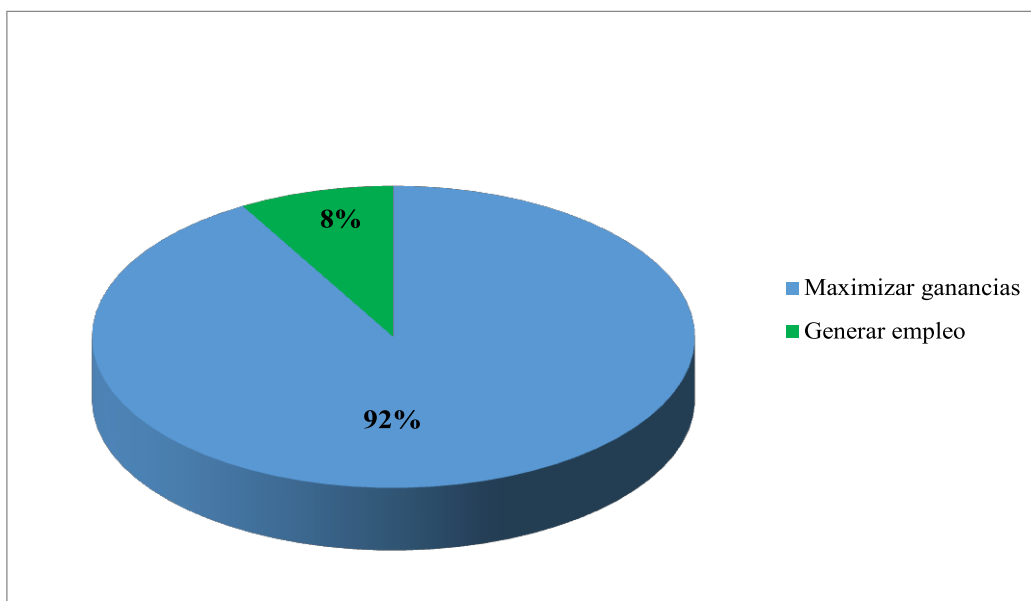


Figura 10. Objetivo de la MYPE.

Fuente: Tabla 2.

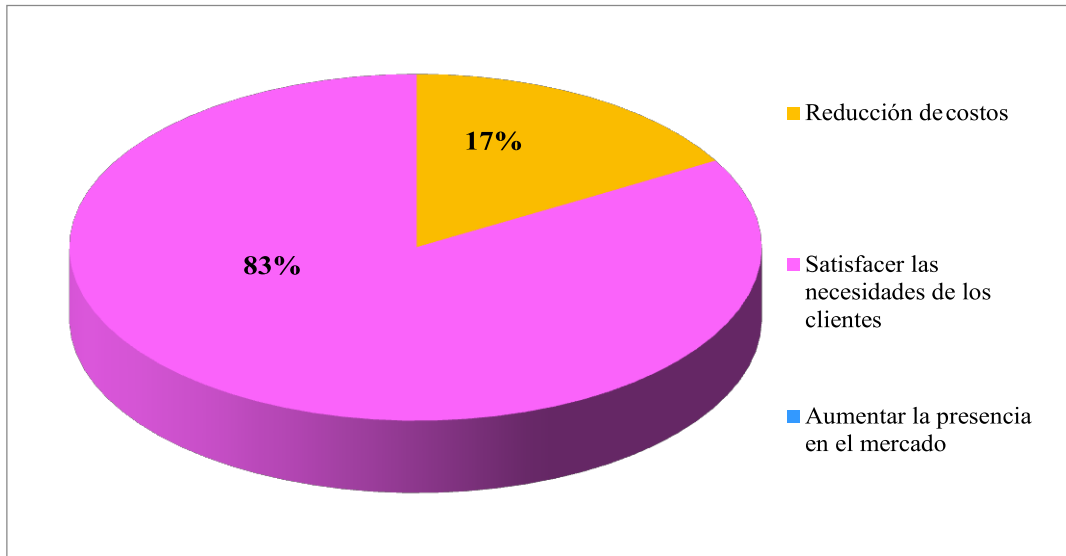


Figura 11. Características de la gestión de calidad.

Fuente: Tabla 3.

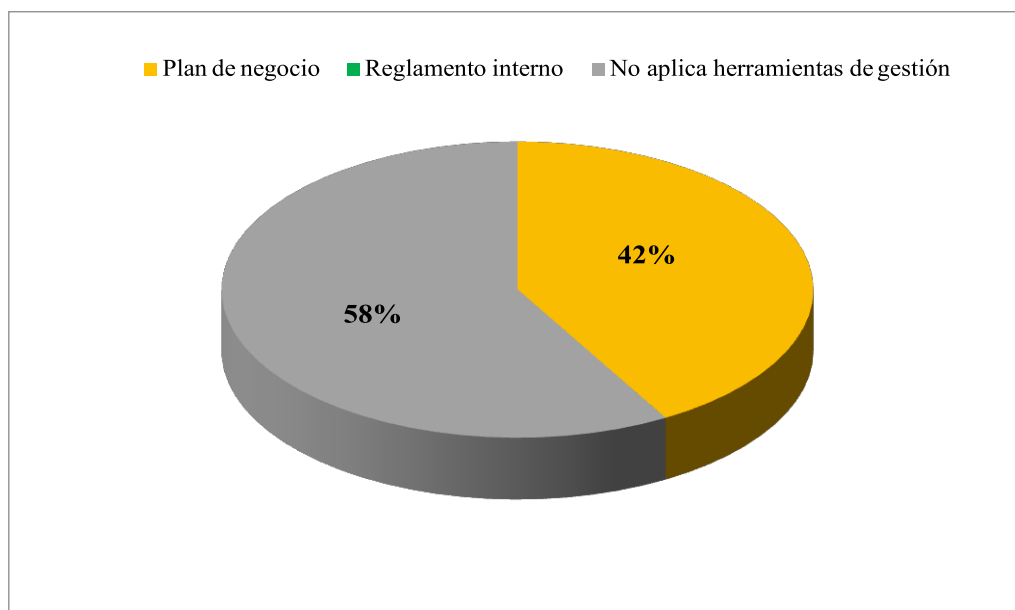


Figura 12. Dificultades para la implementación de gestión de calidad.

Fuente: Tabla 3.

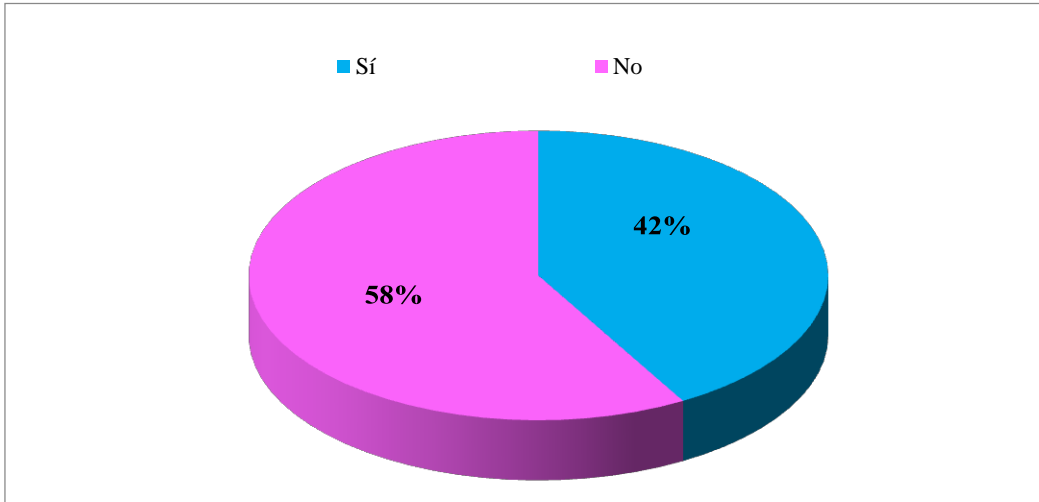


Figura 13. Actualización con equipos de alta tecnología.

Fuente: Tabla 3.

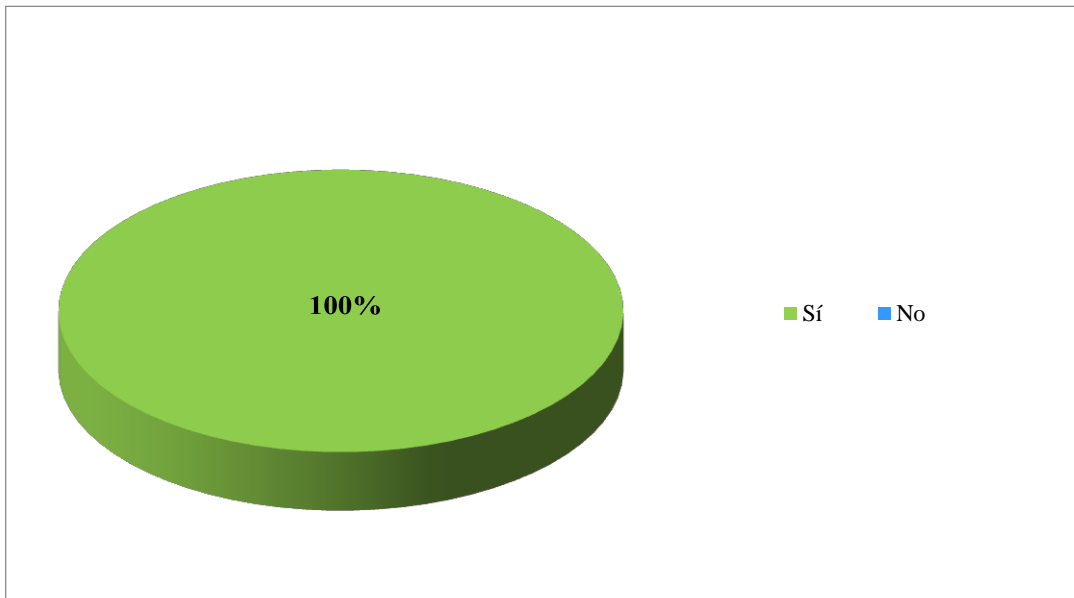


Figura 14. Los insumos son adquiridos en lugares confiables.

Fuente: Tabla 3.

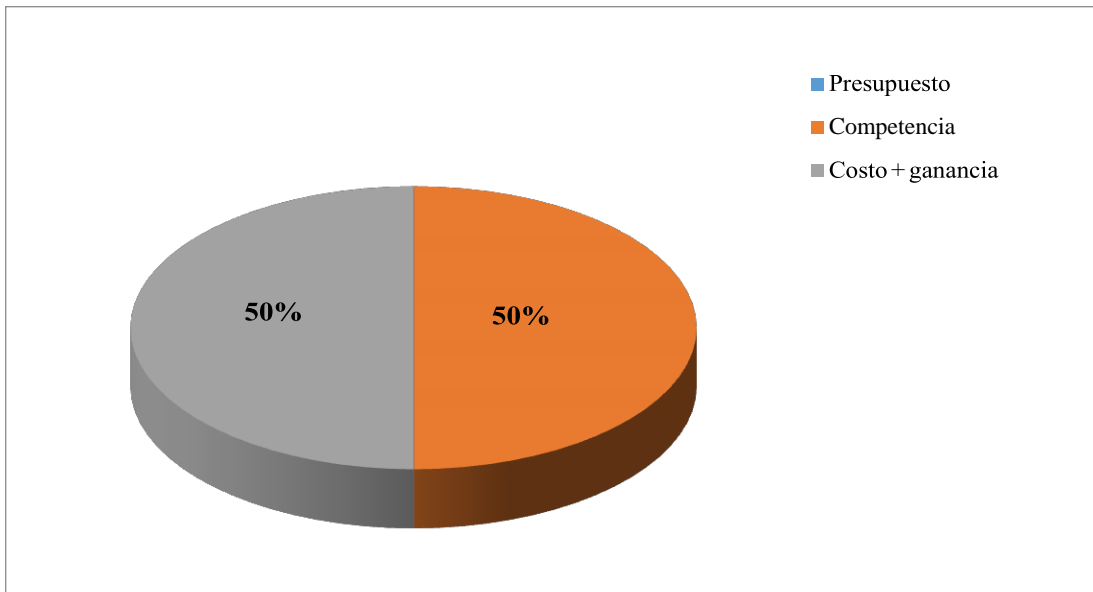


Figura 15. Políticas de precio.

Fuente: Tabla 3.

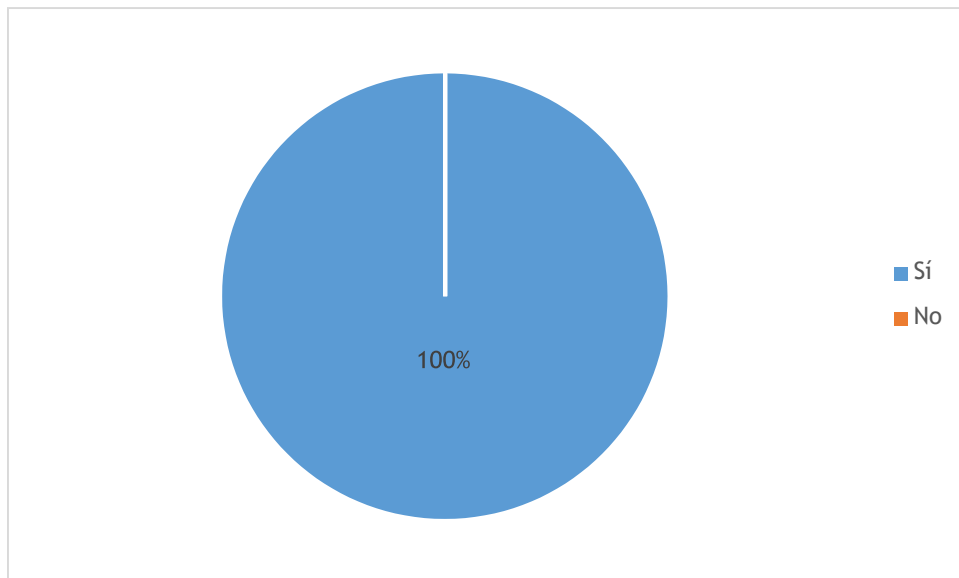


Figura 16. Aceptan opiniones de los clientes.

Fuente: Tabla 3.

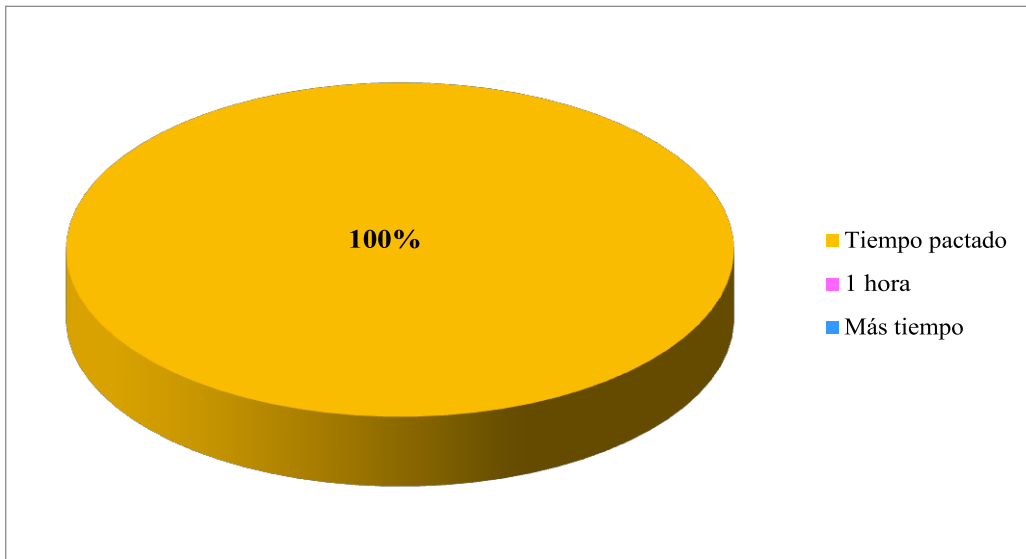


Figura 17. Tiempo de entrega de los pedidos.

Fuente: Tabla 3.

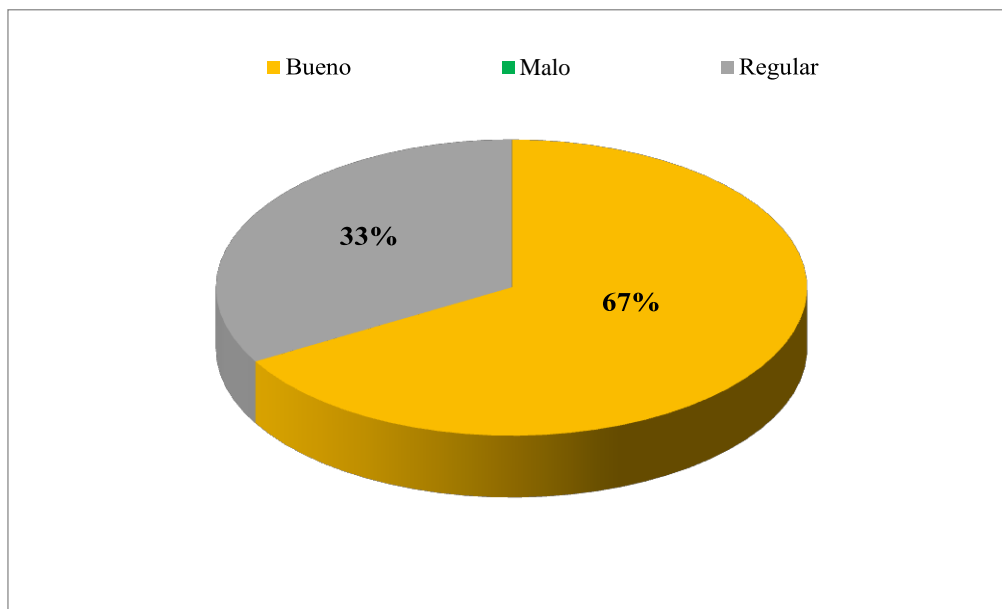


Figura 18. Nivel de satisfacción respecto a la calidad de servicio.

Fuente: Tabla 3.

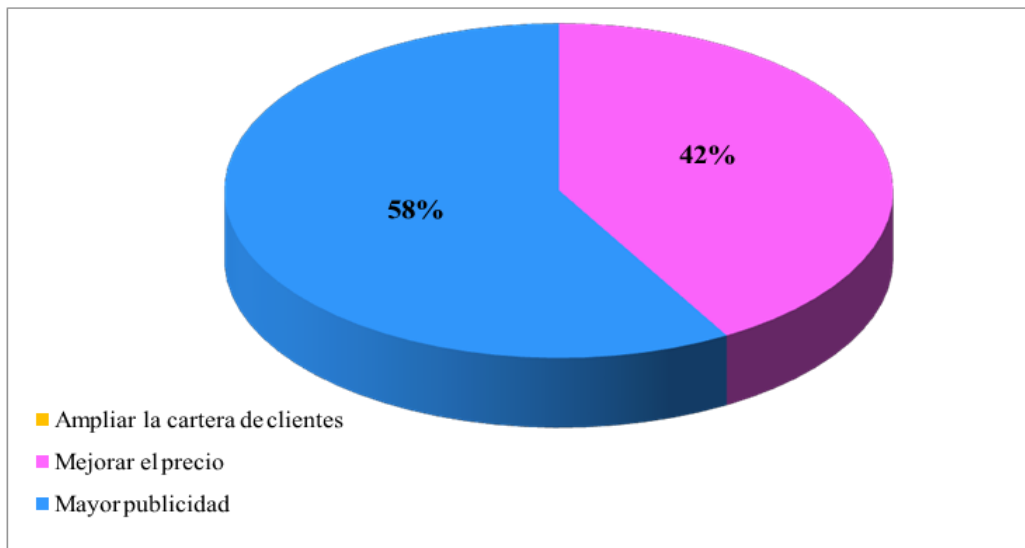


Figura 19. Estrategias de competitividad que deberían implementar los Restaurantes.
Fuente: Tabla 3.

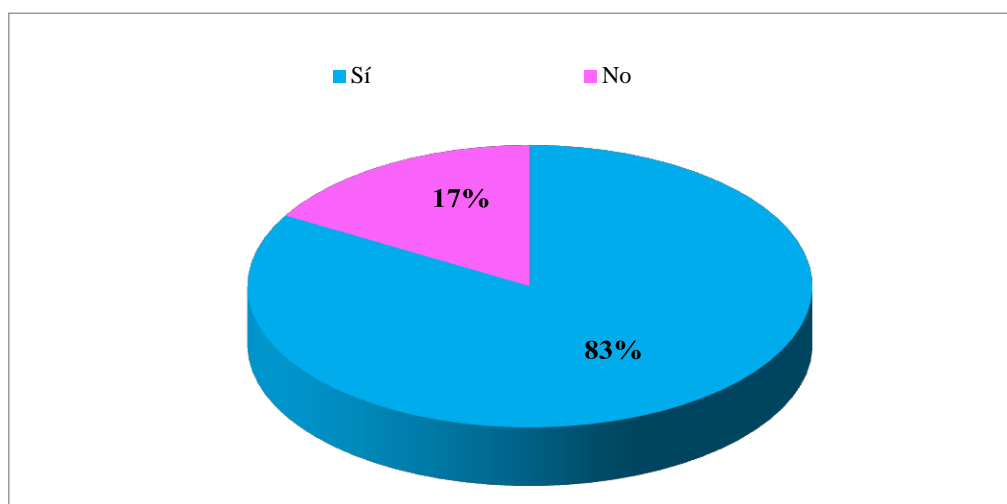


Figura 20. Considera a su restaurante competitivo.

Fuente: Tabla 3.

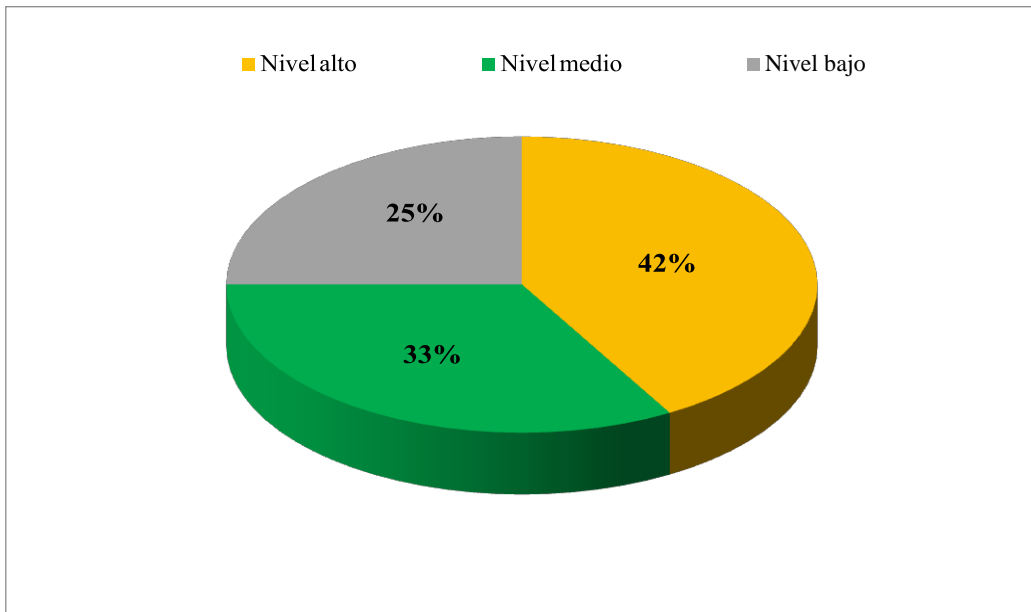


Figura 21. Niveles de los factores de competitividad.

Fuente: Tabla 3.

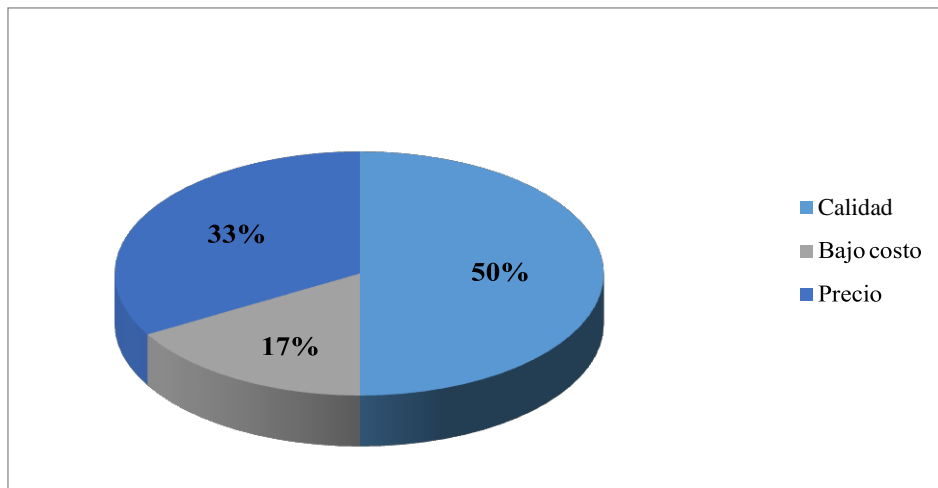


Figura 22. Ventajas competitivas.

Fuente: Tabla 3.