

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL
FINANCIAMIENTO EN LAS MYPES, DEL
SECTOR SERVICIO - RUBRO RESTAURANTES
DEL DISTRITO DE HUARAL 2018**

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

AUTORA:

BR. JENNY MARLENE PARIASCA ZARATE

ASESOR:

MG. SIMON POMA ANCCASI

LIMA – PERU

2019

Hoja de firma de jurado y asesor

Dra.Zenozain Cordero Carmen Rosa
Presidente

Lic.Adm. Espinosa Otoyá Víctor Hugo
Miembro

Mg. Meza De Los Santos Juan Pablo
Miembro

Mg. Poma Anccasi Simón
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por estar
conmigo siempre por
ser mi guía y
fortalecer mi corazón.

A la Universidad Católica
Los Ángeles de Chimbote,
a mis profesores por
enseñarme a ser un buen
profesional.

DEDICATORIA

A mi madre que siempre
es mi apoyo incondicional
que ha luchado día a día
para hacer de mí, la
persona que soy, te amo
madre.

A mis hijas quienes son mi
mayor motivación y la
razón de mi lucha
constante, las amo.

RESUMÉN

En el presente trabajo de investigación, se tuvo como objetivo general, describir las principales características de la Gestión de Calidad y el financiamiento, en las MYPES del sector comercio – rubro restaurantes del Distrito de Huaral 2018. La investigación fue descriptiva, para realizar dicha investigación tuvimos una muestra poblacional de 26 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, utilizando la técnica de encuesta, obteniendo los siguientes resultados:

Con respecto a las características de los Representantes legales de las Mypes, tenemos que los empresarios encuestados el 77.00% son adultos y 23.00% son adultos mayores, el 23.00% es de sexo masculino y 77.00% femenino, el 62.00% son casados. el 31.00.% son convivientes y 7.00% son solteros, el 38.00% tiene estudios superiores no universitarios y el 31.00% estudios superiores universitarios; así mismo, las principales características de las MYPES del ámbito de estudio tenemos que el 61.00% es de tipo jurídica, el 50.00% son trabajadores permanentes el 100.00% tiene más de un año en el mercado, el 69.00% tiene de 1 a 5 trabajadores y el 100.00% fue creado para generar dinero y las características de la Gestión de Calidad, vemos que en promedio el 50.00% cuenta con documentos de gestión, el 88.00% Considera usted que las estrategias que actualmente desarrolla en su servicio le permitirá mantenerse en el mercado, el 80.00% Considera que el valor de propuesta que ofrece a sus clientes, es el punto diferenciador de sus competidores, y con respecto al financiamiento vemos que el 70.00% utiliza medios de publicidad, el 77.00% no tuvo dificultad para acceder al financiamiento.

En conclusión consideramos que existen buenas estrategias de las mype para ser acceder al financiamiento y todos tienen conocimiento de la gestión de calidad, pero aun falta implementarlas en su totalidad para garantizar un buen servicio y una buena atención al cliente.

Palabras clave: Gestión de Calidad, Financiamiento, restaurantes, MYPES.

ABSTRACT

In the present research work, the main objective was to describe the main characteristics of Quality Management and financing, in the MYPES of the commerce sector - restaurant sector of the Huaral District 2018. The investigation was descriptive; to carry out said research We had a population sample of 26 Mypes, to whom a questionnaire of 21 questions was applied, using the survey technique, obtaining the following results:

With respect to the characteristics of the Legal Representatives of the Mypes, we have that the surveyed businessmen 77.00% are adults and 23.00% are seniors, 23.00% are male and 77.00% are female, 62.00% are married. 31.00% are cohabitants and 8.00% are single, 38.00% have higher non-university studies and 31.00% higher university studies; Likewise, the main characteristics of the MYPES of the field of study we have that 61.00% is legal, 50.00% are permanent workers 100.00% have more than a year in the market, 69.00% have 1 to 5 workers and 100.00% was created to generate money and the characteristics of Quality Management, we see that on average 50.00% have management documents, 88.00%. Do you consider that the strategies currently developed in your service will allow you to stay in business? Market, 80.00% considers that the value of the proposal offered to its customers is the differentiating point of its competitors, and with respect to financing we see that 70.00% uses advertising media, 77.00% had no difficulty accessing financing.

In conclusion, we consider that there are good MYPE strategies to be able to access financing and everyone has knowledge of quality management, but they still need to be fully implemented to guarantee good service and good customer service.

Keywords: Quality Management, Financing, restaurants, MYPES.

ÍNDICE DE CONTENIDO

TITULO DE LA TESIS.....	i
HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR	ii
AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA	iii
RESUMÉN Y ABSTRACT	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE GRAFICOS Y TABLAS	viii
I.-INTRODUCCIÓN.....	11
II.-REVISION DE LA LITERATURA.....	18
III.-METODOLOGIA	62
3.1.-Diseño de la Investigación.....	62
3.2.-Universo/Población y Muestra:	64
3.3.- Definición y Operacionalización de variables.	65
3.4.-Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	69
3.5.-Plan de Análisis	70
3.6.-Matriz de consistencia.....	71
3.7.-Principios Éticos:.....	72
IV.- RESULTADOS.....	73
4.1. Resultados	73
4.2 Análisis de los Resultados.....	94
V. CONCLUSIONES.....	99
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	101
REFERENCIAS	101
ANEXO	104
Anexo 1.....	104
Anexo 2.....	107

ÍNDICE DE GRAFICOS Y TABLAS

TABLAS

Tabla 1 Característica del Representante Legal de la MYPE.....	65
Tabla 2 Característica de la MYPE	66
Tabla 3 Característica de Gestión de Calidad y la Formalización.....	67
Tabla 4 Matriz de Consistencia.....	71
Tabla 5 Edad del Encuestado	73
Tabla 6 Genero del Encuestado.....	74
Tabla 7 Estado Civil.....	75
Tabla 8 Grado de Instrucción.....	76
Tabla 9 Que tipo de empresa es	77
Tabla 10 Cuantos años de formada tiene la empresa	78
Tabla 11Cual es la finalidad por la que se creó la empresa.....	79
Tabla 12 Que tipos de trabajadores tiene su empresa.....	80
Tabla 13Cuantos trabajadores tiene su empresa.....	81
Tabla 14Usted utiliza medios de publicidad para que su MYPE sea conocido	82
Tabla 15Considera que sus precios actuales que ofrece el servicio le permitirán mantener una rentabilidad creciente a largo plazo	83
Tabla 16A lo largo de la inversión los tipos costos utilizados en el desarrollo del servicio le ha permitido liderar frente a sus competidores.....	84
Tabla 17Tuvo dificultad para acceder a un financiamiento	85
Tabla 18Cree Ud. que el financiamiento genere mayor rentabilidad a las MYPE.....	86

Tabla 19 Usted financia su MYPE con ahorros personales	87
Tabla N° 20 Su MYPE Su MYPE cuenta con documentos de gestión, como Metas, Objetivos, Proyecto	88
Tabla N° 21 Considera usted que las estrategias que actualmente desarrolla en su servicio le permitirá mantenerse en el mercado	89
Tabla N° 22 Considera que el valor de propuesta que ofrece a sus clientes, es el punto diferenciador de sus competidores	90
Tabla N° 23 Cree ud que las técnicas de medición que utiliza para conocer la satisfacción de sus clientes son las adecuadas.....	91
Tabla N° 24 Las técnicas de capacitación que desarrolla para mejorar el desempeño de sus colaboradores son las correctas	92
Tabla N° 25 Dentro de su plan de trabajo, designa un presupuesto para Invertir en la formación de usted y sus colaboradores	93

FUGURAS

Tabla 1 Edad del Encuestado	73
Tabla 2 Genero del Encuestado.....	74
Tabla 3 Estado Civil.....	75
Tabla 4 Grado de Instrucción.....	76
Figura 5 Que tipo de empresa es	77
Figura 6 Cuantos años de formada tiene la empresa.....	78
Figura 7Cual es la finalidad por la que se creó la empresa	79
Figura 8 Que tipos de trabajadores tiene su empresa	80

Figura 9 Cuantos trabajadores tiene su empresa	81
Figura 10 Usted utiliza medios de publicidad para que su MYPE sea conocido ..	82
Figura 11 Considera que sus precios actuales que ofrece el servicio le permitirán mantener una rentabilidad creciente a largo plazo	83
Figura 12 A lo largo de la inversión los tipos costos utilizados en el desarrollo del servicio le ha permitido liderar frente a sus competidores	84
Figura 13 Tuvo dificultad para acceder a un financiamiento	85
Figura 14 Cree Ud. que el financiamiento genere mayor rentabilidad a las MYPE.....	86
Figura 15 Usted financia su MYPE con ahorros personales	87
Figura 16 Su MYPE Su MYPE cuenta con documentos de gestión, como Metas, Objetivos, Proyecto	88
Figura 17 Considera usted que las estrategias que actualmente desarrolla en su servicio le permitirá mantenerse en el mercado	
Figura 18 Considera que el valor de propuesta que ofrece a sus clientes, es el punto diferenciador de sus competidores	90
Figura 19 Cree Ud. que las técnicas de medición que utiliza para conocer la satisfacción de sus clientes son las adecuadas.....	91
Figura 20 Las técnicas de capacitación que desarrolla para mejorar el desempeño de sus colaboradores son las correctas	92
Figura 21 Dentro de su plan de trabajo, designa un presupuesto para Invertir en la formación de usted y sus colaboradores	93

I.-INTRODUCCIÓN:

El Distrito de Huaral fue creado el 31 de Octubre de 1,890, ocurrió luego de haber permanecido ligado durante 128 años a la antigua Villa de Chancay, creada en 1562. Huaral, como la mayoría de las ciudades costeras del país no ha sido ajena al proceso migratorio de los pobladores del interior del Perú que a partir de los 60 empezaron a llegar a nuestra ciudad para posesionarse de su entorno formando los pueblos jóvenes, asentamientos humanos, centros poblados, etc., muchos de los cuales nacieron como producto de las invasiones, así podemos decir que la ciudad de Huaral se encuentra enclavada en pleno valle de Chancay, a 8 kilómetros de la margen derecha del río, rodeado de verdor y cerros teniendo como moradores a gente profundamente hospitalaria.

En la actualidad, los mercados de todo el mundo se caracterizan cada vez más por su elevado dinamismo, globalización y competencia. El recrudecimiento de esta competencia coincide con un incremento del nivel de sofisticación del cliente, lo que obliga a las empresas que deseen sobrevivir a mejorar constantemente su nivel de competitividad. Siguiendo al profesor **Lizcano (1996: 240)**, la competitividad de los productos está en función de la capacidad de los mismos para satisfacer a los clientes, principal objetivo de toda organización, quienes fundamentan su decisión en dos elementos: precio y, especialmente, calidad. En efecto, como consecuencia de los cambios operados en el contexto social y económico, sobre todo, a partir de los años ochenta, la obtención y reconocimiento de una calidad adecuada a las posibilidades de la organización se ha convertido en un objetivo prioritario de la alta dirección. No

obstante, la calidad no es un concepto nuevo.

Juran (1951: 44) señala que incluso en la Biblia pueden encontrarse primitivas especificaciones de calidad. Lo que sí es relativamente reciente, al menos en Occidente, es la aproximación actual efectuada al mismo como consecuencia de una progresiva evolución que va desde la era de la fabricación artesanal, donde el propio maestro artesano, ante la necesidad de basar su reputación en la perfección de su obra, efectuaba personalmente un exhaustivo control de las especificaciones expuestas por el cliente, hasta la calidad total que, en opinión de Udaondo (1992: 3) es el fenómeno estrella del fin de siglo, comparable, según, señala Karatsu (1992: 10), con una tercera revolución industrial. Obtener una definición de calidad total no es complicado, especialmente cuando se asienta en un objetivo tan sencillo como es la plena satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes de una manera tan eficiente y rentable como sea posible.

FOGAPI (2014), Las MYPES en América Latina representan cuantitativamente cerca del 97.56 % del total de empresas, de ellas un 84.6% son atendidos con servicios financieros, esencialmente créditos; el 12.2% con alguna forma de capacitación; y el 3.2% con algún tipo de asistencia técnica.

Resaltando el avance en este aspecto de algunos países de la región tenemos que en Chile el Estado ha creado un programa Crédito CORFO inversión, que busca incentivar a los microempresarios a acceder a los financiamientos de largo plazo, con dos Tasas de interés bajas, que permitiría a las empresas ser más competentes y viables. Otro país que muestra iniciativas desde el sector público es Argentina, según un artículo en el diario El Peruano existen programas como es el Fondo Nacional para

la Creación y Consolidación de Micro emprendimientos (FOMICRO) es un programa a cargo del Banco de la Nación Argentino (BNA).

FOGAPI (2014), En Perú, las Micro y Pequeñas Empresas – MYPES constituyen el estrato empresarial más importante del país, no sólo porque representa más del 99,6% del universo empresarial del país (más de 2.5 millones de MYPES), sino porque además en los últimos 6 años han crecido en más del 42.2%, lo cual en términos de cantidad de empresas es bastante significativo.

Los diferentes enfoques de la realidad y problemática en el ámbito del mercado de Restaurante en Huaral, iniciaron en mí una inquietud científica de conocer los niveles de gestión de calidad y financiamiento para poder identificar la oferta y la demanda así como en financiamiento bancario o no bancario. Por estas razones y previo diálogo con los propietarios y trabajadores de los establecimientos en mención, se decidió realizar el estudio. Se tiene en cuenta el avance y el desarrollo del micro y pequeñas empresas (MYPE) en nuestra ciudad, han generado enormes ingresos y recursos financieros considerados como una unidad generadora de empleo de innovación tecnológica y de crecimiento empresarial.

Planeamiento del problema

Caracterización del problema

Las micro y pequeñas empresas (Mypes) son unidades económicas que pueden desarrollar actividades de producción, comercialización de bienes, prestación de servicios, transformación y extracción, existen casi 6 millones a nivel nacional, 93.9% microempresas (1 a 10 trabajadores) y solo 0.2% pequeñas (de 1 a 100 trabajadores), el resto, 5.9% son medianas y grandes empresas. Las Mypes

mayormente surgen por necesidades insatisfechas de sectores pobres, por desempleo, bajos recursos económicos, trabas burocráticas, dificultades para obtener créditos, entre otros.

Según la Sociedad de Comercio Exterior (ComexPerú) de las 5.9 millones de Pymes existentes en 2017 únicamente 7,400 (0.12%) son exportadoras que representan solo 1.8% del total de las exportaciones, esta situación es advertida también por la Asociación de Exportadores (Adex), en el primer semestre 2018 han dejado de exportar 1,480 Mypes (1,337 microempresas y 143 pequeñas) demostrándose la debilidad de este sector, además, a pesar que brindan trabajo a 8.2 millones de personas (principalmente en comercio, servicios, producción y extracción), es grave su extrema informalidad (83.5% en 2017).

En junio 2017 se aprobó un Fondo para Fortalecimiento Productivo Mypes (Forpro) para permitirles financiar capital de trabajo, sin embargo, fracasó por la exigencia de formalización y de pertenecer al régimen tributario o general del Impuesto a la Renta. Otro fondo denominado Crecer ha sido incluido en el pedido de facultades legislativas que financiaría las Mypes sin previo requisito de formalidad, cuyo procesamiento sería muy complicado, y todavía no ha implementado. Un reciente proyecto del Ministerio de Trabajo ofreciendo una ley laboral juvenil para Mypes promoviendo contrataciones formales indefinidas, no muestra indicios de concretarse. Las Mypes cumplen un rol fundamental, su aporte produciendo u ofertando bienes y servicios, adquiriendo y vendiendo productos o añadiéndoles valor agregado constituye un elemento determinante en la actividad económica y generación de empleo, pero, carecen de capacitación, poca gestión de negocios, falta de capitales de

trabajo por elevado financiamiento de crédito, poca asistencia técnica, y demasiada informalidad.

Bajo este panorama, es indispensable que el gobierno, ministerios e instituciones involucrados accionen una agresiva política para promocionar las Mypes efectuándose coordinaciones con el sector privado para introducir las en la actividad exportadora y buscar cómo aprovechar las oportunidades que generan los TLC (tenemos 20 acuerdos con 50 países), además, brindándoles financiamientos de crédito competitivos y accesibles, implementando comités locales y regionales orientadores para su formalización, constitución, organización y gestión que coadyuven a mejorar su calidad, productividad y competitividad.(www.connuestroperu.com, Por Alfredo Palacios Dongo).

ISO 9001 + ISO 14001 (Sistema de gestión integrado)

Implantando estas 2 normas juntas, se consigue el denominado sistema de gestión integrado. Uno de los más completos que existen y muy recomendable en el mercado turístico. Combina la satisfacción del cliente con la integración en el medioambiente y la sostenibilidad.

Según la Cámara de Comercio de Lima (CCL) el 43% de los turistas llegan atraídos por la gastronomía. Esto ha motivado que muchos emprendedores apuesten por la comida peruana. Sin embargo, según una publicación de la versión digital del diario Gestión (“Sólo 800 de 220,” 2014) del total de establecimientos que se inauguran mes a mes en el Perú, casi un 50% cierra antes de los tres meses, pues no hay conciencia de un servicio de calidad.

Las MYPE en la ciudad de Huaral en un gran porcentaje son de administración

independiente, generalmente son dirigidas por sus propios dueños. El local donde trabajan, casi siempre son alquilados, muchos no cuentan con especialización en el trabajo, muchos de ellos no utilizan técnicas de gestión, y a su vez su financiamiento no es el adecuado, emplean entre una a tres personas, generalmente.

En el Distrito de Huaral los Restaurantes han convertido en una suerte de sitio turístico por la calidad, variedad, presentación, ubicación y seguridad del local y el producto que ofrece a los comensales de todo el Perú, que llega a nuestra hermosa tierra a disfrutar de los potajes como son: El plato de bandera el “Chancho al Palo”, el pato en ají, el picante de cuy, el chicharrón de conejo y la famosa carapulca huaralina, esto ha conllevado a que muchos micros y pequeños empresarios incursionen en el rubro servicios – Restaurantes . Es por ese motivo que se hace la siguiente investigación para garantizar la calidad y el financiamiento de Servicio en el Rubro comercio Restaurante, en el Distrito Huaral, 2018, para lo cual determinamos el siguiente enunciado del problema.

Enunciado del Problema

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y el Financiamiento en las MYPES del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Distrito Huaral2018?, teniendo como:

Objetivo de la investigación

Objetivo general

Determinar las principales características de la gestión de calidad y el Financiamiento en las MYPES del Sector Servicio – Rubro Restaurantes, del Distrito de Huaral 2018,

Objetivos específicos:

- Determinar las características del representante legal en las MYPES del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Distrito de Huaral 2018.
- Determinar las características de las MYPES del Sector Servicios – Rubro Restaurantes del Distrito de Huaral 2018.
- Determinar las principales características de la gestión de calidad en las MYPES del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Distrito Huaral 2018.
- Determinar las principales características del Financiamiento en las MYPES del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Distrito de Huaral 2018.

Justificación de la Investigación

La Justificación de esta investigación se basa en:

Justificación Teórica, La justificación teórica se da cuando se señala la importancia que tiene la investigación de un problema en el desarrollo de una teoría científica. Ello implica indicar que el estudio va permitir, realizar un innovación científica para lo cual es necesario hacer un balance o estado de la cuestión del problema que se investiga, va servir para refutar resultados de otras investigaciones o ampliar un modelo teórico. (Ñaupas, H. 2013. p.132). La presente investigación sirve como antecedente para futuras investigaciones, además como referencia teórica, dado que contiene teorías validadas de autores reconocidos a nivel internacional. Porque permitirá identificar los problemas de gestión de Calidad y solucionarlos para la toma de decisiones futuras a todas las MYPES del Rubro Restaurantes, del Distrito Huaral, 2018, así mismo sirva de guía teórica para futuras investigaciones en otros Distritos del Departamento.

Justificación práctica, Con la presente investigación, se podrá profundizar en temas de calidad y buenas prácticas de las MYPES en el Rubro de Restaurante, asimismo, dicha investigación podrá servir para ser aplicada a otros restaurantes con perfiles similares, lo que logrará una mejora en la calidad de los restaurantes y un aumento en el número de comensales, dándole una sostenibilidad económica y beneficios directos e indirectos a la población. (Guevara C. p.21)

Justificación Metodológica, Ñaupas, H. (2013). Establece que la justificación metodológica se da cuando se indica que el uso de determinadas técnicas de investigación puede servir para otras investigaciones similares. Puede tratarse de técnicas o instrumentos novedosos como cuestionarios, test, pruebas de hipótesis, modelos de diagramas, de muestreo, etc. que crea el investigador que pueden utilizarse en investigaciones similares. La investigación se justifica metodológicamente debido al empleo de instrumentos validados desde el punto de vista estadístico, así como por juicio de expertos.

II.-REVISION DE LA LITERATURA

ANTECEDENTES

Observaremos la biblioteca especializada en el tema de Administración de las MYPE en el Sector Servicio en el Rubro Restaurante, en las diferentes tesis presentadas para tener un concepto general de la Gestión de Calidad y Financiamiento de las MYPES en los diferentes lugares del mundo, a nivel internacional, nacional y local.

A nivel Internacional

García (2015), en su investigación titulada “Plan de Negocios para la creación de un Restaurante de comida a base de Productos Orgánicos en la Parroquia Ayacucho de la Ciudad

de Guayaquil". El objetivo general es: Diseñar un plan de negocios para la creación de un restaurante a base de comida orgánica en la parroquia de Ayacucho de la ciudad de Guayaquil, llegando a las siguientes conclusiones:

- El negocio de los Restaurantes cada día sigue abriéndose mercado a nivel nacional, aunque en su mayoría no aplican los conocimientos necesarios en cuanto a planificación, marketing, financieros cada día vemos que están buscando tecnificarse.
- Existe una mercado potencial considerable en cuanto alimentación se refiere, los ecuatorianos económicamente activos necesitan de un lugar para desayunar y almorzar cerca de sus lugares de trabajo, estos buscan cada día productos de calidad a pesar de los costos pues están invirtiendo en su salud, tal y como lo demuestra la investigación de mercado realizada.
- La demanda de alimentos preparados se basa principalmente en la estrategia de costo beneficios (ingredientes de calidad, ubicación, excelente ambiente del lugar) pues están dispuestos a pagar el precio fijado si este representa múltiples beneficios incluidos en el producto terminado.
- La estrategia comercial será basada en la promoción a través de redes sociales, estrategias de comunicación y promoción puerta a puerta por el sector donde estará ubicado el Restaurante.

Sánchez (2017), en su investigación titulada "Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa.". El objetivo general es: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán, llegando a las siguientes conclusiones:

- Se evaluó la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán, a través de la valoración de expectativas y percepciones, según el método ServQual para calidad de servicio.

Según la evaluación realizada, el Índice de Calidad del Servicio -ICS- en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán es de -0.18, lo que indica que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido.

- Se determinó que la brecha de insatisfacción promedio es de -0.17. En la cual la dimensión o variable con mayor insatisfacción corresponde a elementos tangibles (- 0.22), seguida por capacidad de respuesta (-0.21), empatía (-0.16), fiabilidad (-0.14) y confiabilidad (-0.13). Estos valores indican que en ninguna de las cinco variables o dimensiones se superan las expectativas de los clientes.
- Con base a la evaluación 360° se determinó que los colaboradores comprenden las expectativas de los clientes, debido a que tienen una relación directa y permanente con ellos. Mientras que los directivos no. Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), esta discrepancia indica que los directivos al no comprender las expectativas de los clientes, no conocen lo que estos valoran de un servicio y difícilmente podrán impulsar acciones que den satisfacción a sus necesidades y expectativas.

Muñoz (2016), en su tesis “Plan de acción para la mejora de la calidad y visibilidad en el mercado, del restaurante finca la gloria, provincia del Guayas”. El objetivo es: Diseñar un plan de acción estratégico con enfoque a la mejora continua, que permita

el incremento de la demanda y la satisfacción del cliente en Finca La Gloria, en conclusión:

- El estudio y abordaje del marco teórico permitió establecer las bases conceptuales para desarrollar esta investigación, acordándose que la calidad es una magnitud de vital importancia para la competitividad y eficiencia en las organizaciones y que específicamente en el sector turístico, esta se vuelve más importante aún si se toma en cuenta la amplia gama de ofertas que de este sector existen en el mercado.
- La metodología aplicada permitió obtener datos relevantes y significativos que derivaron en la propuesta de esta investigación, aportando validez y confianza en los resultados obtenidos.
- Se detectó que las principales falencias en la gestión actual del Restaurante se encuentran en la imagen y el servicio al cliente, así mismo se demuestra la necesidad de diseñar estrategias de visibilidad e impacto en el mercado que garanticen una demanda.
- Se diseñó un plan de acciones estratégicas encaminado a la corrección de las falencias detectadas y coadyuvar de esta forma a la conformidad con el servicio, siendo las principales áreas de mejora: la infraestructura, la imagen, la promoción y la calidad del servicio.
- Las estrategias de marketing establecidas, permitirán la visibilidad e impacto en el mercado del restaurante objeto de estudio, acotando que debe existir una total y completa correlación entre los servicios prometidos y los otorgados

para evitar caer en la publicidad engañosa.

A nivel Nacional

Pascual (2018), en su investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015”. El objetivo general es: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015, llegando a las siguientes conclusiones:

- La minoría de los gerentes perciben poca deficiencia en la gestión de calidad tales como: política de calidad, logro de objetivos planteados, deficiencia en asignación de responsabilidades de los trabajadores, existe carencia en cuanto a los procesos de comunicación, personal poco capacitado, lugar de producción no apropiado y equipos no modernos.
- En su mayoría relativa las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, están dirigidos por varones entre los 41 a 50 años de edad y cuentan con estudios superiores incompletos.
- La minoría relativa de gerentes muestran deficiencias en la documentación relacionada al producto, información inoportuna al cliente, no siempre cumplen con el control de elaboración del producto, poco interés en la satisfacción del cliente, deficiente control de quejas y reclamo.

Silva (2016), en su investigación titulada “Plan de negocio para la creación de un

restaurante de comida criolla en la ciudad de Jaén”. El objetivo general es: Elaborar un plan de negocios para comida criolla en la ciudad de Jaén, llegando a las siguientes conclusiones:

1. Será un restaurante innovador y el primero de comida criolla en la ciudad de Jaén, con un servicio excelente ya que se tiene conocimiento acerca del negocio, los insumos que se utilizarán serán de calidad y estará ubicado en una zona estratégica comercial. Además de que se contará con proveedores acorde del requerimiento del restaurante.
2. El restaurante no tendrá competencia directa ya que no encontramos restaurantes criollos en Jaén, pero si algunos restaurantes con productos sustitutos ya posicionados en el mercado con los cuales se tendrá que manejar estrategias para poder posicionarnos en la mente de los clientes.
3. El restaurante contará con personal calificado, que pueda cumplir con las exigencias del cliente, siempre teniendo en cuenta la visión, misión y valores de la empresa.
4. El 71% de los encuestados califica como muy buena la idea de abrir un restaurante de comida criolla en la ciudad de Jaén, y el 23 % como buena, de los cuales el 100 % estaría dispuesto a gastar un porcentaje de sus ingresos en acudir al restaurante.
5. El restaurante estará ubicado en un área comercial, de fácil acceso y con todos los servicios básicos requeridos. Será construido de forma adecuada con el fin de que permita aprovechar los recursos con los que se dispone manteniendo las condiciones óptimas de seguridad.

6. El proyecto de construcción es viable, ya que el diseño realizado permite el fácil acceso al establecimiento, es una construcción de dos pisos, ideal para la zona en la que se encuentra.
7. De acuerdo a la viabilidad Financiera, el plan de negocio resulta viable de acuerdo al VAN, el cuál fue de S/. 39,257.65, debido a que el COK exigido por los socios es menor a la TIR, la misma que es adecuada para el plan de negocio. La relación beneficio-costo fue de S/. 1.73, lo que indica que se recupera lo invertido obteniendo un beneficio proporcional del 0.73 por cada nuevo sol.

Salazar (2018), en su investigación titulada “El financiamiento y su incidencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio del Perú: caso de la empresa restaurant Cebicheria El Mijano EIRL. De Iquitos, 2016.”. El objetivo general es: Describir la relación de las fuentes de financiamiento y la rentabilidad en las MYPES del Perú caso: RESTAURANT CEBICHERIA EL MIJANO EIRL.

Iquitos, 2016. Llegando a las siguientes conclusiones:

Respecto al objetivo específico 1:

Los autores nacionales coinciden que muchas micro y pequeñas empresa tienen limitaciones para solicitar préstamos de entidades financieras, dado a que piden requisitos que la gran mayoría de MYPES no cuenta, por ello gestionan prestamos de terceros (cajas municipales, terceros) que a su vez cobran intereses mayores a los que brinda una entidad financiera, la gran mayoría de empresas garantizan que el crédito es para capital de trabajo (mercadería), una de las características que limitan el financiamiento es por el bajo monto de ingresos por ventas, la informalidad en la que

la mayoría opera, la falta de información financiera, y la disminución de garantías reales aceptables.

Respecto al objetivo específico 2

La entidad en estudio (RESTAURANT CEBICHERIA EL MIJANO EIRL. Iquitos, 2016) señala que en muchas ocasiones ha tenido trabas para obtener un crédito por parte principalmente de entidades financieras de mayor demanda en el mercado (BBVA y BCP), no obstante esto ha dado un gran cambio ya que la empresa en el transcurso de los años ha ido creciendo notablemente y por ello ha contado con el financiamiento de ambas entidades (BBVA Y BCP) pero en el presente cuenta con un crédito con el banco BCP por un monto de 20, 000 soles a una tasa del 20.5% anual, en la cual se asegura que el crédito es para realizar compras de mercadería.

Respecto al objetivo específico 3

Se puede sostener que tanto a nivel nacional como en nuestro caso (empresa RESTAURANT CEBICHERIA EL MIJANO EIRL. Iquitos, 2016) se presentan restricciones para solicitar créditos a entidades bancarias de gran reputación, por ello es que el crédito que ellos solicitan llegan hasta los 20,000 soles, ya que por tener ingresos limitados provenientes de sus ingresos (ventas) le limitan a obtener mayor crédito, es por ello en su mayoría el financiamiento es dirigido para capital de trabajo (compra de mercadería).

Conclusión general

Dentro de los mercados financieros, los rendimientos se incrementa en proporción al riesgo de las micro y pequeñas empresas del Perú y de la empresa RESTAURANT CEBICHERIA EL MIJANO EIRL. de Iquitos, por ello las entidades tienen

restricciones muchas veces para solicitar préstamos de entidades bancarias, muchas MYPES obtienen crédito de entidades no bancarias y terceros con una tasa de interés mucho más elevadas, perjudicando su continuidad operacional, restringiendo también compra tecnológica y mercadería para hacer frente a las grandes empresa. Al analizar la documentación se encontró que la empresa viene teniendo problemas de baja rentabilidad en la que no permite el mejor desenvolvimiento de la empresa en beneficio de los inversionistas, por lo que se observa que existe un mal manejo de las herramientas de la gestión financiera, para que poyen a mejorar este problema de rentabilidad en la empresa. Por lo cual se plantea un plan financiero que apoye a aumentar la rentabilidad de la empresa para así poder cumplir con los objetivos y metas planificadas. Para ello que al momento de querer solicitar un crédito, se evalúe todo lo que contrae y poder contar con las garantías reales y requisitos solicitados suficientes para que les permitan acceder al crédito y que pueden ser utilizados en los procedimientos de gestión y ayudar para la captación de los recursos financieros que se necesitan y que resultan necesarios para el desarrollo y crecimiento de las Mypes, en especial de la misma empresa.

A nivel Local

Solís (2017), en su investigación titulada “Mejora de la Calidad de servicio en una empresa de alimentos, Los Olivos 2017”. El objetivo general es: proponer un plan de mejora en calidad de servicio en una empresa de alimentos, Los Olivos, 2017, llegando a la siguiente conclusiones:

1. Al finalizar este trabajo de investigación en la empresa Doaydan S.A.C, se hizo la propuesta de mejora de la calidad de servicio a través del ciclo

Deming, el cual se divide en cuatro etapas muy importantes para dar solución al problema y son planear, hacer, verificar y actuar, es una estrategia de mejora continua las cuales deben llevarse a cabo consecutivamente en cada área para lograr los objetivos.

2. Se analizaron los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los clientes y entrevistas a expertos el cual se concluye que la calidad de servicio en el restaurante, es regular y lo que se quiere es llegar a un nivel óptimo del 100%, con el desarrollo de la propuesta se espera alcanzar a un 90%.
3. En el proceso de investigación realizada se ha teorizado las herramientas administrativas y de calidad que fundamentan los conceptos necesarios para brindar un servicio de calidad con la finalidad de incrementar las ventas en restaurante. Y no solamente ello sino también cumplir con las exigencias de los clientes logrando satisfacer sus necesidades.
4. La propuesta ha sido diseñada con la finalidad de mejorar la calidad de servicio, para ello se programa un taller de capacitación que permita desarrollar nuevas habilidades orientadas a desarrollar una mejor adaptación personal y social y una mejor atención a los clientes y tener una mejor actitud empática y reconocer al cliente como el factor principal en su atención personalizada
5. El trabajo de investigación y la creación de la propuesta para la calidad de servicio, se ha orientado en los conocimientos de profesionales especialistas en calidad y expertos en el rubro, los mismos que validaron y dieron pase para implementación de la propuesta.

6. La creación de la propuesta para mejorar la calidad de servicio, se evidencia mediante un manual de calidad, el cual se propone y elabora las actividades de mejora para dar solución a la problemática encontrada

Flores y Gonzales (2017), en su investigación titulada “Proyecto de inversión implementación de un restaurante especializado en comida marina en el distrito de independencia denominado “concha y ají” tradición y sabor”. El objetivo general es: Evaluar la factibilidad de establecer un negocio de venta de comida marina a través de la apertura de un restaurante en el emporio comercial automovilístico de la 50, ubicado en el Distrito de Independencia, llegando a las siguientes conclusiones:

- La situación económica mundial se encuentra en recesión; sin embargo, la recuperación de Estados Unidos y China luego de la crisis del 2009 y 2014, principal comprador de insumos primarios producidos en el Perú ha favorecido una ligera recuperación económica que aún no se consolida debido a que los precios internacionales de los commodities todavía continúan bajos.
- El PBI peruano en los últimos 10 años ha mantenido un crecimiento promedio de 5,8% a pesar de la crisis de los años 2009 y 2014. La economía tiene una ligera recuperación en los años 2015 y 2016, en este periodo la minería tiene una expansión que impulsa a los sectores primarios e incide en la recuperación de la demanda interna por el aumento del consumo privado final, especialmente el doméstico.
- El Sector servicios ha mantenido un promedio de 2.8% del PBI en los últimos 10 años, en este sector se incluye a hoteles y restaurantes que han tenido

rentabilidades positivas debido al reconocimiento mundial de la comida peruana y el establecimiento de convenciones y ferias gastronómicas que incide en el turismo interno y externo.

- El entorno positivo mencionado hace deducir que los negocios de venta de comidas en el Perú están en crecimiento y que la venta de comida marina aún tiene amplio mercado de expansión ya que el consumidor peruano prefiere la comida típica o de productos marinos.
- De esta manera, determinamos que el establecimiento de venta de comida marina mencionado en el presente proyecto, se localizará en el emporio comercial automovilístico de la 50, ubicado en el Distrito de Independencia. Este sector comercial, por su ubicación es estratégica ya que colinda con los distritos de Comas y los Olivos; además por ser un centro comercial muy conocido se tiene clientes potenciales de los distritos de Carabayllo, Rímac, San Martín de Porres, Puente piedra y Cercado de Lima.
- Si bien el entorno es favorable para el establecimiento del negocio de venta de comida marina, también se ha evaluado la oferta y la demanda objetiva en la zona geográfica de Lima Norte. En este sector los limeños destinan el 35.8% de su sueldo para consumir alimentos fuera de casa, esta conducta demuestra que comer fuera del hogar es frecuente para hombres y mujeres que tienen poder adquisitivo de entre S/1,900 soles a S/5,000 soles a más (sector socio económicos B y C), de un rango de edad de 20 a 59 años, los cuales tienen un estilo de vida que los caracteriza, son progresistas, innovadores y también que

les guste lo tradicional.

- Con el Objetivo de ser competitivos hemos identificado el carácter del cliente de Lima Norte, es una persona en busca de reconocimiento, pero por la dinámica de la vida económica que lleva es práctico a la hora de consumir en días particulares; no obstante, le gusta disfrutar en familia y/o amigos en los fines de semana. Para este cliente se ha adaptado el tipo de servicio, la asignación de funciones del personal y la distribución de los ambientes del restaurante.
- Sobre la competencia real en esta zona comercial, tenemos ambulantes de venta de comida al paso y restaurantes de menú criollo. Los establecimientos de comida marina y que llegan a ser la competencia directa del negocio se encuentran en avenidas aledañas pero alejadas de nuestro establecimiento escogido.
- Para lograr una pronta posición en el mercado se ha escogido dos productos históricos relevantes en la comida peruana el Ají, condimento que es solicitado por la mayoría de peruanos para darle sabor picante a sus comidas y la concha, producto reconocido por sus virtudes afrodisiacas. De esta manera nace la marca “Concha y Ají – Sabor y Tradición”, como concepto de la comida popular pero también de exclusividad.
- Para finalizar, en la evaluación financiera ha considerado una inversión inicial de S/60,168.00 soles, la misma que tendrá una recuperación de capital a 2 años de operaciones. La viabilidad del proyecto arroja un VAN por un valor

de S/. 82,560.00 soles y un TIR de 37%. Sobre la base de lo mencionado consideramos que el proyecto es viable y rentable.

Ruiz (2017), en su investigación titulada “Proyecto de Inversión establecimiento de un restaurant de comida especial, orientada a la venta de carne en palitos – anticuchos y otros servicios similares, Cercado de Lima”. El objetivo general es: Está orientado a la creación de un negocio de venta de comida criolla, (anticuchos), aprovechando las oportunidades que brinda el mercado para la creación de pequeñas y medianas empresas, así como el BOOM de la cocina peruana a nivel mundial, reconocida como una de las mejores del mundo y que se está equiparando al nivel de las cocinas francesas, mexicanas, italianas, japonesas etc. Asimismo por la gran difusión de nuestros productos agrícolas a nivel mundial como la quina, la maca, además del reconocimiento mundial de la gran variedad de papas nativas que solamente se dan en el Perú. Llegando a las siguientes conclusiones:

1. El presente trabajo de implementación de negocios está referido a la apertura de una Anticucheria de nombre comercial Mi Pa´, en la que se comercializará platos criollos como los anticuchos, parrillas, chuletas y pollo a la plancha, todo esto aprovechando el boom de gastronomía y el reconocimiento de la cocina peruana a nivel mundial, hecho que se puede apreciar en las ferias gastronómicas y la gran demanda que tienen éstas.
2. Existe un entorno favorable en el rubro de la gastronomía, asimismo la realidad económica del Perú que tiene desde hace varios años atrás un crecimiento sostenido, teniendo como uno de sus efectos mayor concurrencia de la población peruana a disfrutar y degustar platos criollos entre ellos los

anticuchos, así como también el notable incremento del turismo tanto internacional como nacional, haciendo que la demanda de lugares de venta de comida peruana que brinden un buen servicio, sea el propósito que nos lleva a emprender este negocio.

3. Nuestra oferta está dirigido a personal del sector socio económico B y C, en un rango de edad entre los 20 a 60 años a más, que vivan en la zona o recorran Lima – Cercado de Lima.
4. En la actualidad existen varios negocios de venta de anticuchos en los alrededores de donde estará ubicada la anticucheria Mi Pa´, desde negocios de carretillas con gran demanda, hasta anticucherias y restaurantes.
5. La comparación entre la Anticucheria Mi Pa´ y la competencia radicarán en diferentes aspectos, desde la decoración y ambientación del local, el comedor que contará con mesas y sillas con el logo de la anticucheria, los vasos también tendrán el logo a fin de crear en los clientes la conciencia de una marca que permita fidelizar; la música, los mozos debidamente uniformados, y finalmente, pero no menos importante, el sabor de nuestros platos que buscare diferenciar de la competencia.

Bases Teóricas de la Investigación

Micro y pequeñas empresas

Micro y pequeña empresa. Según definición legal: es una organización empresarial formada por una persona natural o jurídica, su principal objetivo es desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o

prestación de servicios. En muchos casos es dirigida por su propietario como una persona individual o constituirse como una persona jurídica, adoptando la forma societaria que voluntariamente que desee. Los sectores de comercio y servicios, también, registran una importante participación de las MYPES. Ello se debe, principalmente, a la facilidad para acceder y salir de estos sectores, lo que se traduce en un menor costo al momento de constituir una empresa dedicada a estos rubros (Mares, 2013, p.1-3).

Haan, (2009) menciona que, las micro y pequeñas empresas (MYPES) son aquella que están dirigidos por los dueños o colaboradores de confianza, poseen personal reducido, no ocupa una posición dominante en el sector que pertenece, no cuenta con altos recursos económicos, su cifra de facturación anual y su capital son reducidos en relación con el sector económico donde opera, no está vinculada directa o indirectamente con los grandes grupos financieros y aunque pueda tener relaciones con otras grandes empresas no depende jurídicamente de ellos (p.185).

Características de las Mypes:

Microempresa.- Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT's(S/.555 mil)

Pequeña empresa.- Ventas anuales superiores a 150 UIT's(S/.555 mil) y hasta el monto máximo de 1700 UIT's (S/.6'290.000).

Características aplicables a las MYME constituidas desde el 03. 07.2013, Ya no se exige un número máximo de trabajadores.

Exclusiones del régimen:

1.-Conforman un grupo económico que, en conjunto, no reúna las características de una Mype.

2.- Tienen vinculación económica con otras empresas o grupos económicos nacionales o extranjeros que no cumplan las características de una Mype.

3.- Falsifiquen información o dividan sus unidades empresariales con la finalidad de ingresar en dicho régimen.

El REMYPE

Para que una empresa califique como micro o pequeña empresa debe estar inscrita en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Remype)

La inscripción se realiza a través de la página web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y únicamente se requiere el número RUC del empleador y su clave SOL para tal efecto.

Remuneración de los trabajadores de la MYPE:

Los trabajadores comprendidos en el régimen laboral especial de las Mype tienen derecho a percibir por su trabajo, por lo menos, una RMV.

Beneficios laborales comunes de los micros y las pequeñas empresas:

1.- Descanso vacacional 15 días por cada año de servicios

2.- Descanso físico semanal obligatorio 24 horas

3.- Descanso en feriados Régimen laboral común

Beneficios exclusivos de la microempresa:

Seguro de salud.- Los trabajadores tienen derecho a ser asegurados en el Sistema Integral de Salud. El costo del sistema es semicontributivo (Estado- empleador)

Sistema pensionario.- Es opcional la afiliación al Sistema Nacional de Pensiones o Sistema Privado de Pensiones.

Beneficios exclusivos de las pequeñas empresas:

Seguro de Essalud.- El empleador deberá aportar el 9% de lo que perciba el trabajador

Pensiones.- Obligatorio afiliarse al Sistema Privado de Pensiones o Sistema Nacional de Pensiones

Gratificaciones legales.- Son equivalentes a medio sueldo

Compensación por tiempo de servicios.- Ascende a medio sueldo al año

Participación en las utilidades.- El pago es conforme a ley

Protección contra el despido arbitrario:

Microempresa.- 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios, con un tope máximo de 90 remuneraciones diarias.

Pequeña empresa.- 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios, con un máximo de 120 remuneraciones diarias.

A modo de resumen:

Beneficios sociales:

MICROEMPRESA:

1. Remuneración Mínima Vital
2. Jornada máxima
3. Descanso semanal
4. Trabajo en sobre tiempo
5. Feriados
6. Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario.

PEQUEÑA EMPRESA:

1. Remuneración mínima vital.

2. Jornada máxima.
3. Descanso semanal.
4. Feriados.
5. Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario.
6. CTS: 15 remuneraciones diarias por año completo de servicios. Tope máximo de 90 remuneraciones diarias.
7. Dos gratificaciones al año: Fiestas patrias y navidad. Equivalentes a ½ remuneración cada una.
8. SCTR a cargo de empleador.
9. Seguro de vida a cargo del empleador.
10. Derechos colectivos.
11. Derecho a participar de las utilidades.

Gestión de Calidad:

Los practicantes de la Gestión de la Calidad se han organizado en comunidades paralelas al resto de las áreas funcionales. La globalización de los mercados y la internacionalización de las economías han provocado que cualquier organización excelente deba saber hoy en día desempeñarse competitivamente en la arena mundial. Las organizaciones líderes en calidad se enfrentan así a importantes retos para trasladar los conceptos, los enfoques, los modelos, los sistemas y los métodos de calidad a las diferentes culturas nacionales y organizativas, esfuerzo especialmente complicado cuando se trata de empresas multinacionales con subsidiarias por todo el planeta, Un directivo de calidad internacional debe comprender esta compleja trama¹.

Nadie puede ya visitar todos los lugares del mundo donde existen experiencias que aprender, ni por sí mismo localizar y recopilar todas las fuentes de documentación en Calidad que se generan por doquier. El ejercicio competente de la Gestión de la Calidad exige, pues, tener localizados la propia red internacional de las organizaciones enfocadas a la calidad, así como las plurales fuentes de conocimiento de las que deberá beber para mantenerse actualizado en su trabajo

Teorías de Gestión:

La gestión implica un sinnúmero de requerimientos que necesita cumplir la empresa, para lograr sus objetivos organizacionales.

Una correcta y buena gestión no solo se enfoca a la empresa y a lo que sucede dentro de esta, si no por el contrario, trata de encontrar problemas organizacionales que estén afectando su desempeño, trata de mantener a un cliente satisfecho, pero sobretodo, se encarga de aprovechar al máximo todos los recursos con los que cuenta la empresa, para maximizar sus ganancias y reducir costos, sin dejar de lado la calidad y el cliente.

La comunicación es la base de las relaciones humanas, al igual que en la sociedad una buena, correcta y clara comunicación nos puede ahorrar muchos malentendidos, en una empresa sucede lo mismo, un clima de cordialidad y de buena comunicación, nos permitirá desarrollarnos más y mejor en nuestro ambiente de trabajo, haciendo más y mejores cosas, pero si en lugar de llevar una cordial y buena comunicación, el trabajo se verá mermado por los problemas más comunes y más importantes dentro de cualquier organización, la incorrecta comunicación.

Aunque existan diferentes tipos de empresas y cada una tenga una manera de

administrar sus recursos de manera diferente, todos a final de cuentas buscan una sola cosa, vender más y mejor y en consecuencia obtener más ganancias, y solo hay una manera de hacerlo, a través de la gestión, que nos ayudará y nos impulsara a poder realizar nuestros sueños realidad. Hay que recordar que nunca es demasiado tarde para llevar a la práctica la gestión empresarial, que siempre va haber algo que podamos mejorar, pero sobretodo, que debemos buscar a las personas adecuadas para que realicen este delicado estudio.

Las empresas requieren esgrimir todo el sistema de gestión de calidad que proporcionen métodos utilizables, puntual y aisladamente para el control de la calidad de productos y procesos, como una forma de trabajar sistemáticamente, mediante lo cual, la organización asegura la satisfacción de las necesidades de los clientes, la planificación mantiene y mejora continuamente el desempeño de sus procesos, bajo esquemas de eficiencia y eficacia que permite lograr ventajas competitivas (Camisón, Cruz, y González, 2006, p.50-51).

Características de Gestión de Calidad

Un sistema de gestión de Calidad basado en la norma UNE ISO 9000:2008 demuestra a los clientes y al mercado que una organización desarrolla su actividad con el objetivo de garantizar la satisfacción del cliente, basándose en la aplicación del ciclo de mejora continua y la gestión de procesos.

Las principales características de un Sistema de Gestión de Calidad son las siguientes:

- Sistemas ISO 9001, personalizados 100% a las necesidades de cada cliente y a su actividad, diseñando nuevos procesos, indicadores y operativas o

adaptando los ya existentes.

- Gestiona y controla los procesos, definiendo las actividades o procesos (diseño, prestación del servicio, formación, compras...) desarrollados por la organización y su interacción con el resto de los procesos.
- Garantiza el cumplimiento de los requisitos de los clientes al ser el elemento de entrada para el diseño y definición de los procesos productivos.
- Aumenta la relación y control de proveedores con el objetivo de garantizar la correcta prestación del servicio.
- Seguimiento y medición de los procesos a través de indicadores diseñados para los procesos. Base para el análisis de la eficacia y eficiencia del sistema de cara a la mejora del mismo.
- Integrable con otros sistemas basados en el ciclo de Mejora Continúa como ISO 14001 de gestión ambiental, OHSAS18001...
- Estructurado según el ciclo de Mejora Continua (PDCA). Planificar - Hacer - Verificar - Actuar.
- Permite la certificación y reconocimiento del sistema por parte de una Entidad de Certificación.

Objetivos de Gestión de Calidad

Un sistema de gestión de la calidad es la forma en la que una empresa o institución dirige y controla todas las actividades que están asociadas a la calidad.

Las partes que componen el sistema de gestión son:

1.- Estructura organizativa: departamento de calidad o responsable de la dirección de

la Empresa.

2.- Cómo se planifica la calidad

3.- Los procesos de la organización

4.- Recursos que la organización aplica a la calidad

5.- Documentación que se utiliza

Que una empresa tenga implantado un sistema de gestión de la calidad, sólo quiere decir que esa empresa gestiona la calidad de sus productos y servicios de una forma ordenada, planificada y controlada.

Recuerde que las normas de producto son diferentes a las normas de sistemas de gestión de la calidad.

Una norma de producto puede ser el marcado CE, la marca N de producto homologado por AENOR, la marca GS de TÜV Product, y nos indican las características mínimas que el producto cumple en materia de seguridad.

Normas de sistemas de gestión las hay de calidad (ISO 9001), de medioambiente (ISO 14001), del sector de automoción (ISO/TS 16949) y de seguridad (OSHAS).

Las ventajas de implantar un sistema de gestión de la calidad son las siguientes:

- Aumento de beneficios
- Aumento del número de clientes
- Motivación del personal
- Fidelidad de los clientes
- Organización del trabajo
- Mejora de las relaciones con los clientes
- Reducción de costes debidos a la mala calidad

- Aumento de la cuota de mercado

Norma ISO 9001

La norma ISO 9001, como norma internacional emplea los sistemas de gestión de calidad enfocada en todos los elementos de administración y mejorar la calidad de sus productos y servicios, los clientes prefieren a las empresas que cuentan con acreditaciones, generando en los clientes confianza y garantía como una organización certificada con un buen sistema de gestión de calidad estará reconocida ante más de 640.00 empresas en todo el mundo (Yáñez, 2008, p.3).

Los autores Griful y Canela (2005) mencionan que la ISO 9001 es la única norma de la familia ISO 9000 que, especifica los requerimientos y exige ciertos procedimientos para un desarrollo del sistema de gestión de la calidad con objeto de certificación; asimismo, la serie ISO 9000, se compone de las siguientes partes: La norma ISO 9000, describe los fundamentos de sistemas de la calidad y detalla la terminología de los sistemas de calidad. La ISO 9001, especifica los requisitos del sistema de calidad empresarial que requiera demostrar su capacidad para proveer productos y servicios que cumplan los requisitos del cliente, su objetivo es incrementar la satisfacción de los mismos. La ISO 9004, conjunto de directrices que consideran tanto la eficacia como la eficiencia del sistema de calidad, el objetivo de esta norma es el progreso por parte de la empresa y la satisfacción de las partes interesadas. La ISO 19011 es una guía para auditar a los sistemas de calidad y medio ambiente (p. 35). 13

ISO 9001:2008, norma genérica que se puede aplicar a todo tipo de empresas, sea de producción o servicio, enfocada en procesos orientados a la satisfacción de los clientes; además, la ISO 9001: 2008 es la base del sistema de gestión de calidad,

como norma internacional se centra en todos los elementos de administración de calidad que todas las empresas deben contar con este sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios (Camisón, Cruz, y González, 2006, p.350).

Adaptación a la nueva norma ISO 9001:2015

La norma ISO 9001:2015 se publicó el 23 de septiembre de 2015. Ahora es necesario comenzar con los trabajos de transición, que no es una tarea fácil.

La nueva ISO 9001 2015 trae cambios muy importantes, aunque el más destacado es la incorporación de la gestión del riesgo o el enfoque basado en riesgos en los Sistemas de Gestión de la Calidad. Aunque es una técnica normalmente aplicada en las organizaciones hasta ahora no estaba alineada con el SGC.

La norma ISO 9001 versión 2015 ya puede ser implantada en una organización, aunque existe un periodo de transición de 3 años especialmente relevante para aquellas que tengan un certificado vigente bajo ISO 9001:2008.

Es muy importante no dejar todo el trabajo para el final del citado periodo, pues puedes poner en riesgo el certificado de calidad de tu organización.

Calidad

Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer unas necesidades expresadas o implícitas (UNE 66-001-92)

Tanto las necesidades como la valoración acerca del grado con que éstas se ven cumplidas están ligadas al cliente o usuario. El cliente puede ser externo o interno a la empresa. Así, la calidad se definirá a través de las especificaciones que definen el producto o servicio que queremos prestar. Estas especificaciones son consecuencia de

las necesidades, ya sean éstas explícitas o implícitas.

Dimensiones de Calidad:

Calidad objetiva y calidad subjetiva: Las diferentes perspectivas conceptuales de la calidad pueden organizarse en dos categorías, según hablen de calidad objetiva y calidad subjetiva.

La calidad objetiva deriva de la comparación entre un estándar y un desempeño, referidos a características de calidad medibles cuantitativamente con métodos ingenieriles o tecnológicos. Este concepto describe bien la excelencia, bien la superioridad técnica de los atributos del producto o del proceso, siendo independiente de la persona que realiza la medición o adquiere el producto.

En cambio, la calidad subjetiva se basa en la percepción y en los juicios de valor de las personas, y es medible cualitativamente estudiando la satisfacción del cliente.

Concepto de Satisfacción:

El concepto de satisfacción, se ha ido matizando a lo largo del tiempo, según han ido avanzando sus investigaciones, enfatizado distintos aspectos y variando su concepción. En los años setenta el interés por el estudio de la satisfacción se incrementó hasta el punto de publicarse más de 500 estudios en este área de investigación (Hunt, 1982), incluso un estudio de Peterson y Wilson (1992) estiman en más de 15000 las investigaciones sobre satisfacción o insatisfacción del consumidor.

La satisfacción del usuario, es un concepto multidimensional que evalúa de manera individual distintos aspectos relacionados con el cuidado de su salud, se ha definido como la medida en que la atención sanitaria y el estado de la salud resultante cumplen

con las expectativas del usuario. Ribeiro (2003).

Satisfacción del Cliente:

Una definición del concepto de "Satisfacción del cliente" es posible encontrarla en la norma ISO 9000:2005 "Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario", que la define como la "percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus *requisitos*", aclarando además un aspecto muy importante sobre las quejas de los clientes: su existencia es un claro indicador de una baja satisfacción, pero su ausencia no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente, ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho, en silencio, cambia de proveedor.

También resulta aceptable definir a la satisfacción del cliente como el resultado de la comparación que de forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos y/o servicios y en los procesos e imagen de la empresa, con respecto al valor percibido al finalizar la relación comercial.

Al considerar seriamente cualquiera de las dos definiciones, surge con nitidez la importancia fundamental que tiene para una organización conocer la opinión de sus clientes, lo que le permitirá posteriormente establecer acciones de mejora en la organización.

Modelos de Gestión de Calidad

Existen diversos modelos, que previa adaptación pueden utilizarse en el ámbito educativo. Los modelos de gestión de calidad total más difundidos son el modelo:

- Deming creado en 1951,
- El modelo Malcolm Baldrige en 1987
- El Modelo Europeo de Gestión de Calidad, EFQM. en 1992.

En el Ciclo de Deming es aplicar la lógica y realizar las cosas de manera ordenada y correcta. Su uso no se limita exclusivamente a la implementación de la mejora continua, si no que se pueden utilizar lógicamente, en una gran variedad de situaciones y actividades

El ciclo Deming se utiliza actualmente en una versión más completa, la versión actual del ciclo PDCA (Plan, do, check, act):

Planifica: Identificar la oportunidad de mejora

Realizar: Llevar a cabo la acción correcta y aprobada

Comprobar: Diagnosticar a partir de los resultados

Actuar: Confirmar y normalizar la acción de mejora, Empezar una nueva mejora

Teoría del Financiamiento

Desde un punto de vista restringido, la Administración Financiera se centra en el concepto del flujo de fondos; es decir, en obtener y administrar el movimiento de dinero a través de diversos instrumentos, instituciones y prácticas, de acuerdo con disposiciones legales y contables, y de criterios técnicos, de manera de implementar de la forma más eficiente posible las decisiones básicas adoptadas por la conducción

de una empresa. Desde un punto de vista más amplio, este objetivo puede abarcar todos los aspectos de dicha conducción, ya que todas las transacciones económicas están relacionadas directa o indirectamente con flujos de fondos financieros, por lo cual es necesaria la participación del área financiera en la toma de decisiones estratégicas de toda organización económica.

Dada la amplia diversidad de desarrollos que apuntan a diversos aspectos de la Administración Financiera desde varios puntos de vista, se hace necesario enfocar el esfuerzo de investigación hacia una temática en particular. Este trabajo abordará ciertos temas vinculados con las decisiones de financiamiento donde pueden proponerse nuevos aportes que contribuyan al proceso de perfeccionamiento de esta disciplina.

En los estudios respectivos se han visto distintos enfoques teóricos en las cuestiones relativas a la Administración Financiera. En orden cronológico, han sido los siguientes:

- (a) Primeramente, enfoques desde la teoría económica
- (b) Luego, un enfoque básicamente descriptivo
- (c) A continuación, un enfoque basado en la toma de decisiones
- (d) Actualmente, un enfoque que hace hincapié en metodologías cuantitativas, muchas de ellas basadas en desarrollos probabilísticos a partir de la Hipótesis del Mercado Eficiente (HME). (Drimer 2008).

El Financiamiento de las MYPES

Los micros y pequeños empresarios constituidos formalmente cuentan con la facilidad de acceder a fuentes de financiamiento provenientes de entidades bancarias,

cajas rurales y cooperativas de ahorro y crédito. Lo beneficioso de optar por una alternativa es que “no se arriesga el patrimonio personal, por lo que surge la oportunidad de establecer mecanismos o cronogramas de pagos”. Así lo explica Lizardo Agüero, especialista del Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE) de la PUCP, quien indica que el rol del estado en torno al interés es favorable. “el interés constituye un escudo fiscal, haciendo que la tasa o el costo del dinero de ese préstamo se reduzca y también el estado apoya este tipo de actividades cobrando menos impuesto a la Renta”.

Con el objetivo de impulsar la competitividad y productividad de la economía nacional, el Gobierno anunció que trabajará en tres ejes de acción: el fortalecimiento del Consejo Nacional de Competitividad (CNC), el desarrollo de plataformas estratégicas de competitividad sectorial, y el fomento de estrategias efectivas para el desarrollo de las microempresas y pequeñas empresas (Mypes).

Para impulsar el tercer eje se prevé la reforma de compras estatales, mejores condiciones de financiamiento, implementación de experiencias internacionales de éxito y adopción de medidas transversales a todos los segmentos empresariales.

Estas unidades productivas representan el 99% de las empresas en el país y generan más de los dos tercios del empleo total nacional (70%). Sin embargo, de acuerdo con el Ministerio de la Producción (Produce), solo aportan el 24% del valor agregado nacional, menor al de los países de la región (30%) y de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (60%), lo cual es un signo de la escasa Productividad de este segmento.

El bajo nivel de productividad estaría asociado a la incapacidad para aprovechar las

economías de escala, las dificultades para el acceso al crédito, la falta de mano de obra especializada y la informalidad de sus contratos con clientes y proveedores. Por tal motivo, el Gobierno fomentará el desarrollo de las Mypes con la implementación de medidas orientadas a aprovechar las economías de escala, mejorar las condiciones de financiamiento e implementar experiencias internacionales de éxito.

En particular, esta gestión impulsará la reforma del sistema de compras mype, la cual se caracterizará principalmente por una mayor predictibilidad de las compras del Estado. Esto permitirá que las Mypes tengan una mejor capacidad de respuesta a las demandas estatales, tanto en tiempo como en calidad.

En cuanto a la mejora de las condiciones de financiamiento para las Mypes, mediante la mayor disponibilidad de recursos y propuestas de reformas transversales, el Gobierno, por medio de la Corporación Financiera de Desarrollo (Cofide), creará el Fondo Crecer, que estará orientado a cubrir las necesidades de financiamiento de las empresas del segmento mype y medianas empresas.

Este fondo contará con recursos financieros que ascienden a más de 1,000 millones de soles, una parte será destinada a financiar créditos y otra parte será orientada a constituir un fondo de garantía para portafolio de créditos mi pyme.

Se destaca que el fondo de garantía tendrá un apalancamiento de 10 veces y permitirá la emisión de garantías de hasta por más de 6,000 millones de soles. Dependiendo del éxito de esta estrategia de apoyo financiero a este grupo, la disponibilidad de recursos podría ampliarse.

En este contexto, el presidente de la Asociación Pyme Perú, Julio Pardave, se pronunció a favor de la creación del Fondo Crecer no solo por la ayuda financiera que

representa, sino porque también revela la preocupación del Poder Ejecutivo por el desarrollo de este segmento empresarial y, al mismo tiempo, permitirá elevar la competitividad en el país.

Fuentes de financiamiento

Las fuentes de obtención del financiamiento son:

Los ahorros personales: para la mayoría de los negocios, la principal fuente de capital, proviene de ahorros y otras formas de recursos personales. Frecuentemente, se suelen utilizar las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios.

Los amigos y parientes: Son otra opción de conseguir dinero, aquí tenemos las fuentes privadas como los amigos y la familia. Este se presta sin intereses o en su defecto a una tasa de interés baja, lo cual es muy benéfico para iniciar las operaciones.

Las empresas de capital de inversión: estas empresas prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y/o crecimiento, a cambio de acciones o interés parcial en el negocio. (Longenecke 2012:p.359).

Financiamiento a corto plazo.

El financiamiento a corto plazo está conformado por:

Crédito comercial: Es el uso que se le hace a las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado, como los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos.

Crédito bancario: Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales.

Línea de crédito: significa dinero siempre disponible en el banco, pero durante un

periodo convenido de antemano.

Papeles comerciales: Esta fuente de financiamiento a corto plazo, consiste en los pagarés no garantizados de grandes e importantes empresas que adquieren los bancos, las compañías de seguros, los fondos de pensiones y algunas empresas industriales que desean invertir a corto plazo sus recursos excedentes.

Financiamiento por medio de cuentas por cobrar: Consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de cuentas por cobrar), conforme a un convenio negociado previamente, con el fin de conseguir recursos para invertirlos en ella.

Financiamiento por medio de los inventarios: Para este tipo de financiamiento, se utiliza el inventario de la empresa como garantía de un préstamo, en este caso al acreedor tiene derecho de tomar posesión de esta garantía, en caso de que la empresa deje cumplir. (Longenecke 2012:p.362)

Financiamiento a largo plazo.

El financiamiento a largo plazo, está conformado por:

Hipoteca: Es cuando una propiedad del deudor pasa a manos del prestamista (acreedor) fin de garantizar el pago del préstamo.

Acciones: Es la participación patrimonial o de capital de un accionista, dentro de la organización a la que pertenece.

Bonos: Es un instrumento escrito certificado, en el cual el prestatario hace la promesa incondicional, de pagar una suma especificada y en una fecha determinada, junto con los intereses calculados a una tasa determinada y en fecha determinadas

Arrendamiento financiero: Contrato que se negocia entre el propietario de los

bienes (acreedor) y la empresa(arrendatario), a la cual se le permite el uso de esos bienes durante un periodo determinado y mediante el pago de una renta específica, las estipulaciones pueden variar según sea la situación y las necesidades de cada una de las partes. Financiamiento a largo plazo. (Longenecke 2012: p.364)

Usos del financiamiento Lira, (2009). Indica que “la inversión en activos fijos es una inversión en bienes físicos o intangibles que la empresa necesita para ampliar su capacidad de producción, mejorar sus procesos productivos (por ejemplo, comprando una máquina más eficiente que la que actualmente posee) o reemplazar equipos obsoletos. Sin embargo, también se considera como una inversión en activos a la adquisición de terrenos e inmuebles o la edificación de obras civiles. En un sentido amplio, la inversión en activos también incluye la compra de equipo de oficina, mobiliario, equipos informáticos y de comunicaciones, así como el software que utilizan las computadoras. De todo esto podemos deducir que si una empresa desea realizar una inversión en activos, será necesario que consiga dinero.

De la misma manera se puede utilizar el financiamiento para el capital de trabajo. Se designa así a los recursos que necesita cualquier negocio para seguir produciendo mientras cobra los productos que vende. Por ejemplo una empresa que vende al crédito a 90 días y todo lo que compra (materias primas, insumos) lo cancela al contado. Como se puede deducir, hay una diferencia entre el momento en el que a esta empresa le pagan (90 días) y el momento que ella paga por los insumos que compra.

Clases de financiamiento

Fernández (2015). Según su clasificación se distinguen en primera instancia dos

opciones: **Financiamiento interno:** está formado por los recursos que genera la propia empresa; son todas aquellas que están más a la mano del empresario y que por lo general, son más baratas a la hora de evaluar sus costos financieros. Es una fuente financiera que integra el pasivo, concretamente forma parte del patrimonio Neto o recursos propios de la entidad. Aristizabal, (2001). Indica que en el financiamiento interno encontramos:

Emisión de acciones

Aportes de capital

Utilidades retenidas

Venta de activos fijos

Financiamiento externo:

Ricaldi, (2013). Nos dice que el financiamiento externo es aquel que se genera cuando no es posible seguir trabajando con recursos propios; es decir, cuando los fondos por las operaciones normales más las aportaciones de los propietarios de la empresa, son insuficientes para hacer frente o desembolsos, exigidos para mantener el curso normal de la empresa siendo necesario recurrir a terceros. Aristizabal (2001).

Indica que en el financiamiento externo, encontramos:

- Crédito de proveedores

- Créditos bancarios

- Créditos de fomento

- Bonos: son una fuente alterna de financiación externa para la empresa. Representa una hipoteca o derecho sobre los activos reales de la empresa. En caso de liquidación los bonos hipotecarios son pagados antes que cualquier derecho sobre los activos;

además los bonos tienen garantizado un rendimiento independiente del éxito de la empresa.

- Leasing: Es una forma alterna de financiación, mediante la cual el acreedor financia al deudor cuando este requiere comprar algún bien durable, mediante la figura de compra del bien por parte del acreedor y usufructo del mismo por parte del deudor. El acreedor mantiene la propiedad del bien durante todo el periodo financiado y el deudor le reconoce un canon de arrendamiento prefijado por su utilización. Se establece de antemano la opción de compra de parte del deudor, al cabo de cierto tiempo de usufructo por un valor residual, usualmente pactado con un porcentaje del valor inicial del bien.

Calidad de Servicio

Si consideramos todos los sectores de la actividad económica contemporánea, podemos ver fácilmente que los servicios, sean del tipo que sean, constituyen la parte fundamental del sistema de producción y distribución de bienes y servicios (Gronroos 1994,p-5).

Componentes de la calidad del servicio

Moyano, Bruque, & Martínez (2011) mencionan que la calidad de servicio se divide en dos componentes esenciales. El primero es lo que el ciudadano anhela al obtener el servicio y el segundo es el servicio real.

- El servicio deseado: las expectativas de la ciudadanía

El servicio deseado por el ciudadano consiste en los siguientes factores claves:

- La comunicación oral. Consiste en la información proveniente de otros ciudadanos que se propaga de manera oral.

- Las necesidades particulares. Las expectativas de cada ciudadano se determinan por las características y situaciones particulares de los mismos.

- Las expectativas anteriores Es cuando el ciudadano ya ha experimentado anteriormente el servicio y dependiendo de ello tomara una decisión.

- La comunicación extrínseca. consiste en la información o mensaje se incorpora en las herramientas del marketing para dar a saber sobre el servicio por parte del abastecedor del servicio.

- El servicio percibido: las dimensiones de la calidad de servicio

El servicio percibido es subordinado de componentes habituales como las dimensiones de calidad de servicio las cuales son:

- Elementos intangibles: son los recursos físicos que tal vez se adjunta con los elementos intangibles, por ejemplo, el aspecto de los establecimientos físicos, los clientes, los equipos y de los materiales de comunicación.

- Fiabilidad: Aptitudes para llevar a cabo la realización del servicio de acuerdo con lo determinado. es decir, que el servicio se ha cumpla de manera óptima y con los requerimientos establecidos.

- La capacidad de respuesta: es la capacidad de la organización para proporcionar el servicio rápido ante la reclamación de los ciudadanos.

- Seguridad: conocimientos y atención mostrados del ciudadano, que se exterioriza mediante la atención individualizada que ofrecen las organizaciones.

Proceso de la calidad de servicio

Vargas & Aldana (2011), mencionan que son dos la fuente que orientan a hacer un proceso de calidad de servicio. La primera fuente consta de seis pasos desarrolla en el intrínseco de la organización. La segunda fuente se realiza los dos últimos pasos.

Para que el proceso sea eficaz en la calidad de servicio, es importante tener en cuenta estos dos elementos que son la educación y la capacitación. El primer paso se comienza en la educación, ya que es la base de las modificaciones de actitud, que cambia los comportamientos. Si la empresa educa y capacita en las fases estratégicas, realizando una concientización hacia los conceptos y las implicaciones de estas fases. Por lo cual la empresa al mencionar a los colaboradores los objetivos estratégicos se debe dejar muy clara para que ellos puedan contribuir en el crecimiento de este.

Para que se pueda contar con un sistema óptimo de comunicación evitando la incertidumbre se debe establecer las expectativas tanto de la organización como del cliente para así orientarlo a la responsabilidad y relaciones permanentes. Por esta razón la empresa debe tener claro cuál será su estrategia de servicio y como ofrecerá sus productos al público.

En el proceso de calidad es vital que los empleados tengan conocimiento, para que puedan entender la matriz de gestión.

En la segunda fase se educa a las personas a elaborar unos diagnósticos de funciones que realizaran, ahí se reflejara su cumplimiento tanto en los objetivos, el espíritu de contribución a la compañía y el desarrollo personal.

El diagnostico se debe tener en cuenta dos actividades fundamentales. La primer es tener en cuenta los 9 errores del servicio a conocer:

- Falta de una estrategia diferenciada con respecto al servicio.
- No contar un plan preciso.
- No trata bien al ciudadano interno.
- Desestimar la línea de frente.
- Separar el clima de la organización.
- Los canales de comunicación no son concretos.
- No homogeneizar y controlar los procesos.
- No adaptarse al cambio.
- Tener la idea porque uno hubo fracasos anteriores todo saldrá excelente.

La segunda muy alienada con la primera se analiza cómo es la escucha de los trabajadores hacia los ciudadanos para conseguir información verdadera.

En la tercera fase se les orienta como emplear los instrumentos en las etapas de calidad de servicio, los que permite interpretar, seguir los procesos, los planes que se realizaran en torno al ciudadano y que asegure la calidad al momento de brindar el

servicio. Es momento de incluir los instrumentos de la ruta del ciudadano y la optimización constante de estas.

Restaurantes en el Perú

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) informó que el grupo de restaurantes creció en 3.01% en abril impulsado por la creciente actividad de los establecimientos de pollerías, restaurantes, cevicherías, comidas rápidas, comida criolla y restaurantes turísticos.

Dicho aumento se basa en las promociones y descuentos, atención personalizada y nuevas propuestas gastronómicas de estos establecimientos comerciales.

“Igual comportamiento se registró en chifas, café restaurantes, carnes y parrillas, sandwicherías y pizzerías, por afianzamiento en el mercado de reconocidas franquicias, entrega de vales y campañas publicitarias”, indicó.

Según el INEI, en este resultado de 3.01% incidió la realización de eventos gastronómicos como el Día del Dulce Peruano, Festival Gastronómico y Cultural Gochiso Perú (por amistad Perú-Japón) y Festival de Helados Saludables (Circuito Mágico del Agua); además, de las festividades religiosas propias del mes.

Asimismo se continuó con la promoción de la gastronomía peruana en el exterior, esta vez con el festival gastronómico Expo ceviche 2018 realizado en la ciudad de Rio de Janeiro (Brasil).

En abril 2018, el sector restaurantes (servicios de comidas y bebidas) se incrementó en 3.04% comportamiento que se sustentó en la evolución favorable de los negocios de restaurantes en 3.01%, seguido de otras actividades de servicio de comidas

(2.70%), servicio de bebidas (2.56%) y suministro de comidas por encargo (24.08%).

En general, el sector restaurantes registró una variación acumulada (enero-abril) de 2.88%, según la Encuesta Mensual de Restaurantes que comprende una muestra de 1,105 empresas.

Además acumula 13 meses de crecimiento continuo luego de su última caída ocurrida en marzo del año pasado (-0.79%).

Concesionarios de alimentos

Otros grupo de otras actividades de servicio de comidas aumentó en 2.70% debido a la actividad de concesionarios de alimentos con expansión de servicios a nivel nacional, apoyados en la renovación y apertura de contratos, remodelación de instalaciones, calidad del servicio en comedores de centros educativos, universidades, hospitales, clínicas, embajadas, empresas industriales, mineras y entidades financieras, ofreciendo servicio de desayunos, almuerzos, cenas, refrigerios y coffee break, con altos estándares de calidad y nutrición.

No obstante, el servicio de suministro de comidas para contratistas disminuyó por menor requerimiento de empresas de transporte aéreo y terrestre ante menor tráfico de pasajeros.

Avance del servicio de bebidas

El servicio de bebidas presentó un avance de 2.56% por el mayor dinamismo en los rubros de cafeterías, bares, discotecas y bar restaurantes influenciados por la variedad de complementos y nuevas combinaciones; asimismo, la remodelación de ambientes, extensión de horarios, buen manejo publicitario y marketing.

Comidas por encargo

En abril del presente año, el suministro de comidas por encargo se incrementó en 24.08%, por mayores contratos para el servicio de preparación y distribución de alimentos para eventos nacionales e internacionales (Cumbre de las Américas), corporativos, conferencias, reuniones de directorio, de integración, aniversarios, matrimonios, baby shower y cumpleaños; el servicio brindado fue del tipo coffeebreak, platos en base a cerdo (al palo, cilindro, a la caja china), servicio de sándwiches, mesas de queso, embutidos y diversos platos de fondo.

Marco Conceptual

Gestión de Calidad

Por gestión llamamos en nuestra lengua a aquel conjunto de acciones que alguien o una organización llevan a cabo con la misión de administrar una empresa, un negocio o solucionar un asunto.

Gestión

Es la acción y la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera.

Calidad

La calidad de un producto o servicio no es lo que el productor introduce en el producto, sino lo que el consumidor obtiene del producto o servicio y por lo que está dispuesto a pagar.

Financiamiento

Collazos (2000). Indica que se denomina financiamiento al acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular.

Tipo de Financiamiento

El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, siendo el más habitual el propio ahorro. Por lo tanto, es común que las empresas para llevar adelante sus tareas y actividades comerciales hagan uso de una fuente de financiamiento externa.

Mypes

Una Micro y Pequeña Empresa “MYPE” es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Cornejo, 2010).

Servicios

Los servicios, desde el punto de vista del mercadeo y la economía, son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes. Los servicios son lo mismo que un bien, pero de forma no material o intangible. Esto se debe a que el servicio solo es presentado sin que el consumidor lo posea.

Cliente

Es una persona física o jurídica que recibe un servicio o adquiere un bien a cambio de un dinero u otro tipo de retribución.

Restaurantes

El concepto de restaurante dispone de una utilización recurrente en nuestro idioma ya que se usa para denominar a uno de los lugares que más visitamos las personas para comer, beber y porque no también para celebrar y encontrarnos con amigos para que consuman el pedido allí mismo.

III.-METODOLOGIA

3.1.-Diseño de la Investigación:

- La investigación utilizara un diseño no experimental transversal-descriptivo, **No experimental**, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observará el fenómeno como se encuentra dentro de su contexto, sin tener modificaciones. (Hernández, Fernández y Baptista 2010, p.149).

Transversal, Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. (Hernández, Fernández y Baptista 2010, p.151).

Descriptivo, porque consistió en describir los fenómenos, situaciones, contextos y eventos.

El diseño de la investigación, o lo que es lo mismo, el saber metodológico, en cada uno de los casos es distinto y hasta no articuladle. La tensión cuantitativo-cualitativa en especial constituye dos oficios y competencias muy lejanas. Entre el pensamiento estadístico—para estudiar distribuciones de variables, y el pensamiento discursivo—para estudiar estructuras de significación— se separan las aguas de los números y las palabras, arrastrando diferencias previas incluso a la específica cuestión metodológica de investigación. (Canales, Cerón & Manuel, 2006)

- Tipo de la investigación fue cualitativo: En la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizara procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

Estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que

tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales—entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos – que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas, (Rodríguez, Gil & Gracia 1996.p.36).

- El Nivel de la investigación fue descriptivo y correlacional: ya que en todo momento se pretenderá comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

El objetivo de la investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. (Rincón, 2000)

El objetivo de la investigación correlacional, se utilizan para determinar la medida en que dos variables se correlacionan entre sí, es decir el grado en que las variaciones que sufre un factor se corresponden con las que experimenta el otro. La investigación descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas o grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014 pag.98).

3.2.-Universo/Población y Muestra:

La población fue constituida por 120 MYPES del sector servicio - rubro Restaurante, del Distrito de Huaral, 2018, que representa el 100% de la población a investigar.

No solo se refiere a la gente si no que puede ser una empresa, una industria, un sindicato, un grupo de empleados etc., En otras palabras la población es el total de casos de estudio. (Namakforoosh, 2000, p.185)

Muestra:

La muestra se dirigió a los micros y pequeñas empresas rubro Restaurantes del Distrito de Huaral, las cuales fueron 26 MYPES, según el muestreo estadístico aleatorio simple.

La muestra es un grupo de la población, es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014 pag.130).

La muestra probabilística nos hace ver la probabilidad de los individuos a ser escogidos a través de una selección aleatoria.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

N= Total de población

e= Margen de error

z= Nivel de confianza

p= Proporción de elementos que poseen las características de interés

q= 1 - p

3.3.- Definición y Operacionalización de variables.

a.- Características del Representante Legal de la Empresa

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional Indicadores	Escala de Medición
Representantes legales de las micro y pequeñas empresas	Es la persona Natural o Jurídica que representa una mype, y la misma que juega un papel preminente en el desarrollo social y económico de nuestro país, al ser la mayor fuente generadora de empleo y agente dinamizador del mercado.	Edad del encuestado	Ordinal: Numérico
		Estado Civil	Nominal: a)Soltero b)Casado c)Conviviente
		Genero del encuestado	Nominal: a)Masculino b)Femenino
		Grado de Instrucción	Nominal: a) Primaria b) Secundaria c)Sup. No Universitaria d)Universitaria e) Otros
		Cargo que desempeña en la Empresa	Nominal: a)Dueño b)Administrador c)Representante Legal

b.- Características del Micro y Pequeñas Empresas

Variables	Definición Conceptual	Definición Operación Indicadores	Escala de Medición
Micro y Pequeñas empresas	Una Micro y Pequeña Empresa “MYPE” es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Cornejo, 2010).	Qué tipo de empresa	Nominal: Unipersonal Jurídica
		Tipos de trabajadores que trabajan en la Empresa	Nominal: a) Permanente b) Eventual
		Cuántos años tiene la Empresa de permanencia en la actividad	Nominal: a) Menos de 1 mes b) De 1m a 5m c) De 6m a 1año d) Mas de 1año
		Cuál es la finalidad por la que se creó la empresa	Nominal: a) Dar empleo a los familiares b) Generar dinero
		Número de trabajadores de la empresa	Numérico: a) De 1 a 5 b) De 6 a mas
		Sus trabajadores actualmente se encuentran en el Régimen Mype	Nominal: Si No

c.- Características de la Gestión de Calidad y Financiamiento en las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del

Distrito de Huaral 2018

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional de Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Gestión de Calidad	El fundamento de la calidad se convierte y forma parte de los objetivos estratégicos organizacionales, de manera de aplica cada uno de ellos en todas sus operaciones, y con ellos busca la satisfacción de la necesidad del cliente.(Schermerhon, 2010)	Planificar	Se establecen las actividades del proceso, necesarias para obtener el resultado esperado.	Metas	Likert
				Objetivos	
				Planes o Proyectos	
		Hacer	Se realizan los cambios para implantar la mejora propuesta. Generalmente conviene hacer una prueba piloto para probar el funcionamiento antes de realizar los cambios a gran escala.	Mejorar	
				Valor	
				Difusión	
		Verificar	Pasado un periodo previsto de antemano, los datos de control son recopilados y analizados, comparándolos con los requisitos especificados inicialmente, para saber si se han cumplido.	Evaluar	
				Resultados	
				Comparar	
		Actuar	A partir de los resultados conseguidos en la fase anterior se procede a recopilar lo aprendido y a ponerlo en marcha.	Seguimiento	
				Control	
				Mejora continua	

Financiamiento	Financiamiento es: “La obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública, privada, social o mixta”.(Perdomo, 2008 p.207)	Información Eficaz	Capacidad para producir el efecto deseado o de ir bien para determinada cosa.	Veraz	Likert
				Puntual	
				Fiable	
		Gestión Financiera	La gestión financiera consiste en administrar los recursos que se tienen en una empresa para asegurar que serán suficientes para cubrir los gastos para que esta pueda funcionar.	Asesoramiento	
				Evaluación	
				Toma de decisiones	
		Control Financiero	puede entenderse como el estudio y análisis de los resultados reales de una empresa, enfocados desde distintas perspectivas y momentos	Proyección	
				Préstamo	
				Dificultades	
		Tiempo de pago	En términos generales, el plazo refiere al término o tiempo señalado para la concreción de una determinada cuestión.	Fuente de Financiamiento	
				Cajas municipales	
				Edpyme	

3.4.-Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue un cuestionario estructurado de 21 preguntas.

- 04 preguntas con respecto a los representantes legales de las empresas.
- 05 preguntas con respecto a las características de la Mype.
- 06 preguntas de la Financiamiento de la Mype
- 06 preguntas con respecto a la Gestión de Calidad de la Mype.

Para llevar a cabo un trabajo de investigación el investigador cuenta con gran variedad de métodos para diseñar un plan de recolección de datos. Tales métodos varían de acuerdo con cuatro dimensiones importantes: estructura, confiabilidad, injerencia del investigador y objetividad. La presencia de estas dimensiones se reduce al mínimo en los estudios cualitativos, mientras que adquieren suma importancia en los trabajos cuantitativos, no obstante el investigador a menudo tiene la posibilidad de adaptar la estrategia a sus necesidades. Cuando la investigación está altamente estructurada, a menudo se utilizan instrumentos o herramientas para la recolección formal de datos.

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p.171)

3.5.-Plan de Análisis

Se utilizó técnicas y medidas de la estadística descriptiva.

La información recopilada mediante la aplicación de encuestas como instrumento de recolección de datos fue procesada por el programa estadístico SPSS 22 que arrojará los resultados obtenidos en tablas y gráficos los mismos que permitirán el análisis estadístico, necesario para su interpretación.

Antes de empezar a recopilar datos hay que planear los análisis por realizar y especificarlos con todo detalle, con lo cual se ahorrará tiempo durante la recolección y se preverá si los cuestionarios están bien preparados o no, si tienen preguntas redundantes o faltantes (Namakforoosh, 2000, p.75).

3.6.-Matriz de consistencia

Título de la Tesis.

Gestión de Calidad y Financiamiento de las MYPES del sector Servicio – rubro Restaurantes en el distrito de Huaral, 2018.

Problema	Objetivo	Variable	Población y muestra	Metodología y diseño de la investigación	Instrumento y procesamiento
<p>Problema central: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y el Financiamiento en las Mypes del Sector Servicios – Rubro Restaurantes en el distrito de Huaral 2018?</p>	<p>a) Objetivo General Determinar las principales características de la gestión de calidad y el Financiamiento en las Mypes del Sector Servicios – Rubro Restaurantes en el distrito de Huaral 2018.</p> <p>b) Objetivos Específicos: -Determinar las características del representante legal de las Mypes del Sector Servicios – Rubro Restaurantes en el distrito de Huaral 2018. -Determinar las características de las Mypes del Sector Servicios – Rubro Restaurantes en el distrito de Huaral 2018 -Determinar las principales características de la gestión de calidad y Financiamiento en las Mypes del Sector Servicios – Rubro Restaurantes en el distrito de Huaral 2018.</p>	<p>Gestión de Calidad y Financiamiento</p>	<p>Población: La población está constituida por todas las MYPE del ámbito de estudio</p> <p>Muestra: La muestra está conformada por 10 MYPE, la misma que representa el 100% de la población en estudio.</p>	<p>Método -Tipo: Cualitativo. -Nivel: Descriptivo.</p> <p>Diseño: En este diseño de investigación realizaremos un trabajo de investigación, se utilizará el diseño no experimental - transversal-descriptivo. No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto, sin sufrir modificaciones Transversal, porque la investigación se realizara en un tiempo determinado. Descriptivo, porque consistirá en describir los fenómenos, situaciones, contextos y eventos.</p>	<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: - Cuestionario de preguntas</p>

3.7.-Principios Éticos:

En el presente Proyecto de Investigación, consideramos los siguientes principios de éticos.

Protección a las personas, representantes de las Mypes:

El presente trabajo de investigación se trabajo con personas, es por ello que se debe tener en cuenta el respeto a la dignidad humana, la identidad la diversidad, la confidencialidad y la privacidad.

El bien y no el mal hacia las personas representantes de las Mypes:

El investigador debe cumplir con las siguientes reglas generales: Sin causar daño, tratar de disminuir las posibilidades de efectos adversos y aumentar los beneficios.

Justicia:

El investigador en todo momento debería de considerar el criterio de justicia en el tratamiento de la información y del mismo modo en trato de las personas incluidas en la investigación.

Integridad Científica:

El investigador debe mantener la integridad en el procesamiento de la información, sin variar, cambiar o modificar la información entregada por la persona o institución.

Consentimiento informado y expreso:

Este principio se refiere a la publicación de la información, la cual debe ser de consentimiento voluntario de las personas o instituciones programadas para este estudio.

IV.- RESULTADOS

4.1. Resultados

a) Datos del Representante de las MYPE

Datos Generales de los Encuestados

Tabla N° 5

Edad del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
30 a 40	2	7.69	7.69	7.69
41 a 50	9	34.62	34.62	42.31
51 a 60	9	34.62	34.62	76.92
más de 60 años	6	23.08	23.08	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

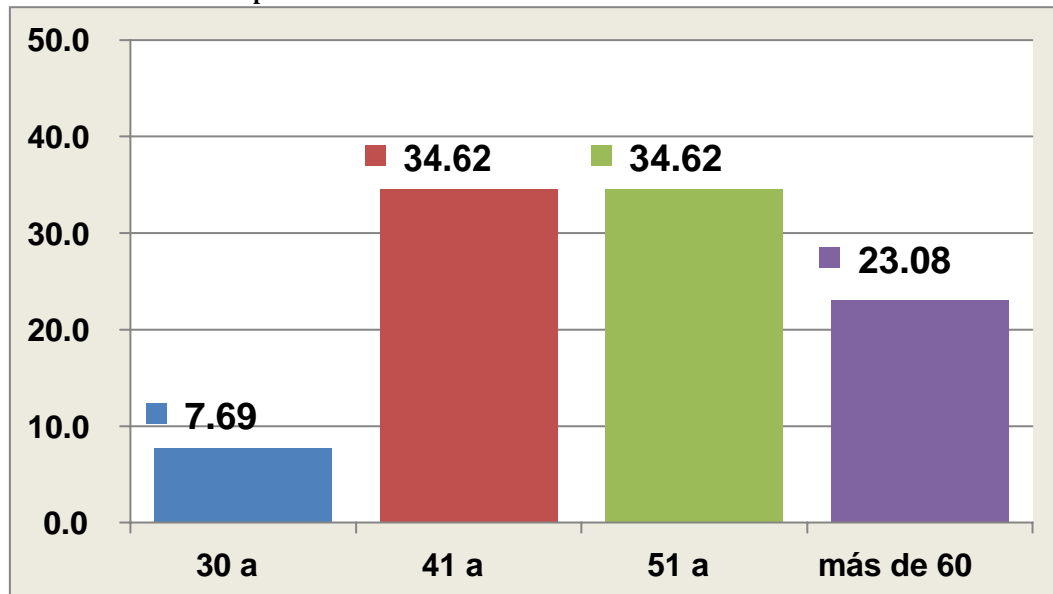


Figura N° 1

Edad del Encuestado

Interpretación: Se observa que el 34.62% tienen edades entre 41 a 50 años, seguido de encuestados cuyas edades están entre los 51 a 60 años, tienen un 34.62% del total de encuestados, un 23.08% oscila entre la edad de mayores de 60 años y 7.69 de 30 a 40 años, entonces podemos decir que la mayor cantidad porcentual de encuestados se encuentran en las edades de 41 a 50 y 51 a 60 con 69% del total encuestados.

Tabla N° 6
Género del Encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Masculino	6	23.08	23.08	23.08
Femenino	20	76.92	76.92	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

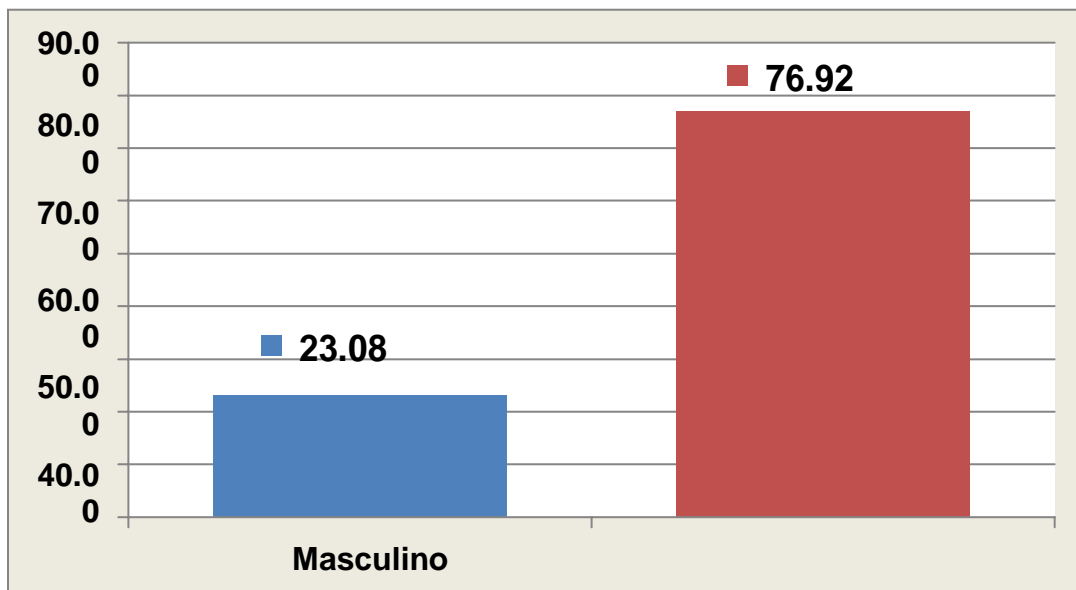


Figura N° 2
Genero del Encuestado

Interpretación: Con respecto al género del encuestado vemos que el 23.08% pertenecen al género masculino y el 76.92% al género femenino, esto nos da como resultado que el género femenino lidera este rubro.

Tabla N° 7
Estado civil del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Casado	16	61.54	61.54	61.54
Soltero	2	7.69	7.69	69.23
Conviviente	8	30.77	30.77	100.00
Total	26	100	100	100.0

Fuente: Cuestionarios Aplicados

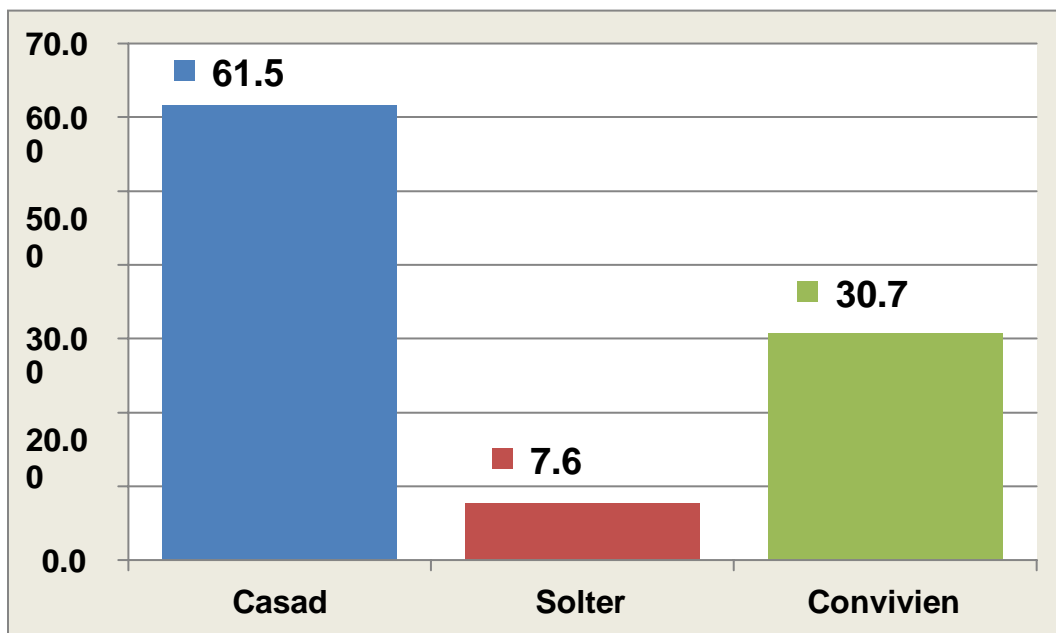


Figura N° 3
Estado Civil del Encuestado

Interpretación: Con respecto al estado civil del encuestado tenemos que el 61.54% son casados y el 30.77% son convivientes y el 7.69% son solteros.

Tabla N° 8
Grado de Instrucción del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Primaria	0	0.00	0.00	0.00
Secundaria	8	30.77	30.77	30.77
Sup. No Univ.	10	38.46	38.46	69.23
Sup. Univ.	8	30.77	30.77	100.00
Total	26	100	100	100.0

Fuente: Cuestionarios Aplicados

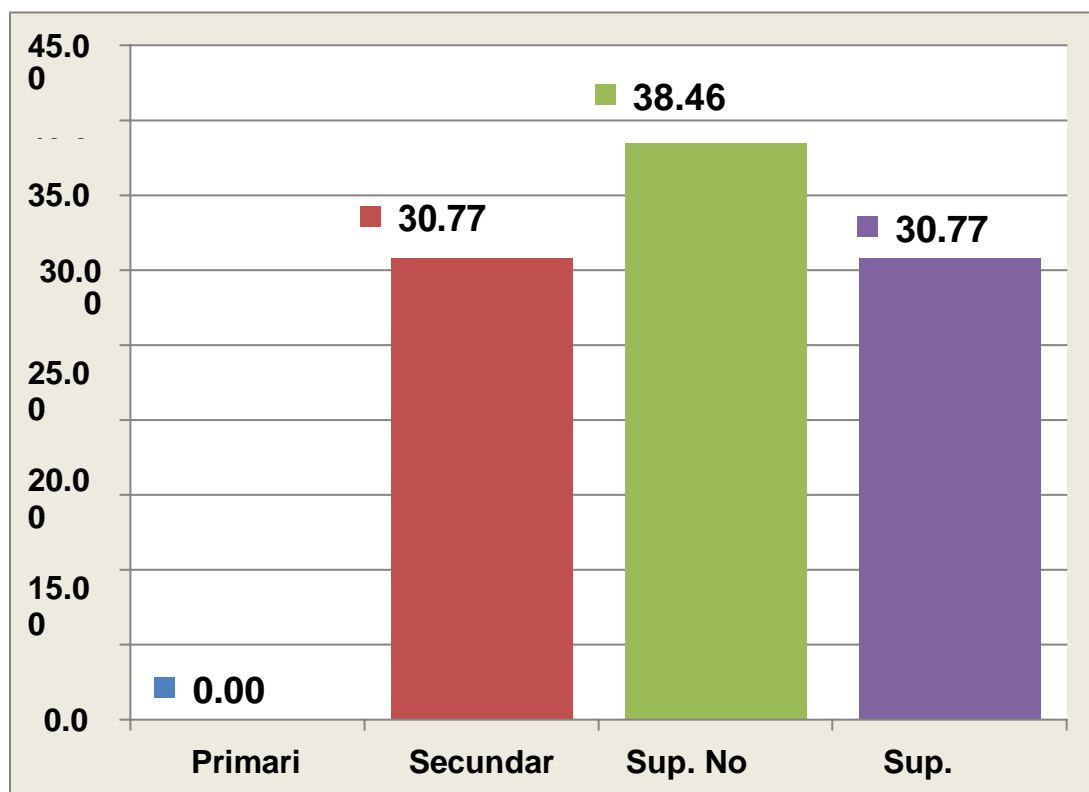


Figura N° 4
Grado de Instrucción del Encuestado

Interpretación: Con respecto al grado de instrucción de los encuestados, podemos ver que el 38.46% de encuestados tienen estudios superiores no universitarios, el 30.77% estudios superiores universitarios y el 30.77% solo secundaria.

b) Características de la MYPE

Tabla N° 9
Qué tipo de Empresa es

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Unipersonal	10	38.46	38.46	38.46
Jurídica	16	61.54	61.54	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

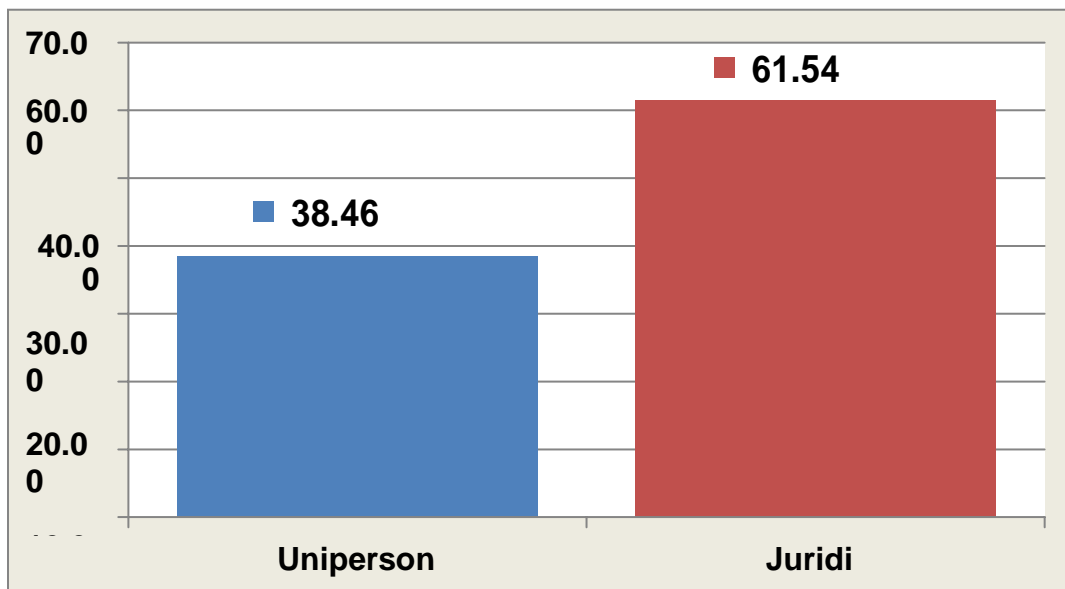


Figura N° 5
Qué tipo de Empresa es

Interpretación: De acuerdo a las encuestas el 61.54%, tiene la denominación de empresa jurídica y el 38.46% unipersonal.

Tabla N° 10
Cuántos años de formada tiene la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Menor de 1 año	0	0.00	0.00	0.00
De 1 a 5 años	15	57.69	57.69	57.69
De 6 a 10 años	4	15.38	15.38	73.08
Más de 10 años	7	26.92	26.92	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

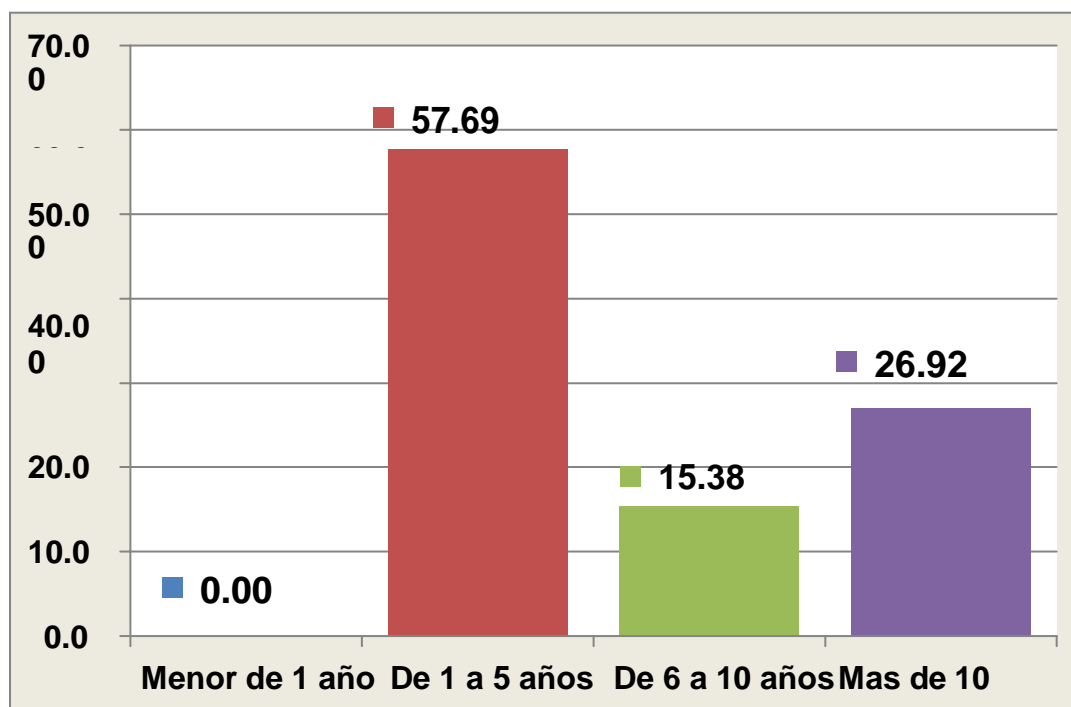


Figura N° 6
Cuántos años de formada tiene su empresa

Interpretación: De acuerdo a las encuestas el 57.69%, tienen de 1 a 5 años de formada la mype, el 26.92% más de 10 años de formada y el 15.38% de 6 a 10 años de formada, ósea que el 100.00% tiene más de 1 año en el mercado, tiempo suficiente para realizar todas las gestiones para su financiamiento y gestión de calidad.

Tabla N° 11

Cuál es la finalidad por la que se creó la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Dar empleo a los familiares	0	0.00	0.00	0.00
Generar dinero	26	100.00	100.00	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

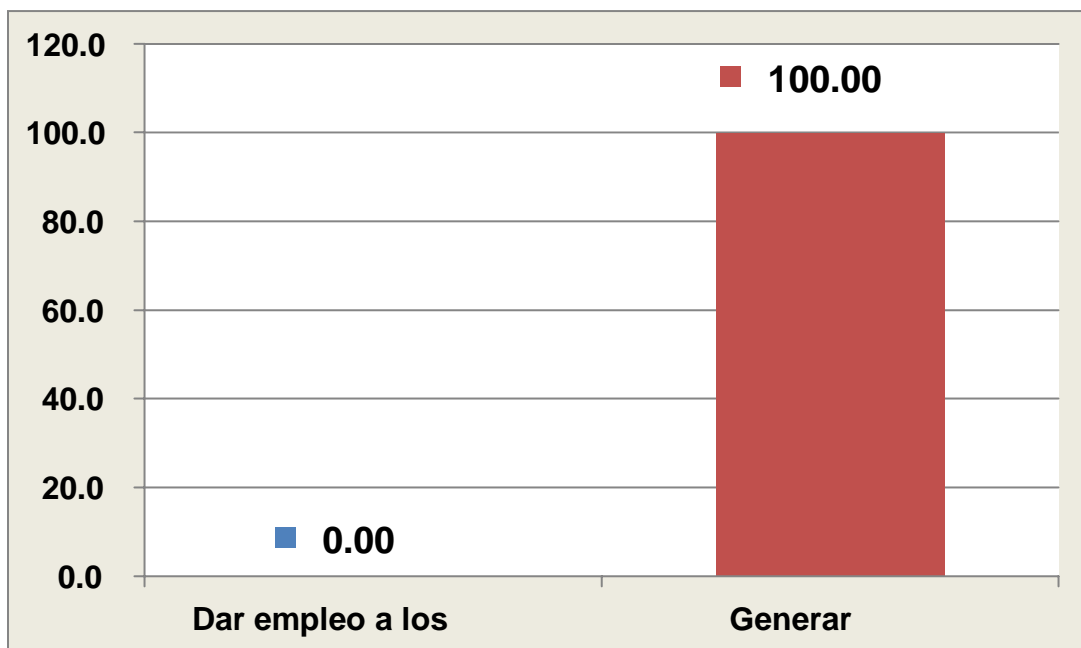


Figura N° 7

Cuál es la finalidad por la que se creó la empresa

Interpretación: De acuerdo a las encuestas el 100.00%, de las empresas fueron creadas para generar dinero, ya que en los últimos tiempos la provincia de Huaral se ha convertido en boom gastronómico.

Tabla N° 12
Qué tipos de trabajadores tiene su empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Permanente	13	50.00	50.00	50.00
Eventual	13	50.00	50.00	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

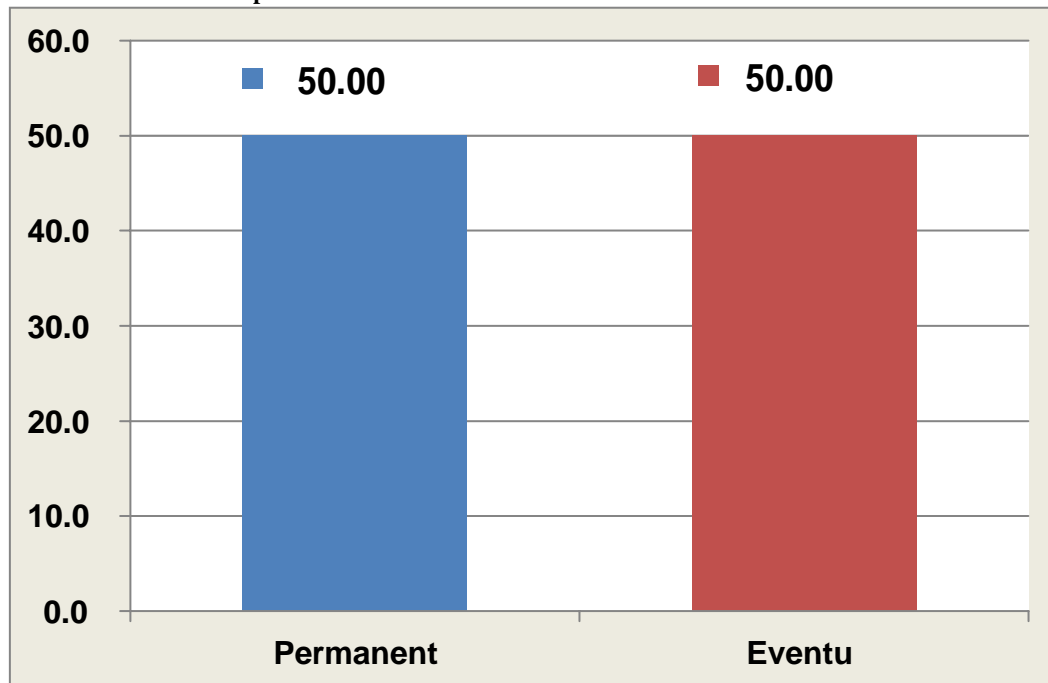


Figura N° 8
Qué tipos de trabajadores tiene su empresa

Interpretación: De acuerdo a las encuestas el 50.00%, tienen trabajadores permanentes y el 50.00% trabajadores eventuales, debido a las empresas aun evalúan el desempeño y perfil de cada trabajador para incluirlos en la planillas de permanentes.

Tabla N° 13
Cuántos trabajadores tienen su empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
De 1 a 5	18	69.23	69.23	69.23
De 6 a mas	8	30.77	30.77	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

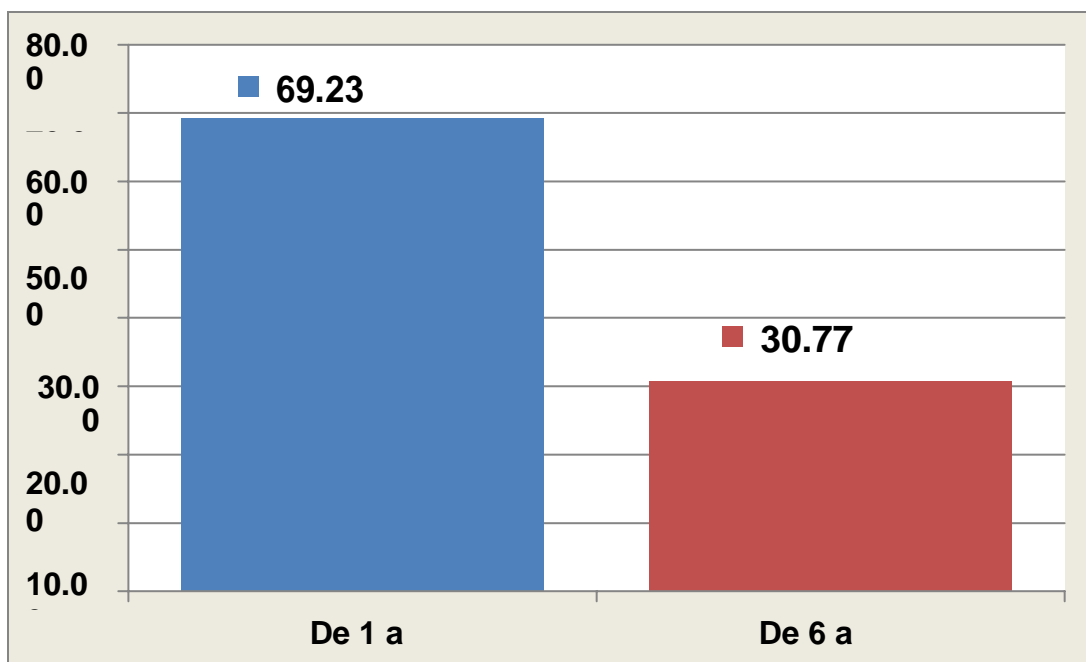


Figura N° 9
Cuántos trabajadores tiene su empresa

Interpretación: De acuerdo a las encuestas el 69.23%, tienen de 1 a 5 trabajadores y el 30.77% tienen de 6 a más trabajadores.

c) Características del financiamiento

Tabla N° 14

Usted utiliza medios de publicidad para que su restaurante sea conocido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	8	30.77	30.77	30.77
Alta	8	30.77	30.77	61.54
Muy Alta	10	38.46	38.46	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

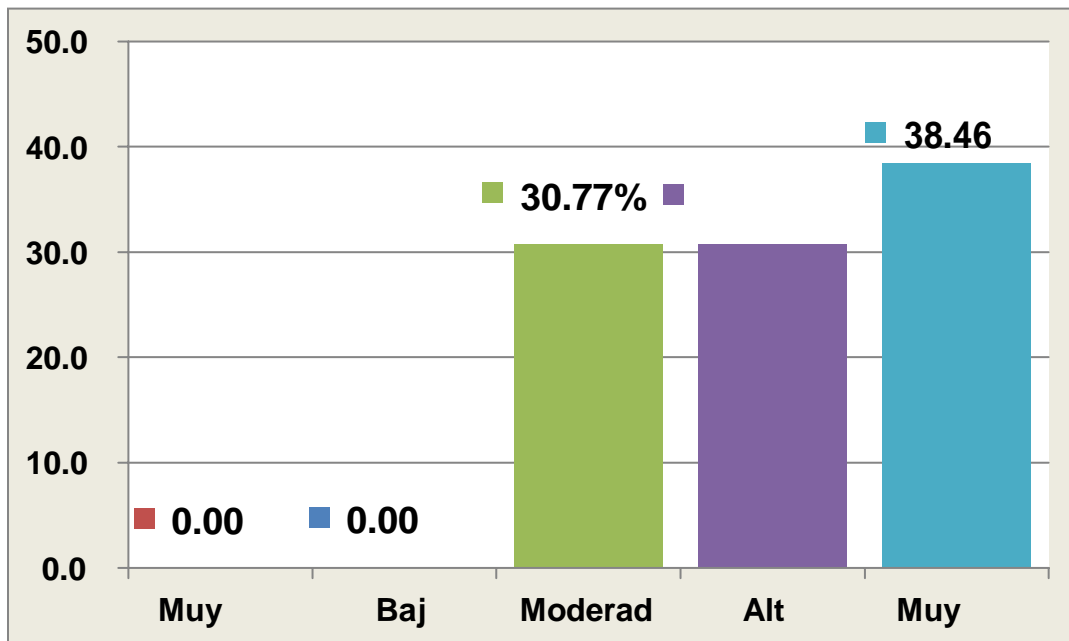


Figura N° 10

Usted utiliza medios de publicidad para que su restaurante sea conocido

Interpretación: De acuerdo a las encuestas el 38.46% es muy alta, el 30.77% es alta y el 30.77% es moderada con respecto a utilizar medios de publicidad para dar a conocer y marketear su mype.

Tabla N° 15

Considera que sus precios actuales que ofrece el servicio le permitirán mantener una rentabilidad creciente a largo plazo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	6	23.08	23.08	23.08
Alta	14	53.85	53.85	76.92
Muy Alta	6	23.08	23.08	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

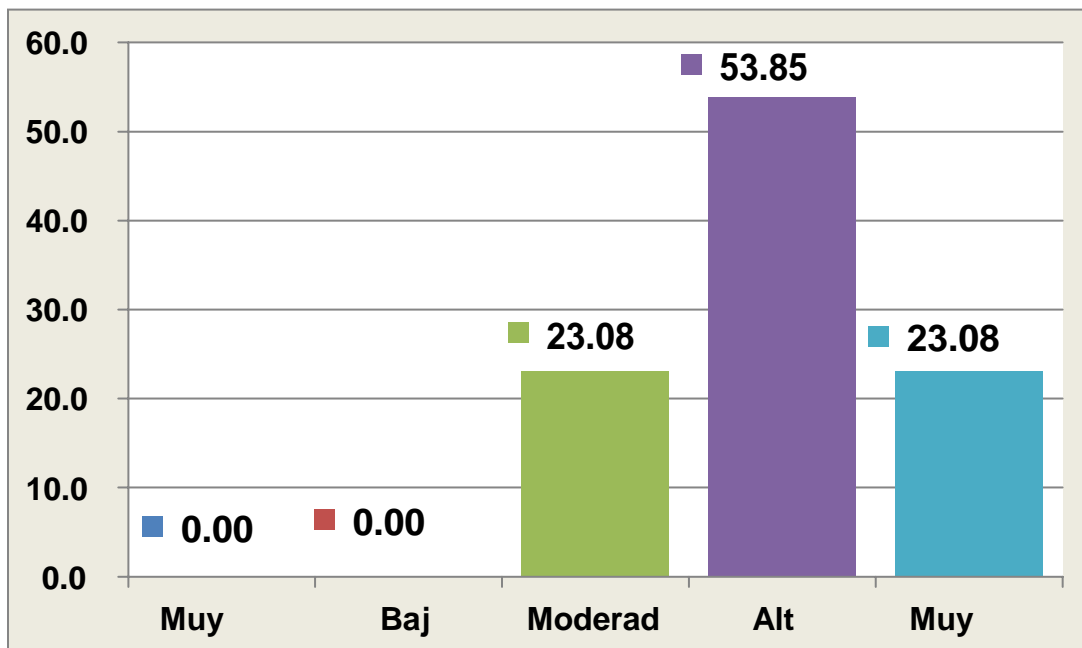


Figura N° 11

Considera que sus precios actuales que ofrece el servicio le permitirán mantener una rentabilidad creciente a largo plazo

Interpretación: De acuerdo a las encuestas el 53.85%, es alta, el 23.08% es muy alta, y el 23.08% es moderada esto nos quiere decir que la percepción de los representantes de las mype creen que sus precios actuales les permiten mantener su rentabilidad creciente a largo plazo.

Tabla N° 16

A lo largo de la inversión los costos utilizados en el desarrollo del servicio le han permitido liderar frente a sus competidores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	8	30.77	30.77	30.77
Moderada	18	69.23	69.23	100.00
Alta	0	0.00	0.00	100.00
Muy Alta	0	0.00	0.00	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

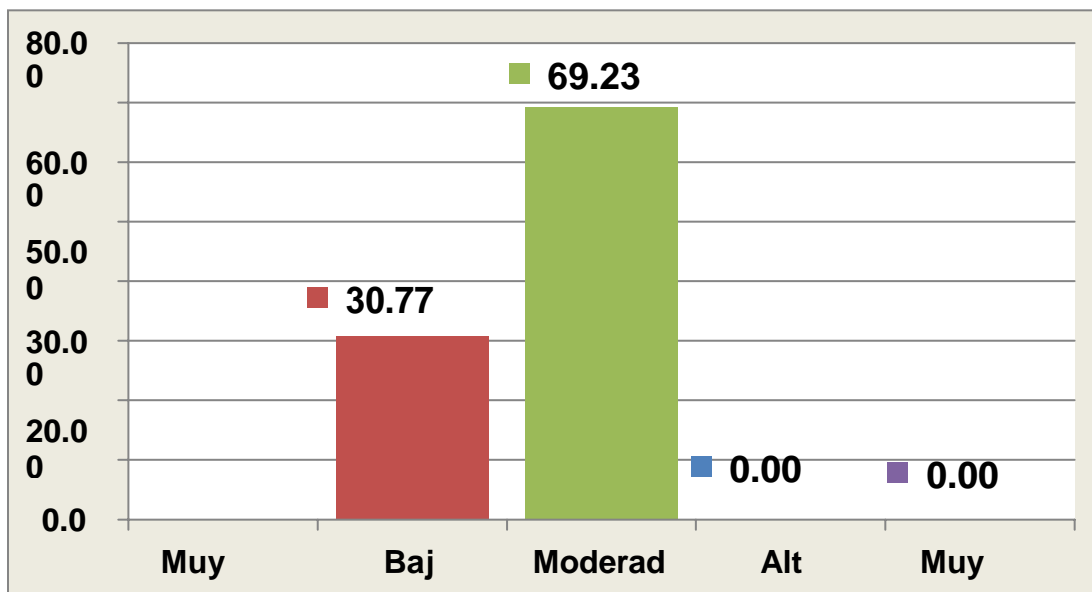


Figura N° 12

A lo largo de la inversión los costos utilizados en el desarrollo del servicio le han permitido liderar frente a sus competidores

Interpretación: De acuerdo a las encuestas el 69.23% es moderada, el 30.77% es baja, esto nos quiere decir que los costos utilizados no están siendo efectivos para liderar el mercado.

Tabla N° 17

Tuvo dificultad para acceder a un financiamiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	6	23.08	23.08	23.08
Alta	6	23.08	23.08	46.15
Muy Alta	14	53.85	53.85	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

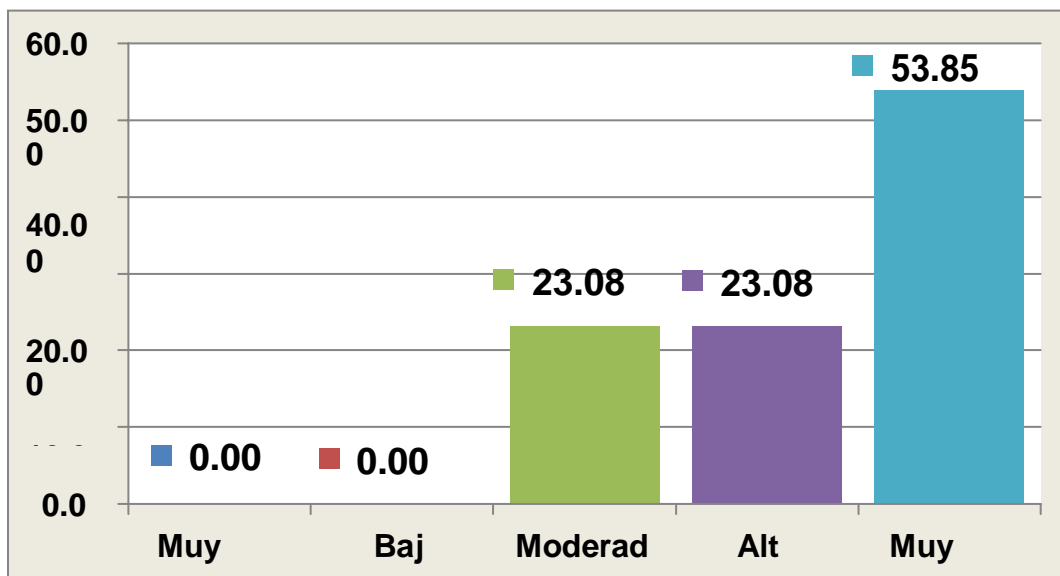


Figura N° 13

Tuvo dificultad para acceder a un financiamiento

Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 53.85% es muy alta, el 23.08% es alta y el 23.08% es moderada, ósea que en su gran mayoría los representantes de la mypes no tuvieron problemas para acceder al financiamiento.

Tabla N° 18

Cree Ud. que el financiamiento genere mayor rentabilidad a las MYPE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	0	0.00	0.00	0.00
Alta	13	50.00	50.00	50.00
Muy Alta	13	50.00	50.00	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

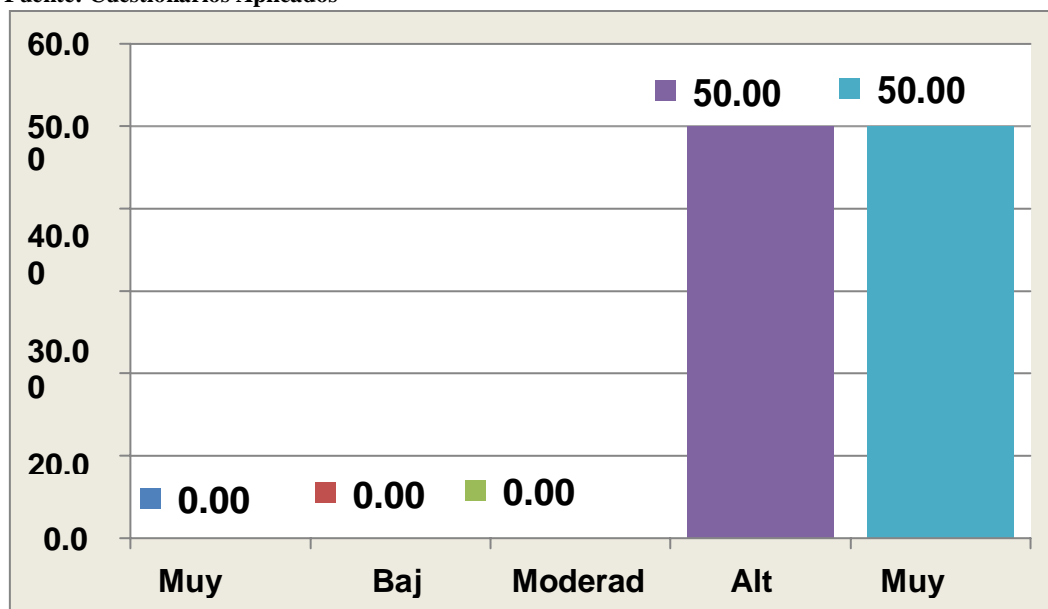


Figura N° 14

Cree Ud. que el financiamiento genere mayor rentabilidad a las MYPE

Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 50.00% es muy alta y el 50.00% es alta, esto quiere decir que el financiamiento genera mayor rentabilidad a las mypes.

Tabla N° 19

Usted financia su MYPE con ahorros personales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	0	0.00	0.00	0.00
Alta	13	50.00	50.00	50.00
Muy Alta	13	50.00	50.00	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

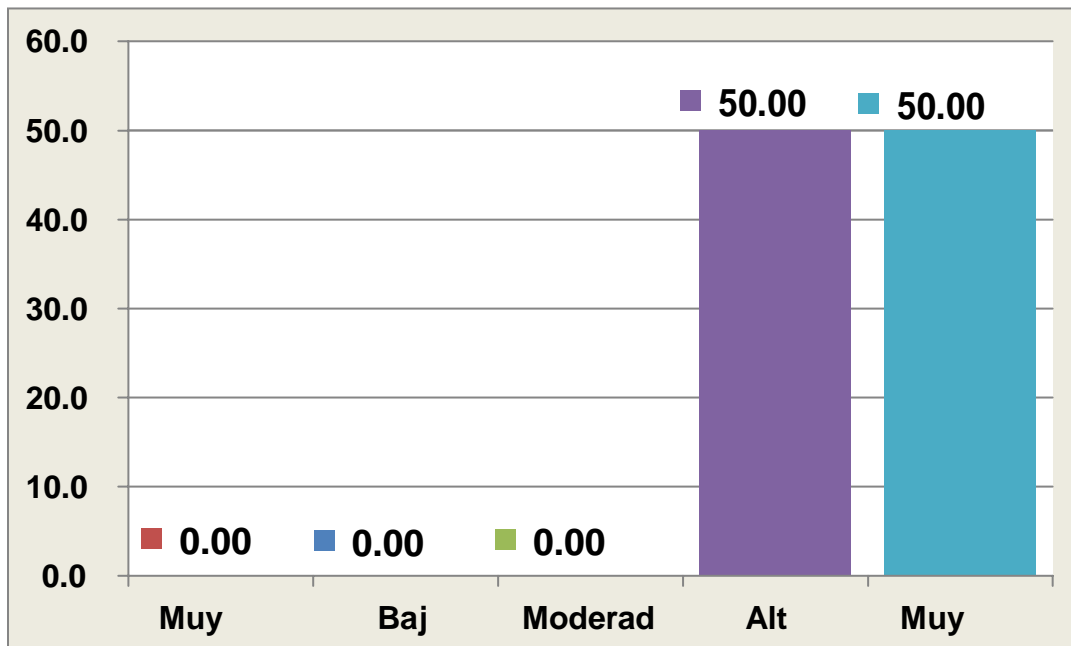


Figura N° 15

Usted financia su MYPE con ahorros personales

Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que en 50.00% es muy alta, y el 50.00% alta, vemos que en su totalidad los representantes o dueños de las mypes financia su empresa con su ahorros personales.

Tabla N° 20

Su MYPE Su MYPE cuenta con documentos de gestión, como Metas, Objetivos, Proyectos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	18	69.23	69.23	69.23
Alta	8	30.77	30.77	100.00
Muy Alta	0	0.00	0.00	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

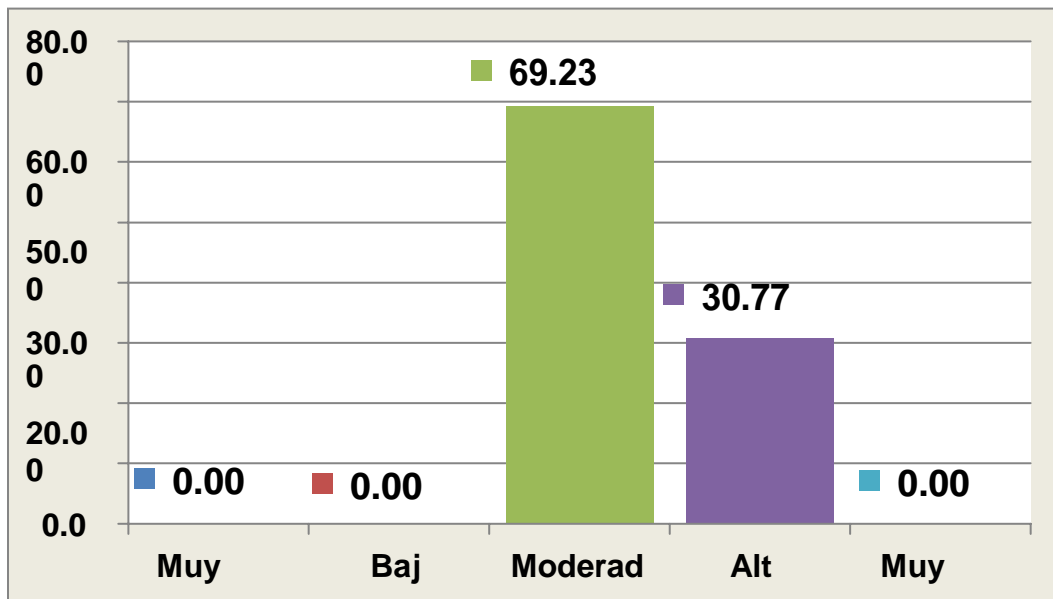


Figura N° 16

Su MYPE Su MYPE cuenta con documentos de gestión, como Metas, Objetivos, Proyectos

Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 69.23% es moderada y el 30.77% es alta los que cuentan con documentos de gestión, consideramos en este grafico que si hay conocimiento de programación de metas, así como el de gestión de calidad por parte de los encuestados y la importancia de contar con estos documentos.

Tabla N° 21

Considera usted que las estrategias que actualmente desarrolla en su servicio le permitirá mantenerse en el mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	3	11.54	11.54	11.54
Alta	17	65.38	65.38	76.92
Muy Alta	6	23.08	23.08	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

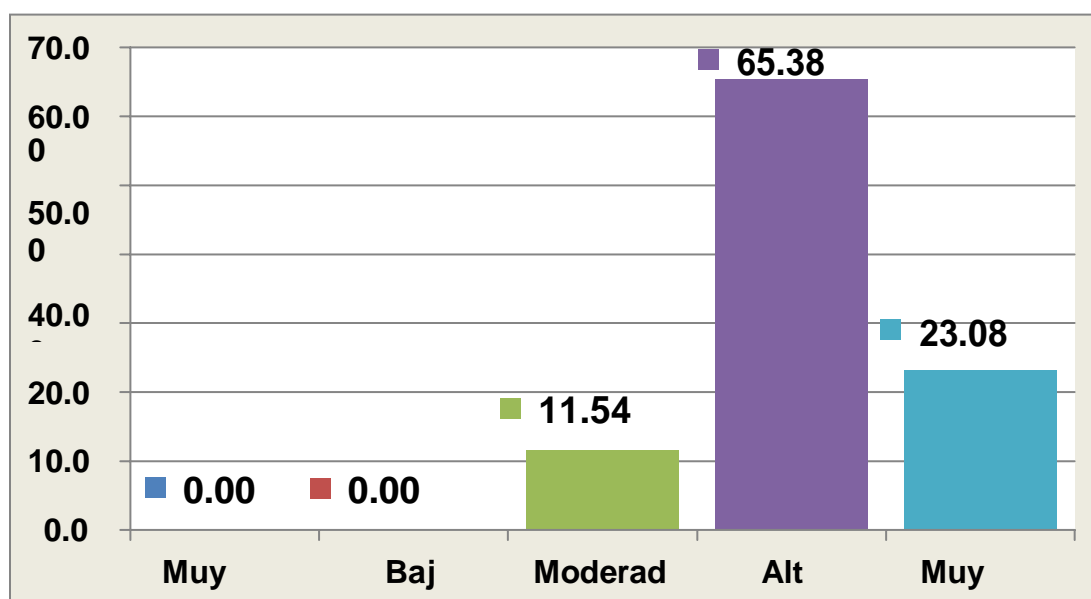


Figura N° 17

Considera usted que las estrategias que actualmente desarrolla en su servicio le permitirá mantenerse en el mercado

Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 65.38% es alta y el 23.08% muy alta y el 11.54% es moderada, consideramos en este grafico que hay un gran porcentaje de mypes que actualmente desarrollan estrategias adecuadas para mantenerse en el mercado.

Tabla N° 22

Considera que el valor de propuesta que ofrece a sus clientes, es el punto diferenciador de sus competidores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	5	19.23	19.23	19.23
Alta	20	76.92	76.92	96.15
Muy Alta	1	3.85	3.85	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

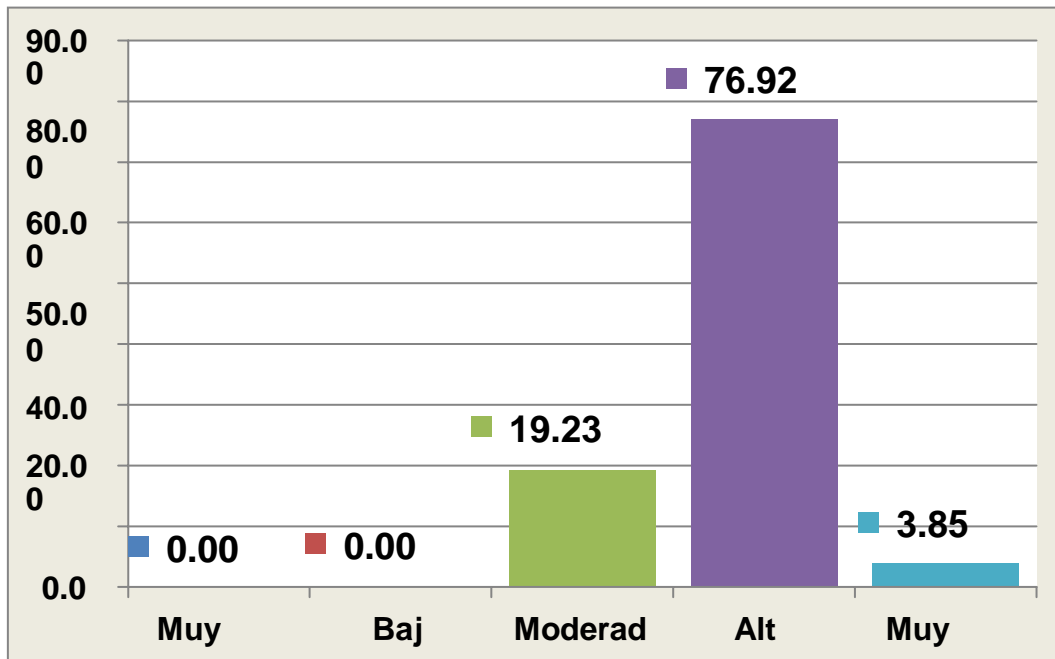


Figura N° 18

Considera que el valor de propuesta que ofrece a sus clientes, es el punto diferenciador de sus competidores

Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 76.92% es alta, el 19.23% es moderada y el 3.85 es muy alta, en cuanto al conocimiento del valor de propuesta que ofrece a sus clientes si considera como punto diferenciador de sus competidores.

Tabla N° 23

Cree Ud. que las técnicas de medición que utiliza para conocer la satisfacción de sus clientes son las adecuadas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	0	0.00	0.00	0.00
Alta	17	65.38	65.38	65.38
Muy Alta	9	34.62	34.62	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

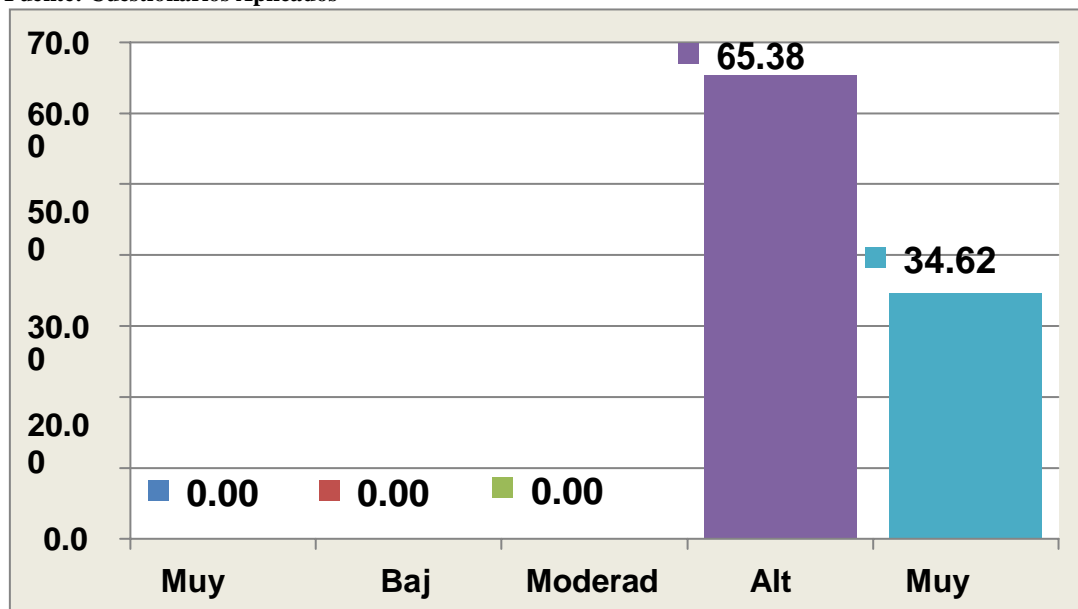


Figura N° 19

Cree Ud. que las técnicas de medición que utiliza para conocer la satisfacción de sus clientes son las adecuadas

Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 65.38% es alta y el 34.62% es muy alta. Vemos que también que todas las empresas se preocupan por conocer la satisfacción de sus para garantizar la calidad de servicio ofertado.

Tabla N° 24

Las técnicas de capacitación que desarrolla para mejorar el desempeño de sus colaboradores son las correctas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	0	0.00	0.00	0.00
Alta	17	65.38	65.38	65.38
Muy Alta	9	34.62	34.62	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

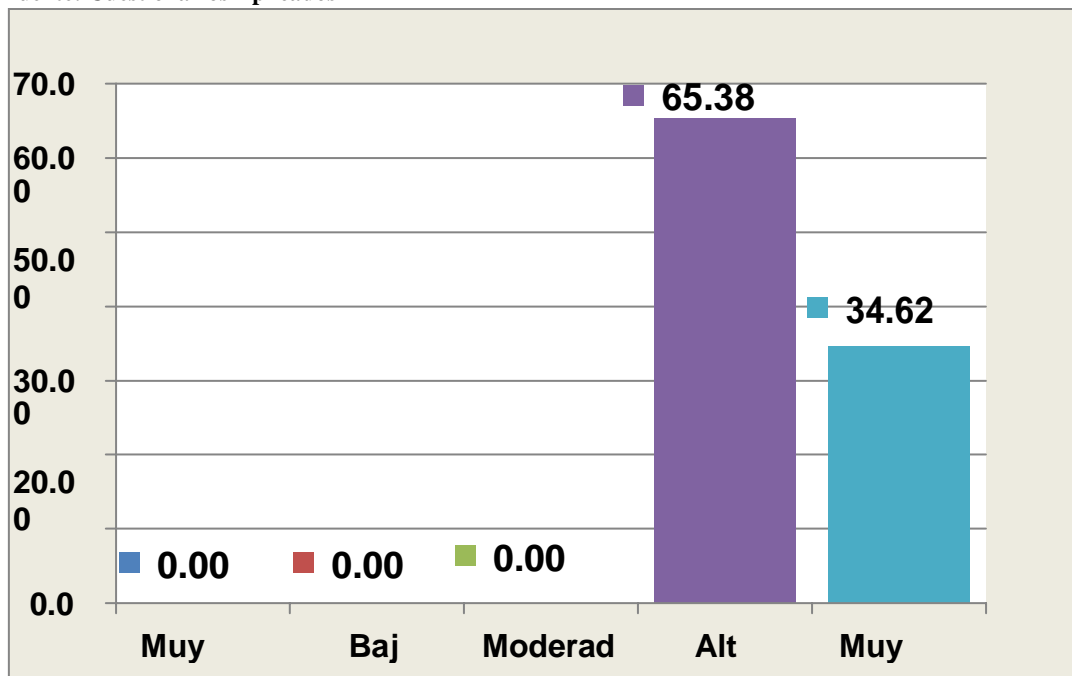


Figura N° 20

Las técnicas de capacitación que desarrolla para mejorar el desempeño de sus colaboradores son las correctas

Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 65.38% es alta y el 34.62% es muy alta, observamos que las técnicas de capacitación en promedio son correctas para mejorar el desempeño de su personal.

Tabla N° 25

Dentro de su plan de trabajo, designa un presupuesto para invertir en la formación de usted y sus colaboradores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	0	0.00	0.00	0.00
Alta	20	76.92	76.92	76.92
Muy Alta	6	23.08	23.08	100.00
Total	26	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

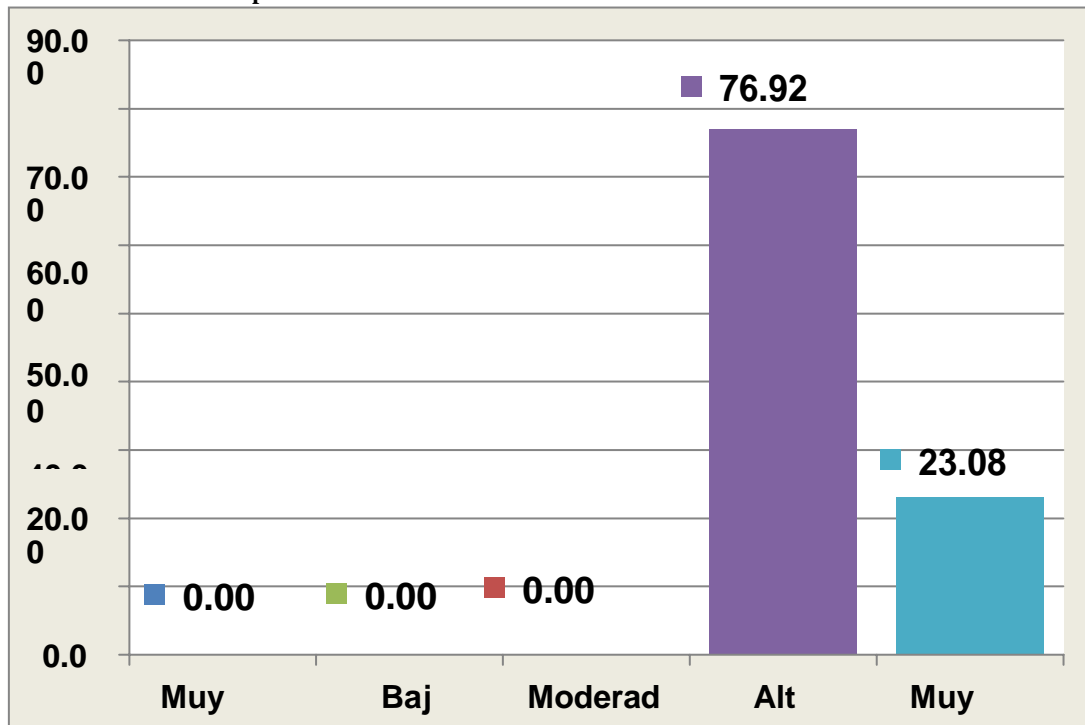


Figura N° 21

Dentro de su plan de trabajo, designa un presupuesto para invertir en la formación de usted y sus colaboradores

Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 76.92% es alta y el 23.08 es muy alta, denotando que muchas MYPE designan presupuesto para invertir en formación de todo el personal de la empresa.

4.2 Análisis de los Resultados

a. Respecto de los representantes legales de las MYPES

Consideramos en el análisis de los resultados a los representantes o dueños son adultos jóvenes capacitados para liderar el rubro de restaurante, el mayor porcentaje son mujeres, de estado civil en su mayoría casados, con grado de instrucción de superior no universitaria en mayor porcentaje, pero involucrados en el boom gastronómico del distrito de Huaral, con mucho entendimiento con respecto al financiamiento y crédito financiero para administrar sus restaurante, del mismo modo muchos están empoderados en lo que corresponde en gestión de calidad, ya que es una factor importante para hacerse competitivos y generar confianza y rentabilidad en sus mypes, para lo cual presentamos las siguientes tablas con resultados positivos en financiamiento y gestión de calidad:

Con respecto a la edad del encuestado tenemos en la (Tabla 5) y Gráfico 1 de los 26 Representantes Legales encuestados , Se observa que el 34.62% tienen edades entre 41 a 50 años, seguido de encuestados cuyas edades están entre los 51 a 60 años, tienen un 34.62% del total de encuestados, un 23.08% oscila entre la edad de mayores de 60 años y 7.69 de 30 a 40 años, entonces podemos decir que la mayor cantidad porcentual de encuestados se encuentran en las edades de 41 a 50 y 51 a 60 con 69% del total encuestados.

En la (Tabla 6) y Gráfico 2, Con respecto al género del encuestado vemos que el 23.08% pertenecen al género masculino y el 76.92% al género femenino, esto nos da como resultado que el género femenino lidera este rubro

Según la (Tabla 7) y Gráfico 3, Con respecto al estado civil del encuestado tenemos que el 61.54% son casados y el 30.77% son convivientes y el 7.69% son solteros.

Podemos observar en la (Tabla 8) y Gráfico 4, Con respecto al grado de instrucción de los encuestados, podemos ver que el 38.46% de encuestados tienen estudios superiores no universitarios, el 30.77% estudios superiores universitarios y el 30.77% solo secundaria.

b. Respecto a la Característica de las MYPES

Como nos consta en la (Tabla 9) y Gráfico 5, de acuerdo a las encuestas el 61.54%, tiene la denominación de empresa jurídica y el 38.46% unipersonal.

De esta manera observamos que en la (Tabla 10) y Gráfico 6, de acuerdo a las encuestas el 57.69%, tienen de 1 a 5 años de formada la mype, el 26.92% más de 10 años de formada y el 15.38% de 6 a 10 años de formada, ósea que el 100.00% tiene más de 1 año en el mercado, tiempo suficiente para realizar todas las gestiones para su financiamiento y gestión de calidad.

Vemos que en la (Tabla 11) y Gráfico 7, de acuerdo a las encuestas el 100.00%, de las empresas fueron creadas para generar dinero, ya que en los últimos tiempos la provincia de Huaral se ha convertido en boom gastronómico

En el consolidado de la (Tabla 12) y Gráfico 8, de acuerdo a las encuestas el 50.00%, tienen trabajadores permanentes y el 50.00% trabajadores eventuales, debido a las empresas aun evalúan el desempeño y perfil de cada trabajador para incluirlos en la planillas de permanentes.

En el consolidado de la (Tabla 13) y Gráfico 9, de acuerdo a las encuestas el 69.23%, tienen de 1 a 5 trabajadores y el 30.77% tienen de 6 a más trabajadores.

c. Respecto a la Característica del financiamiento de las MYPES

Observamos en la (Tabla 14) y Gráfico 10, de acuerdo a las encuestas el 38.46% es muy alta, el 30.77% es alta y el 30.77% es moderada con respecto a utilizar medios de publicidad para dar a conocer y marketear su mype.

Según los resultados en la (Tabla 15) y Gráfico 11, de acuerdo a las encuestas el 53.85%, es alta, el 23.08% es muy alta, y el 23.08% es moderada esto nos quiere decir que la percepción de los representantes de las mype creen que sus precios actuales les permiten mantener su rentabilidad creciente a largo plazo.

Podemos determinar en la (Tabla 16) y Gráfico 12, de acuerdo a las encuestas el 69.23% es moderada, el 30.77% es baja, esto nos quiere decir que los costos utilizados no están siendo efectivos para liderar el mercado.

En el consolidado de la (Tabla 17) y Gráfico 13, de acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 53.85% es muy alta, el 23.08% es alta y el 23.08% es moderada, ósea que en su gran mayoría los representantes de la mypes no tuvieron problemas para acceder al financiamiento.

Podemos observar en la (Tabla 18) y Gráfico 14, de acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 50.00% es muy alta y el 50.00% es alta, esto quiere decir que el financiamiento genera mayor rentabilidad a las mypes.

Apreciamos en la (Tabla 19) y Gráfico 15, de acuerdo a las encuestas realizadas observamos que en 50.00% es muy alta, y el 50.00% alta, vemos que en su totalidad

los representantes o dueños de las mypes financian su empresa con sus ahorros personales.

d. Respecto a la Característica de la Gestión de Calidad de las MYPES

Del total de muestras estudiadas, tenemos en la (Tabla 20) y Gráfico 16, de acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 69.23% es moderada y el 30.77% es alta los que cuentan con documentos de gestión, consideramos en este gráfico que si hay conocimiento de programación de metas, así como el de gestión de calidad por parte de los encuestados y la importancia de contar con estos documentos.

Según el estudio realizado vemos en la (Tabla 21) y Gráfico 17, De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 65.38% es alta y el 23.08% muy alta y el 11.54% es moderada, consideramos en este gráfico que hay un gran porcentaje de mypes que actualmente desarrollan estrategias adecuadas para mantenerse en el mercado.

Teniendo como consolidado en la (Tabla 22) y Gráfico 18, de acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 76.92% es alta, el 19.23% es moderada y el 3.85 es muy alta, en cuanto al conocimiento del valor de propuesta que ofrece a sus clientes si considera como punto diferenciador de sus competidores.

En cuanto en la (Tabla 23) y Gráfico 19, de acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 65.38% es alta y el 34.62% es muy alta. Vemos que también que todas las empresas se preocupan por conocer la satisfacción de sus para garantizar la calidad de servicio ofertado.

Después de observar en la (Tabla 24) y Gráfico 20, De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 65.38% es alta y el 34.62% es muy alta, observamos

que las técnicas de capacitación en promedio son correctas para mejorar el desempeño de su personal.

En la (Tabla 25) y Gráfico 21, de acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 76.92% es alta y el 23.08 es muy alta, denotando que muchas MYPE designan presupuesto para invertir en formación de todo el personal de la empresa.

V. CONCLUSIONES

En la Gestión de Calidad y el financiamiento en el Sector comercio, Rubro Restaurantes del Distrito de Huaral 2018, podemos determinar lo siguiente:

a. Respetto de los representantes legales de las MYPES

Se concluye que la mayor cantidad de los representantes legales o propietarios de las MYPES del sector comercio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaral 2018, son de edad promedio entre los 40 y 60 años.

Los representantes legales o propietarios las MYPES son de sexo femeninos en su gran mayoría, estando este rubro liderado por las mujeres.

Así mismo vemos que según el estado civil del total del representantes legales o propietarios las MYPES, tenemos en mayor cantidad casados, seguidos de convivientes y solo una minoría son solteros.

Con respecto al grado de instrucción del representantes legales o propietarios las MYPES, vemos que predomina los que tienen estudios superiores no universitarios, seguidos por los que tienen estudios superiores universitarios, siendo este una fortaleza para administrar su mype.

b. Respetto al financiamiento de las MYPES

En conclusión vemos que el total de las MYPES estudiadas del sector comercio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaral 2018, realizan gestiones adecuadas para su financiamiento, así mismo el financiamiento es evaluado constantemente según las necesidades de las mypes el tiempo que sea necesario para cubrir con las expectativas del clientes, el costo financiero promedio será moderado debido al crecimiento y bajas que puedan tener el país.

Es importante que las instituciones correspondientes del estado peruano se preocupen realizar las capacitaciones, asesorías y supervisiones inopinadas para garantizar funcionamiento correcto de las mypes del sector comercio rubro restaurantes, y así garantizar, calidad y buen servicio al cliente, en conclusión vemos que el financiamiento tiene relación directa con la gestión de calidad ya que ambos están ligados a cumplir con la satisfacción de los clientes.

c. Respetto a la Gestión de Calidad de las MYPES

Estamos en un mundo moderno en la cual el Perú esta sobresaliendo en especial en la gastronomía, debido a su riqueza y diversidad de productos comestibles, el Distrito de Huaral no es ajeno a eso ya que se ha convertido en un sitio turístico en la cual se ofrece gran variedad de comidas de excelente calidad por ese motivo es importante emplear la Gestión de Calidad. Podemos decir que existen muchos conocimientos por parte de los representantes Legales o dueños, ya que en muchos de los casos si cumplen con dichos requisitos, creemos que el estado debería apoyar con capacitaciones y asesorías que posteriormente redundaran en la buena calidad de atención al cliente.

En conclusión consideramos que la gestión de calidad tiene relación directa con el financiamiento ya que ambos son necesarios e indispensable para iniciar permanecer y liderar el mercado de restaurantes, pero aun tenemos mucho por mejorar con respecto al financiamiento y mejoramiento de gestión de calidad, desde el punto de vista de capacitaciones, asesorías y normas legales agiles y eficientes que beneficien al micro y pequeño empresario para este rubro.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

REFERENCIAS:

Christian Grönroos Ediciones Díaz de Santos, 1994 - 291 páginas

Concepto de Servicio: <https://concepto.de/servicio/#ixzz5lacxQorx>

El concepto de la calidad y evolución pdf, <http://www.academia.edu/download/3849903>

Escrito por Andrés Muñoz Machado

Flores y Gonzales (2017), En su investigación titulada “*Proyecto de inversión implementación de un restaurante especializado en comida marina en el distrito de independencia denominado “concha y ají” tradición y sabor*”.

García (2015), en su investigación titulada “*Plan de Negocios para la creación de un Restaurante de comida a base de Productos Orgánicos en la Parroquia Ayacucho de la Ciudad de Guayaquil*”.

<http://misdiasdeescuelamom.blogspot.com/2011/04/identificacion-de-objetivos.html>

<https://docplayer.es/46061294-Introduccion-al-control-de-calidad.html>

<https://elperuano.pe/noticia-financiamiento-para-mypes-66513.aspx>

<https://gestion.pe/economia/restaurantes-sonrien-peru-negocio-suma-13-meses-crecimiento-continuo-236743>

<https://www.definicionabc.com/social/restaurante.php>

<https://www.ingenieriayconsultoriaic.es/consultoria/caracter%C3%ADsticas-del-sistema-de-gesti%C3%B3n-de-calidad/>

La gestión de calidad total en la administración pública

- Muñoz (2016), en su tesis *“Plan de acción para la mejora de la calidad y visibilidad en el mercado, del restaurante finca la gloria, provincia del Guayas”*.
- Pascual (2018), en su investigación titulada *“Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015”*.
- Rodríguez (2018), en su investigación titulada *características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del Perú: caso empresa impresiones maquinita s.a.c. el porvenir*
- Ruiz (2017), en su investigación titulada *“Proyecto de Inversión establecimiento de un restaurant de comida especial, orientada a la venta de carne en palitos – anticuchos y otros servicios similares, Cercado de Lima”*.
- Salazar (2018), en su investigación titulada *“El financiamiento y su incidencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio del Perú: caso de la empresa restaurant Cebicheria El Mijano EIRL. De Iquitos, 2016.”*.
- Sánchez (2017), en su investigación titulada *"Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa." El objetivo general es: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán.*

Silva (2016), en su investigación titulada “*Plan de negocio para la creación de un restaurante de comida criolla en la ciudad de Jaén*”.

Solís (2017), en su investigación titulada “*Mejora de la Calidad de servicio en una empresa de alimentos, Los Olivos 2017*”. El objetivo general es: *proponer un plan de mejora en calidad de servicio en una empresa de alimentos, Los Olivos, 2017.*

Teoría del financiamiento: evaluación y aportes Drimer 2008

ANEXO

Anexo 1

Relación de Micros y Pequeñas Empresas Rubro Restaurantes

N°	Razón Social	Dirección	RUC	Lic. Municipal	Tamaño de Empresa
1.-	Restaurant El Huaquerito	Mz. A, Urb. Lt.1, 0051 Huaral	20554144461	NO REGISTRA	Microempresa
2.-	Churungo's Restaurant	Av. Jorge Chávez #538, Huaral, Jorge Chávez	10005200012	EXP. 00531-11 RES. N° 024-11	Microempresa
3.-	Restaurante "Jockey"	Calle 28 de Julio - Huaral	10159405821	EXP. 27513 LIC.. N° 4819	Microempresa
4.-	Doña Julia Restaurant	Av. 03 de octubre	10159431997	NO REGISTRA	Microempresa
5.-	Restaurant Sabor Y Punto E.I.R.L	Derecha N° 527 Huaral	20530918905	EXP. 21756-16 LIC.. N° 6071	Microempresa
6.-	El Patio de Gino	Av. Estación	10160048226	EXP. 14878-17 LIC.. N° 6334	Microempresa
7.-	Restaurante de Huaral - El Boulevard	586, Salvador Del Solar	10159919507	EXP. 0495-18 LIC.. N° 6776	Microempresa
8.-	La Estación Restaurante Huaral S.A.C.	Av. Chancay N° 108 - Huaral	20534062894	EXP. 7187-08 LIC.. N° 2727	Microempresa
9.-	Restaurante EL Sorpresa de Huaral	Calle derecha 475	20601956404	EXP. 22802-17 LIC.. N° 6403	Microempresa
10.-	Restaurant - Cevichería Cascajo	Ancash 152	10159445581	EXP. 00715-16 LIC.. N° 28976	Microempresa

N°	Razón Social	Dirección	RUC	Lic. Municipal	Tamaño de Empresa
11.-	YESENIA KETTY TRUJILLO LOAYZA	CHANCA Y	10160123627	088	Microempresa
12.-	VICTOR MIGUEL ALVARADO NAUPARI	LUIS COLAN	10438387299	6616	Microempresa
13.-	SONIA ANACHA CRISOSTOMO LUNA	PEDRO APARICIO	10452510474	6682	Microempresa
14.-	RUTH PATRICIA SILVA IZQUIERDO	REMIGIO MORALES BERMUDEZ N° 397 - ESQUINA CON LA CALLE UNION	10003283076	082	Microempresa
15.-	RICHARD'SON SCOTTMUNDINEZ CUADROS	LUIS FALCON	10460460285	6743	Microempresa
16.-	RAFAEL ELMER ALVARADO NIETO	EX HACIENDA RETES PREDIO N° 5525- STAND N° 8	10748557224	078	Microempresa
17.-	PAUL ANTONIO CRUZ MONTOYA	CALLE DERECHA	10419662688	175	Microempresa
18.-	NATALY ALEXANDRA MORENO LAIME	APARICIO	10452322761	054	Microempresa
19.-	MERCEDES ROCIO HUANAY CONTRERAS	ANIMAS N° 345	10411092360	6640	Microempresa
20.-	MARIA YSABEL ESCALANTE COLLANTES	CALLE PRIMAVERA	10157531871	6819	Microempresa

N°	Razón Social	Dirección	RUC	Lic. Municipal	Tamaño de Empresa
21.-	MARIA EVARISTA PARI RAMIREZ	MARISCAL CACERES	10157431230	6663	Microempresa
22.-	MANUEL JESUS MARTINEZ REVILLA	3 DE OCTUBRE	10469432365	6824	Microempresa
23.-	MADELEINE YESSENIA CURIOSO LA ROSA	LUIS COLAN	1046287307	6765	Microempresa
24.-	MABILO GREGORIO RAMOS CORREA	ALAMEDA DE LOS HEROES	10159509058	6666	Microempresa
25.-	LUIS ANTONIO PIZARRO ESTRADA	LOS NATURALES	10157531587	6593	Microempresa
26.-	LISSETH HIRANO OSHIRO	LUIS COLAN	10446421480	6570	Microempresa

Fuente: Municipalidad Provincial de Huaral

Anexo 2

Cuestionario de Preguntas

**HOJA DE ENCUESTA UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE
CHIMBOTE ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
“LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, DEL SECTOR SERVICIO -
RUBRO RESTAURANTE DEL DISTRITO DE HUARAL, 2018”**

INSTRUCCIONES:

A. INTRODUCCION: Estimado (Sr. (a):

El cuestionario tiene como propósito recoger información para conocer las características que existen en la Gestión de Calidad y el Financiamiento en las Micros y Pequeñas Empresas, del Sector Servicio, Rubro – Restaurantes, del Distrito de Huaral, 2018, luego identificarlas y buscar las mejoras alternativas de solución, para lo cual le entrevistaré, a cerca de las características del Representante Legal, así mismo las características de la Empresa, de la Gestión de Calidad y el Financiamiento de la Empresa que representa Legalmente, por lo tanto será un cuestionario de preguntas, y se solicita veracidad de sus respuestas, con sinceridad y con total libertad, marcando con una (x), el casillero de la alternativa que considere pertinente:

B. SOBRE LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRESARIOS DE LAS MYPES

1.- ¿Cuántos años tiene Ud.?

De 30 a 40

De 41 a 50

De 51 a 60

Más de 61

2.- ¿Cuál es su estado civil?

Soltero

Casado

Conviviente

3.- Genero del Encuestado

Masculino

Femenino

4.- ¿Qué grado de instrucción tiene Ud.?

Primaria

Secundaria

Superior no universitaria

Superior universitaria.

C. SOBRE LAS PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA:

5.- ¿Qué tipo de Empresa es?

Unipersonal () Jurídica ()

6.- ¿Cuántos años tiene de Formada la Empresa?

Menor de un año () De 1 a 5 años () De 6 a 10 años () más de 10 años ().

7.- ¿Cuál es la finalidad por la se creó la empresa?

Dar empleo a los familiares () Generar Dinero ()

8.- ¿Qué tipos de trabajadores tiene su empresa?

Permanente () Eventual ()

9.- ¿Con Cuántos trabajadores cuenta su empresa?

Menos 1 a 5 () de 6 a mas ()

C.-CARACTERISTICAS DEL FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA:

A continuación tienen cinco posibles respuestas de las cuales usted responderá lo que crea conveniente sobre la base de las alternativas siguientes que le mencionaré:

**5. MUY ALTA 4. ALTA 3. MODERADA
2. BAJA 1. MUY BAJA**

N°	DATOS ESPECIFICOS	MUY ALTA (5)	ALTA (4)	MODERADA (3)	BAJA (2)	MUY BAJA (1)
10	¿Usted utiliza medios de publicidad para que su restaurante sea conocido?	5	4	3	2	1
11	¿Considera que sus precios actuales que ofrece el servicio le permitirán mantener una rentabilidad creciente a largo plazo?	5	4	3	2	1
12	. ¿A lo largo de la inversión los costos utilizados en el desarrollo del servicio le han permitido liderar frente a sus competidores?	5	4	3	2	1
13	¿Tuvo dificultad para acceder a un financiamiento?	5	4	3	2	1
14	¿Cree Ud. que el financiamiento genere mayor rentabilidad a las MYPE?	5	4	3	2	1
15	. ¿Usted financia su MYPE con ahorros personales?	5	4	3	2	1

E.-CARACTERISTICAS DE GESTION DE LA CALIDAD DE LA EMPRESA:

A continuación tienen cinco posibles respuestas de las cuales usted responderá lo que crea conveniente sobre la base de las alternativas siguientes que le mencionaré:

**5. MUY ALTA 4. ALTA 3. MODERADA
2. BAJA 1. MUY BAJA**

N°	DATOS ESPECIFICOS	MUY ALTA (5)	ALTA (4)	MODERADA (3)	BAJA (2)	MUY BAJA (1)
16	¿Su MYPE cuenta con documentos de gestión, como Metas, Objetivos, Proyectos?	5	4	3	2	1
17	¿Considera usted que las estrategias que actualmente desarrolla en su servicio le permitirá mantenerse en el mercado?	5	4	3	2	1
18	¿Considera que el valor de propuesta que ofrece a sus clientes, es el punto diferenciador de sus competidores?	5	4	3	2	1
19	¿Cree Ud. que las técnicas de medición que utiliza para conocer la satisfacción de sus clientes son las adecuadas?	5	4	3	2	1
20	¿Las técnicas de capacitación que desarrolla para mejorar el desempeño de sus colaboradores son las correctas?	5	4	3	2	1
21	¿Dentro de su plan de trabajo, designa un presupuesto para invertir en la formación de usted y sus colaboradores?	5	4	3	2	1