



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD
COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN
DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO
RESTAURANTES, DEL DISTRITO DE PUENTE
PIEDRA, 2018**

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

AUTOR:

Bach. GARCÍA ORTEGA, JOSÉ DANIEL

ID ORCID: 0000-0003-2114-8517

ASESOR:

MGRT. SIMON POMA ANCCASI

LIMA – PERÚ

2019

1. Título del proyecto de investigación

Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de Puente Piedra, 2018.

2. Equipo de trabajo

AUTOR:

Bach. García Ortega, José Daniel

ID ORCID: 0000-0003-2114-8517

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Estudiante Pregrado

Lima, Perú

ASESOR

Mgrt. Simón Poma Ancasi

ORCID: 0000-0001-6594-8650

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Lima, Perú

JURADOS

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Lic. Adm. Víctor Hugo Espinosa Otoyá

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Mgrt. Juan Pablo Meza de los Santos

ORCID: 0000-0001-8852-1342

3. Hoja de firma de jurado y asesor

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero

Presidente

Lic. Adm. Víctor Hugo Espinosa Otoyá

Miembro

Mgt. Juan Pablo Meza de Los Santos

Miembro

Mgt. Simón Poma Ancasi

Miembro

4. Agradecimiento

Agradecemos a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad. Agradezco a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Uladech Católica y a nuestro querido Asesor Mg. Simón Poma Anccasi por su dedicación y apoyo en nuestra trayectoria universitaria; a mí, porque trabaje para el cumplimiento de esta meta.

Dedicatoria

A Dios padre todo poderoso, a mi señora madre y mi Tío Rafael, por sus consejos que me ayudaron y animaron a conseguir mis metas anheladas, y mi esposa por el apoyo con el cuidado a mis hijas Danitza y Leonela. Dedicar a toda mi familia por su apoyo incondicional.

5. Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general Proponer las mejoras en la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de Puente Piedra, 2018. Del mismo modo, la investigación fue de tipo cuantitativa, no experimental, descriptiva y transversal. Para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 30 restaurantes que tuvieron disposición de responder la encuesta a quienes se les realizó un cuestionario de 32 preguntas relacionadas a las variables de investigación. Los resultados obtenidos fueron: sobre los representantes de las MYPE. 60.0% tienen entre 31 y 40 años de edad. 73.3% son de sexo femenino. 60.0% tienen grado de instrucción secundaria y 100.0% son dueños. Sobre las MYPE: 50.0% tiene de 6 a 10 años en el mercado. 100.0% tienen entre 1 a 5 trabajadores. El 66.7% de las MYPE se encuentran formalizadas. El 100% de los restaurantes son persona natural. Sobre la gestión de calidad: El 100.0% de valores porcentuales del nivel de la gestión de calidad es favorable. Planificación de la calidad el 93.3% es de nivel moderado. Control de calidad el 100% es de nivel moderado. Mejora de los procesos se tiene que el 100% es favorable. Sobre la competitividad: 63.3% de las empresas tienen un nivel moderado. En cuanto al aseguramiento de la calidad el 86.7% percibe un nivel moderado, el recurso humano se tiene en un 90.0% un nivel moderado. El nivel de percepción de los sistemas de información un 80.0% muestra un nivel moderado. La dimensión administración un 86.7% es de nivel favorable. La innovación de las MYPE el 46.7% de ellas son de nivel moderado.

Palabras Claves: Gestión de calidad, Competitividad, Restaurantes.

Abstrac

The objective of this research was to propose improvements in competitiveness as a relevant factor for the quality management of micro and small businesses in the services sector, restaurants, of the Puente Piedra district, 2018. Similarly, the research It was quantitative, non-experimental, descriptive and transversal. To carry it out, a population sample of 30 restaurants was chosen that were willing to answer the survey to whom a questionnaire of 32 questions related to the research variables was made. The results obtained were: on the representatives of the MYPE. 60.0% are between 31 and 40 years old. 73.3% are female. 60.0% have secondary education degree and 100.0% own. About MYPE: 50.0% are 6 to 10 years old in the market. 100.0% have between 1 and 5 workers. 66.7% of the MYPE are formalized. 100% of the restaurants are natural person About quality management: 100.0% of percentage values of the level of quality management is favorable. Quality planning 93.3% is of moderate level. 100% quality control is of moderate level. Process improvement is 100% favorable. On competitiveness: 63.3% of companies have a moderate level. Regarding quality assurance, 86.7% perceive a moderate level, human resources have a moderate level at 90.0%. The level of perception of information systems by 80.0% shows a moderate level. The administration dimension of 86.7% is favorable. The innovation of the MYPE 46.7% of them are of moderate level.

Keywords: Quality Management, Competitiveness, Restaurants.

6. Contenido

1. Título del proyecto de investigación	1
2. Equipo de trabajo.....	3
3. Hoja de firma de jurado y asesor	4
4. Agradecimiento y Dedicatoria.....	5
5. Resumen y Abstrac.....	6
6. Contenido	9
7. Índice de tablas	10
Índice de figuras.....	11
I. Introducción.....	12
II. Revisión de literatura	15
2.1 Antecedentes	15
2.2 Bases teóricas de la investigación	20
2.3 Marco conceptual	29
III. Metodología	30
3.1 Diseño de la investigación.	30
3.2 Población y muestra.	31
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	33
3.4 Plan de análisis.....	33
3.5 Matriz de Consistencia	34
IV. Resultados.....	37
4.1 Resultados	37
4.2 Análisis de resultados.....	55
V. CONCLUSIONES.....	62
VI. RECOMENDACIONES.....	63
Referencias bibliográficas.....	644
ANEXOS	688
Anexo 1.Instrumento de recolección de datos	68
Anexo 2. Lista de empresas	70
Anexo 3. Propuestas de mejora.....	72

7. Índice de tablas

	Pág.	
Tabla 1	Operacionalización de las variables	33
Tabla 2	Matriz de consistencia	35
Tabla 3	Edad del representante de la MYPE	38
Tabla 4	Género del representantes de la MYPE	39
Tabla 5	Grado de instrucción	40
Tabla 6	Cargo en la MYPE	41
Tabla 7	Tiempo en el mercado	42
Tabla 8	Número de trabajadores	43
Tabla 9	Formalización de la empresa	44
Tabla 10	Tipo de constitución empresarial	45
Tabla 11	Nivel de competitividad de las MYPE	46
Tabla 12	Nivel de percepción del aseguramiento de la calidad	47
Tabla 13	Nivel de percepción de los recursos humanos	48
Tabla 14	Nivel de percepción de los sistemas de información	49
Tabla 15	Nivel de percepción de la administración	50
Tabla 16	Nivel de percepción de la innovación	51
Tabla 17	Nivel de percepción de la gestión de calidad	52
Tabla 18	Nivel de percepción de planificar la calidad	53
Tabla 19	Nivel de percepción del control de la calidad	54
Tabla 20	Nivel de percepción de la mejora de la calidad	55

Índice de figuras

		Pág.
Figura 1	Edad del representante de la MYPE	38
Figura 2	Género del representantes de la MYPE	39
Figura 3	Grado de instrucción	40
Figura 4	Cargo en la MYPE	41
Figura 5	Tiempo en el mercado	42
Figura 6	Número de trabajadores	43
Figura 7	Formalización de la empresa	44
Figura 8	Tipo de constitución empresarial	45
Figura 9	Nivel de competitividad de las MYPE	46
Figura 10	Nivel de percepción del aseguramiento de la calidad	47
Figura 11	Nivel de percepción de los recursos humanos	48
Figura 12	Nivel de percepción de los sistemas de información	49
Figura 13	Nivel de percepción de la administración	50
Figura 14	Nivel de percepción de la innovación	51
Figura 15	Nivel de percepción de la gestión de calidad	52
Figura 16	Nivel de percepción de planificar la calidad	53
Figura 17	Nivel de percepción del control de la calidad	54
Figura 18	Nivel de percepción de la mejora de la calidad	55

I. Introducción

Las micro y pequeñas empresas han demostrado tener características que las hacen versátiles y moldeables en un mercado que solo admite organizaciones de grandes capitales y que son sostenibles en el tiempo. Sin embargo, las MYPE han sabido mantenerse en el mercado a pesar de las dificultades y condiciones adversas a sus características. El Perú alberga alrededor el 99.5% de micro, pequeñas y medianas empresas del total de las existentes. De ellas el 96.2% son micro empresas, 3.2% son pequeñas y 0.1% son medianas empresas (Ministerio de la Producción, 2017).

El sector servicio, de acuerdo a la Cámara de Comercio de Lima, “pasó de 36,6% del PBI a 41% en el 2017, acumulado 16 años de crecimiento sostenido” (El Comercio, 2018). En el caso de los restaurantes, de acuerdo a las estadísticas mostradas por Odar (2019), entre los “meses de abril y los últimos meses han mantenido un importante dinamismo y se ha logrado un crecimiento de 3.79% con respecto al año pasado” (párr. 2). En el distrito de Puente Piedra también existen una gran cantidad de MYPE, de todos los sectores, pero los que más predominan son los del sector comercio y servicio. En este último se encuentran aquellos negocios dedicados a la preparación de alimentos dentro de un establecimiento, lo que se llama restaurantes.

Sin embargo, la mayor parte de ellos son negocios de subsistencia que muchos no alcanzan a los tres años de subsistencia, ello se debe a que son unidades con poca conciencia de competitividad, aspecto que las catapulta en la informalidad y en una economía subterránea, como lo diría Hernando de Soto.

Dada estas condiciones de los restaurantes en el distrito de Puente Piedra es que se pretende realizar un estudio acerca de las condiciones competitivas de estas unidades empresariales. Para poder presentar una propuesta de mejora de la competitiva como factor relevante para la gestión de calidad en un restaurante del distrito de Puente Piedra.

El planteamiento del problema en una investigación, es como la columna vertebral del mismo, porque determina la importancia de la investigación y la traduce en objetivos que se deben conseguir a lo largo de su desarrollo. A tal efecto, Hernández et al (2014), menciona que la problemática es “afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación” (p. 6).

¿Cuáles son las mejoras de la competitividad como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de Puente Piedra, 2018?

Proponer las mejoras en la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de Puente Piedra, 2018.

Identificar los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de Puente Piedra, 2018.

Describir los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de Puente Piedra, 2018.

Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en

lamicro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de Puente Piedra, 2018.

El presente estudio constituye un aporte teórico porque emplea la teoría de la competitividad y la gestión de calidad para sustentar mejoras en una organización. En tal sentido, emplea los principios de la gestión de calidad para mejorar la calidad de los servicios de un restaurante, haciendo más competitivo en un mercado ávido de mejoras. De esta manera se prueba la teoría en sus dos variables corroborante de esta manera la validez de las mismas

Se justifica de manera práctica porque al final de la investigación se presenta una propuesta de mejora a uno de los restaurantes tomados como muestra, dicha propuesta tratará acerca de la mejora de la competitividad teniendo en cuenta sus limitaciones. De tal forma que la propuesta es útil para los restaurantes del distrito de Puente Piedra que presentan deficiencias a nivel de competitividad, servicio de atención al cliente y gestión de calidad en sus diferentes procesos

Para la presentación de esta investigación se empleará el método descriptivo y con estudio de caso, donde encajará la propuesta de mejora de la MYPE. Con el empleo de este método será posible replicar la propuesta de mejora en otros restaurantes que presente la misma realidad, también servirá de referencia o de insumo para otros tipos de negocio que estén relacionados o no, dicha metodología incluso será útil para los estudiantes de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote y otras universidad que quieran estudiar en la misma área y bajo las mismas variables de investigación

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

En este capítulo se abordará los antecedentes de la investigación, los cuales consisten en tesis de investigación, artículos científicos y libros relacionados a las variables de investigación.

Antecedentes internacionales

López (2018), presentó la tesis titulada “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del restaurante Rachys de la ciudad de Guayaquil”. El propósito que buscó el autor fue determinar la calidad del servicio y también la satisfacción de los clientes del restaurante. La metodología empleada fue descriptiva y no experimental. En el restaurante en estudio se encontró algunas deficiencias relacionadas a la calidad del servicio y por ende el cliente no se sentía satisfecho, aspectos que serán mejorados con el análisis, propuestas y puesta en práctica de las recomendaciones hechas al respecto. Tal es el caso que la conclusión presentada fue: el servicio al cliente es una ventaja competitiva que pueden desarrollar toda organización que se propone, aspecto que se manifiesta en el trato al cliente, servicio y producto de calidad, factores que distinguen a una empresa y que le lleva al éxito. Para ello la organización debe involucrarse en su totalidad.

Jurado (2014), presentó una investigación para la “Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el Centro Histórico de la ciudad de Quito”. Sobre el objetivo que persiguió el autor fue identificar las características de la calidad del servicio con la intención de mejorar en ese aspecto en un restaurante. Para ello planteó una

metodología de modalidad descriptiva, no experimental y transversal. Tal es el caso que registró resultados como: 81% de los encuestados registran que cuentan con infraestructura adecuada. 79% percibe que el inmobiliario está a la altura de un buen servicio. 93% cuenta con personal adiestrado para dar un buen servicio. 82% realiza un servicio rápido. 95% percibe que el servicio es cordial y agradable. En cuanto a la conclusión se tiene que la empresa en estudio cumple con los estándares de calidad en la gestión del servicio. Así también considera que es importante para toda empresa contar con un sistema de calidad.

Joubert (2014), determinó efectuar una investigación en “Los sistemas de gestión de calidad en el sector restaurantes: perspectivas y desafíos para su implementación en restaurantes de la ciudad de Neuquén”, con esta investigación se plantea identificar las características de los sistema de gestión de calidad actuales en los restaurantes del área de estudio. Para tal efecto su investigación fue cualitativa y descriptiva. La tesis se resume en que se identificaron un conjunto de restaurantes que cumplían con los principios de gestión de calidad, pero también habían otros que nunca habían escuchado de tema pero aplicaban aspectos de la gestión de calidad en forma de buena atención al cliente. A tal efecto la conclusión fue: los restaurantes del presente estudio no consideraron importante la gestión de calidad en sus negocios, esta percepción la sostuvieron por desconocimiento de los principios de la gestión de calidad.

Antecedentes nacionales

Jáuregui (2017), elaboró una tesis denominada: “Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de nuevo Chimbote, 2014”. El objetivo de esta investigación fue

determinar las características de las MYPE desde la perspectiva de la gestión de calidad. En cuanto a la metodología empleada fue descriptiva, no experimental y transversal. A continuación se presenta el resumen de los resultados reportados fueron: el 50% de los empresarios tienen entre 18 a 30 años de edad. Son varones en su mayoría (50%), tienen educación técnica (38%) y son dueños de la empresa (75%). Sobre la MYPE: 37.5% de ellas tienen más de 7 años en el mercado. 62.5% tienen entre 1 a 3 trabajadores. Sobre gestión de calidad: 100% no conocen del tema. 100.0% no cuenta con plan estratégico. 100.0% percibe que la gestión de calidad ayuda a cumplir con los objetivos. Por lo que se concluye que la totalidad de las empresas de este estudio no conoce acerca del sistema de gestión de calidad, por lo que ninguna aplica los principios. Sin embargo consideran que es una buena opción para mejorar sus condiciones en el sector.

Al respecto Luna (2016), en su tesis denominada: “Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de nuevo Chimbote, 2013”, esta tesis tuvo como caracterizar a las empresas de este estudio desde el punto de vista de la gestión de calidad. En cuanto al tipo de investigación, esta fue de tipo descriptiva y no experimental. El resumen de los resultados muestra que, en base a las edades de los empresarios, estos oscilan mayormente entre 18 a 30 años, en el orden del 52%. EL 61% son varones. 47.8% tienen estudios universitarios. Sobre la MYPE: 65.2% tienen entre 1 a 5 trabajadores. 70% se encuentran formalizados. Sobre la gestión de calidad: 61% aplican principios de gestión de calidad. 78% de las empresas manifiesta capacitar a su personal para mejorar su competitividad. Ello permitió concluir que la mayoría de las empresas aplica la gestión de calidad de manera

empírica, pero están conscientes de que poseer un sistema de calidad ayuda a la empresa a ser más competitiva y mantenerse en el mercado.

Flores (2017), elaboró una investigación sobre “Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del jirón José Balta del distrito de Chimbote, 2016”. El objetivo fue identificar las características de las pollerías de este sector con la finalidad de mostrar la descripción de la gestión de calidad en su enfoque de competitividad. La metodología fue descriptiva, no experimental y transversal. El resumen de los resultados reportados son: 75% de los empresarios tienen entre 48 y 62 años de edad. El 75% tienen hasta tres trabajadores. 75% de las empresas cuentan con una visión. Y 75% casi siempre tienen objetivos. 75% a veces analiza el mercado. 50% emplean estrategias para vender. 50% se preocupa por diferenciarse de la competencia. 75% siempre cumple con los estándares de calidad. 50% de las empresas conocen a sus competidores. Aspecto que permitió concluir que la gestión de calidad es importante para toda empresa sin límites de tamaño, ello le permite a la organización competir en mejores condiciones en el rubro donde se desarrolla.

Antecedentes locales

Hurtado (2019), presentó una tesis denominada: “La gestión de calidad y su influencia en las MYPE del sector servicio-rubro restaurantes del óvalo de Santa Anita, distrito de Santa Anita, Lima 2018”, cuyo propósito fue identificar las características de los restaurantes de este distrito desde la perspectiva de la gestión de calidad. La metodología que empleó el autor fue descriptiva, no experimental y transversal. El resumen de los resultados que registró fueron: 47% de los participantes de esta encuesta tienen entre 31 a 40 años de edad, 47% son casados,

53.3% son de género femenino, 60% tienen educación técnica y 100% son dueños del restaurante. Sobre la MYPE: 60% tienen entre 6 a 10 años en el mercado, 60% tienen entre 5 a 60 empleados trabajando con ellos y 100% son formales. Sobre la gestión de calidad: 100% tienen un nivel bajo de gestión de calidad. 100% tienen un nivel de fiabilidad bajo y lo mismo en la capacidad de respuesta. Por lo que el autor concluye que las empresas de este estudio no aplican sistema de gestión de calidad, porque muchos de ellos no conocen el sistema, pero afirman que tendrán en cuenta aplicar los principios.

Gavedia (2019), elaboró una investigación acerca de: “Gestión de calidad y competitividad en las MYPE del sector servicio-rubro restaurantes campestres del distrito de Huacho 2018”, cuyo objetivo fue identificar las características de los restaurantes del área de estudio desde la perspectiva de la gestión de calidad. La metodología que usó para definir el estudio fue descriptiva, no experimental y transversal. El resumen de los resultados expresan que el autor registró lo siguiente: el nivel de gestión de calidad de los restaurantes es regular al 57%. Del mismo modo, el 50% de los empresarios perciben que su restaurante es de nivel regular al 50%. En cuanto a la segmentación de mercado el 43% percibe que es regular. La publicidad es de nivel regular en 50%. La conclusión de la investigación fue que la mayoría de las empresas no son competitivas y tampoco aplican gestión de calidad en sus procesos, situación que las pone en desventaja con su competencia.

Goicochea (2016), en su tesis titulada: “La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015”. El objetivo fue caracterizar a los restaurantes

de esta parte de Lima desde el punto de vista de la gestión de calidad. El estudio fue descriptivo y no experimental. El resumen de los resultados presentados fueron: el 80% de los empresarios tienen edades que oscilan entre 31 a 50 años. 70% de la totalidad es de sexo masculino. 70% es casado. 40% tienen nivel de estudios secundario. 80% es dueño de la empresa. Sobre la MYPE: 60% de ellas tienen más de 7 años en el mercado. 60.0% tienen entre 1 a 4 trabajadores. Sobre la gestión de calidad: 90% conoce sobre el tema. 80% conoce la misión y visión de la empresa. 70% no cuenta con políticas de calidad. 80% capacita a su personal. 100% siempre realiza controles en la preparación de los alimentos. 90% planifica sus compras de mercadería. Las conclusiones de esta investigación fueron las empresas de este estudio no conocen el sistema de gestión de calidad, sin embargo emplean algunos principios pero de manera empírica, porque ello exige el cliente para poder consumir en sus restaurantes.

2.2 Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Competitividad

Michael Porter, el promotor del término competitividad la define como: “La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad” (Porter, 1990, citado por Suñol, 2006).

Morales y Pech (2000), afirman que una “empresa es competitiva cuando posee aquellos factores que le permiten disponer de ciertas ventajas para lograr un desempeño superior al de sus competidores” (p. 50).

Como se puede apreciar en ambos conceptos acerca de la competitividad, las empresas deben poseer ciertas características que la distingan de las demás para poder considerarse competitivas, pero además debe realizar algo que los demás no hagan o no sepan hacer. En tal sentido, esta distinción debe ser sostenible y rentable.

Muchos autores han definido la competitividad, pero “la mayoría coinciden en destacar la capacidad que tiene una empresa para generar ventajas competitivas de forma sustentable para producir bienes o servicios, siendo así capaz de actuar ante la rivalidad suscitada al relacionarse con otra empresa” (García y López, 2014, p. 81).

2.2.1.1 Dimensiones de la competitividad

Para poder determinar las dimensiones de la competitividad se ha tenido en cuenta la propuesta del Mapa de Competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el cual se integra por ocho áreas: a) planeación estratégica, b) aprovisionamiento, c) aseguramiento de la calidad, d) comercialización, e) contabilidad y finanzas, f) recursos humanos, g) gestión ambiental y h) sistemas de información (Saavedra, 2010). Considerando este modelo como base se adecuó a las características de un restaurant para poder definir las dimensiones plasmadas en esta investigación. De tal forma que se seleccionó cuatro áreas: “aseguramiento de la calidad, recursos humanos, sistemas de información y Administración; e incorporando la variable innovación. Esta última se incorporada la necesidad de renovación de productos en el menú que deben realizar los restaurantes” (García y López, 2014, p. 81).

Dimensión 1. Aseguramiento de la calidad

El aseguramiento de la calidad es uno de los factores indispensables en un negocio de comida, en este caso los restaurantes. Considerando que la alimentación está

directamente relacionado con la salud y el bienestar de los clientes, estos insumos deben pasar por un proceso de calidad importante en cuanto a la limpieza de los mismos, pero también se considera aquí la limpieza de los utensilios, del establecimiento, de sus instalaciones y también del personal que atiende, quienes deben contar con las medidas correspondientes en cuanto a las buenas prácticas de manejo de alimentos. Este último es muy promovido por el Ministerio de la Producción y algunas municipalidades distritales.

Dimensión 2. Recursos humanos

Esta dimensión se refiere a las características de las personas encargadas de la preparación de los alimentos, pero también de la atención al cliente y de los encargados de la administración. Al respecto, se puede decir que los recursos humanos son el capital más importante de toda empresa, porque se debe a ellos el éxito de la misma. Es por ello que la empresa debe motivarlos, de diferentes maneras para que ellos se sientan en un ambiente agradable para trabajar. También deben pasar por un proceso de capacitación para que mejoren sus capacidades y puedan estar de acuerdo a las necesidades del mercado, el cual es muy exigente por la competencia que existe.

Dimensión 3. Sistemas de información

Los sistemas de información se refieren al conjunto de facilidades que brindan las empresas con respecto a los clientes tanto internos como externos. Ello comprende la tecnología que utiliza para realizar el proceso de cobranza, el uso de cajas registradoras, el POS para pagar con tarjeta de crédito, es decir la facilidad de pago para el cliente. También se considera aquí los equipos electrónicos que se emplean para ambientar el restaurante como televisores, música, ventiladores, entre otros

artículos, la telefonía también es importante aquí para realizar los procesos de delivery. Los sistemas de información en las empresas son vitales y el uso de la computadora tampoco es extraño ver en los negocios de restaurantes, el uso de Tablet, laptop y otros. Actualmente los restaurantes modernos están haciendo uso de las Tablet incluso en las propias mesas de cada comensal para que realicen sus pedidos directamente.

Dimensión 4. Administración

La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar, este proceso lo realizan los administradores de las empresas, pero en el caso de los restaurantes también lo realizan los propios cocineros para organizar su espacio y gestionar todo lo necesario para que el personal a su cargo (ayudantes de cocina y otros), puedan coordinar adecuadamente y no haya confusiones a la hora de entregar los platos de comida. Al respecto también se deben tener en cuenta el liderazgo que adopte el administrador del establecimiento.

Dimensión 5. Innovación

La innovación es la punta de lanza para que las organizaciones construyan su ventaja competitiva, este es un requisito para que las empresas se mantengan. Anteriormente la innovación se consideraba como parte de otros temas como la creatividad, pero hoy en día ha tomado vida propia y la importancia que se le da a este tema es crucial para que las empresas puedan mantenerse en el mercado. En el caso de los restaurantes la innovación está respaldada por el lanzamiento de nuevos servicios que satisfagan las necesidades y demandas del público, también está el lanzamiento de nuevos productos en este caso se refiere a nuevos platos de comida, fusiones,

combinaciones, es necesario la creatividad y el conocimiento para poder realizar este proceso.

2.2.2 Gestión de la calidad

Si bien se le gestión de calidad está conformado por dos dimensiones bien importantes cómo lo son la calidad y la gestión, partiendo que gestión son todas aquellas acciones o procesos que acompañado de diversas herramientas y actividades pueden lograr o resolver cualquier situación. También es definido como el grupo de operaciones que se designan para la dirección y administración de una empresa, negocio u organización. Calidad que va dirigido a los estándares más alto en cuanto a la calificación de un producto, es decir va dirigido a la durabilidad, economía, soporte entre otras.

Partiendo de estas dos definiciones se puede inferir que son todas aquellas acciones que una empresa, negocio u organización implementa para el logro de las metas trazadas en cuanto a la misión y administración de la misma pasa su mejor funcionamiento y por ende crecimiento.

Udaondo (1992), expresa “que debe entenderse por gestión de calidad el conjunto de caminos mediante se consigue la calidad; incorporándolos por tanto al proceso de gestión...la gestión de calidad seria el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función de calidad con vistas a su mejora permanente” (p.5)

Basándose es esta afirmación se puede observar que la gestión de calidad tiene dos focos importantes, en primer lugar se centra en la calidad del producto o

servicio a prestar y en Segundo lugar en la satisfacción de las necesidades de sus clientes y dentro de ello el medio en que se le hace llegar el producto a los mismos.

Por otro lado Pérez (2004), define la gestión como la acción de “hacer adecuadamente las cosas, previamente planificadas, para conseguir objetivos (comprobando posteriormente el nivel de consecución)” (p.111).

Además Camisón, Cruz y González (2006), “concibe la gestión de calidad como un conjunto de métodos útiles de forma aleatoria, puntual y coyuntural para diferentes aspectos del proceso administrativo” (p.50).

2.2.2.1 Trilogía de Juran

Juran (1996), establece que “la gestión de calidad se realiza por medio del uso de estos tres mismos procesos: planificación, control y mejora. Aquí se llaman: a) planificación de la calidad, b) control de la calidad, c) mejora de la calidad” (p.15)

La planificación. Es descrita como el proceso consensuado y estructurado en el cual se describen varias acciones, tareas y estrategias a ejecutar para alcanzar un objetivo determinado, Juran (1996) la define a la planificación de la calidad como “la actividad para desarrollar los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes” (p.15).

Control de la calidad, se puede resumir en el seguimiento detallado y supervisado de los procesos que implementa una empresa, negocio u organización para el mejoramiento en cuanto a la calidad y al sistema de producción. Además es el responsable de todos aquellos programas que se puedan implementar para el mejoramiento de la calidad de los productos y servicios. El mismo Juran (1996) describe los pasos a ejecutar “a) evaluar el comportamiento de la calidad real, b)

comparar el comportamiento real con los objetivos de la calidad, c) actuar sobre las diferencias” (p.16).

Mejora de la calidad. Esta se centra en aumentar y optimizar obviamente la calidad de los productos y servicios que presta una empresa, negocio u organización. Usualmente más aplicada en las empresas de manufactura ya que deben reducir costos por la gran cantidad de productos que elabora sin bajar la calidad de ellos. Juran (1990), la describe como “un significado amplio, como el de los esfuerzos persistentes para actuar sobre los problemas crónicos y esporádicos y para refinar procesos. Para problemas crónicos, significa lograr niveles cada vez mejor de desempeño anual; para los problemas esporádicos, para el refinamiento de los procesos quiere decir tomar acciones como la de reducir la variación alrededor de la meta” (p. 38).

2.2.2.2 El círculo de calidad de Deming

El método Deming consiste en el Desarrollo y aplicación de cuatro acciones importantísimas para el Desarrollo de los procesos de producción de un negocio, empresa u organización, tales como la planificación, el hacer, la verificación y el actuar, para tener un detalle más específico del surgimiento de este método se tomara en cuenta la siguiente cita.

Pérez y Múnera (2007), expresan que el “ciclo Planear-Hacer-Verificar-Actuar” fue desarrollado inicialmente en la década de 1920 por Walter Shewart, y fue popularizado luego por W. Edwards Deming, razón por la cuál es frecuentemente conocido como “Ciclo de Deming”. Dentro del contexto de un SGH, el PVHA es un ciclo dinámico que puede desarrollarse dentro de cada proceso de la organización y en el sistema de procesos como un todo. Está íntimamente asociado con la

planificación, implementación, control y mejora continua, tanto en la realización del producto como en otros procesos del sistema de gestión de calidad” (p. 50).

Basándose en estas cuatro caras a desarrollar debe quedar bien explícito el objetivo o la importancia de cada una de ellas, en la planificación se deben identificar el fin a llegar, es decir se deben trazar los objetivos de la empresa u organización, seguidamente se elabora el diagnóstico para definir el estatus de la empresa y así fijar visualización en un tiempo y espacio determinado, e, otras palabras es plasmar su proyección.

En el hacer se ejecuta el plan de trabajo a desarrollar con la medida que aseguren el cumplimiento del proceso y así poder implementar programas de medición para las tareas y actividades en el tiempo. En cuanto a la verificación se basa en la confrontación de resultados esperados con los que arroja dicho proceso, para así observar si se puede mejorar de manera sistemática. En cuanto al actuar aquí se cierra dicho círculo de Deming, con esta etapa se aquí de a ver logrado los resultados esperados se proceden a sistematizarlos y registrarlos.

2.2.3 Las micro y pequeñas empresas

El término micro empresa es “utilizado para diferenciar una empresa por los ingresos mensuales o anuales que posee, además del tamaño. Está contenida dentro de la categoría de las Pymes” (Concepto de microempresa).

Acerca de la micro empresa se puede decir que a través del tiempo ha sido la manifestación del emprendimiento de muchas personas que gracias a su perseverancia, empuje y esfuerzo han sabido sacar adelante en primer lugar a su familia, en segundo lugar a la misma organización haciéndola cada vez mejor y más grande y por último han contribuido a la sociedad y al país.

Para definir correctamente a la micro empresa la Ley N° 30056, la define de la siguiente manera: “la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.

2.2.3.1 Clasificación de las micro y pequeñas empresas

Siguiendo los lineamientos de la mencionada Ley 30056, esta da unas características que las ajusta a un criterio de ventas anuales, a saber:

Microempresa : ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.

Pequeña empresa : ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

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

2.2.3.2 Características de las micro empresa

Las características que más distinguen a una micro empresa, aparte de las mencionadas por la ley 30056 son las siguientes:

- a) La cantidad máxima que tiene de empleados es de 5, a veces incluso llegan a 10.
- b) El administrador o dueño de la empresa se cuenta dentro de la cantidad máxima de trabajadores.
- c) Su facturación no es muy alta, siempre es limitada, aspecto que no le permite crecer en el corto tiempo.

- d) Su incidencia en la economía no es considerable, pero la reunión de todas ellas si contribuyen al desarrollo del país, por los puestos de trabajo que genera.
- e) Se crean con mucha facilidad, pero también desaparecen en un promedio de 3 años, de acuerdo a estudios recientes.

2.3 Marco conceptual

Gestión de calidad. “La gestión de calidad es un enfoque sistémico para establecer, cumplir y planificar la calidad, los objetivos de calidad y la mejora de la calidad por toda la bodega” (Juran, 1990, p. 169).

Competencia. “tiene dos grandes vertientes; por un lado, hace referencia al enfrentamiento o a la contienda que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo. En el mismo sentido, se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado” (Ramírez, 2015, p. 44).

Competitividad. La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad” (Porter, 1990, citado por Suñol, 2006).

III. Metodología

3.1 Diseño de la investigación.

Fue una investigación no experimental – transversal - cuantitativa.

Se llama no experimental porque no hay manipulación de variables. Hernández et al (2014), agrega que esta investigación es “la que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.” (p. 152).

Fue transversal porque se estudió en un espacio de tiempo determinado donde se tiene un inicio y un fin. Para Hernández et al (2014), “los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (154).

Cuantitativo porque empleó métodos estadísticos y numéricos. Hernández et al (2006), los enfoques cuantitativos “miden fenómenos, utilizan estadísticas, emplea experimentación, analiza la causa y efecto de los problemas” (p. 13).

Fue descriptivo porque se describió las características más importantes de la variable, la MYPE y la realidad como se presentó. Hernández et al (2014), el estudio descriptivo “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 98).

3.2 Población y muestra.

3.2.1 Población

La población fue de 30 restaurantes que se ubican en el distrito de Puente Piedra. Para Hernández et al (2006), “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (174).

3.2.2 Muestra

La muestra fue el total de población porque fue una población pequeña de restaurantes en el distrito de Puente Piedra.

Para Hernández et al (2014), la muestra es “subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta” (p. 173).

3.2.3 Definición y operacionalización de variables

Tabla 1.

Operacionalización de las variables

Variable		Definición operacional			Escala /medición
		DIMENSIÓN		INDICADOR	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Competitividad	“La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad” (Porter, 1990, citado por Suñol, 2006).	Aseguramiento de la calidad	Conjunto de acciones para obtener un producto o servicio de calidad.	Limpieza	Cuestionario con Escala de Likert
				Insumos de calidad	
				Personal adecuado	
				Buenas prácticas de manejo de alimentos	
		Recursos humanos	Se refiere al capital humano de la empresa que cuenta con capacidades adecuadas para el negocio.	Trato amable	
				Respuesta rápida	
				Motivación	
		Sistemas de información	Conjunto de facilidades que brinda la empresa a sus clientes externos e internos.	Capacitación	
				Equipos de telecomunicación	
				Equipos informáticos	
		Administración	Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar una organización.	Equipos electrodomésticos	
				Planificar	
				Organiza	
Innovación	Conjunto de actividades que permiten que una organización se mantenga sostenible.	Dirigir			
		Controlar			
		Nuevos servicios			
		Nuevos productos			
Gestión de calidad	“La gestión de calidad es un enfoque sistémico para establecer, cumplir y planificar la calidad, los objetivos de calidad y la mejora de la calidad” (Juran, 1990, p. 169).	Planificar la calidad	Conjunto de actividades para cumplir con objetivos de calidad.	Objetivos	Cuestionario con Escala de Likert
				Necesidades del cliente	
				Políticas	
		Control de la calidad	Supervisión del cumplimiento de objetivos.	Resultados reales	
				Diferencias entre lo real y el plan	
		Mejora de la calidad	Poner en práctica las mejoras y las diferencias halladas.	Recursos	
Estrategias innovación					

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica

Se empleó la técnica de la encuesta para el recojo de información de los empresarios. Hurtado (2000), afirma que “las técnicas de recolección de datos, son los procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener la información necesaria para dar cumplimiento a su objetivo de investigación”.

Instrumento

Se empleó un cuestionario con preguntas de respuesta múltiple con escala de Lickert relacionadas a las variables competitividad y gestión de calidad.

Según Hernández et al (2014), el cuestionario “es el conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir (p. 217).

3.4 Plan de análisis.

Para procesar la información se empleó el programa Excel para tabular las encuestas y el programa estadístico SPSS 25 para el procesamiento de la información, los cuales posteriormente se representaron en tablas y gráficos de barras para poder interpretar y analizar los resultados.

3.5 Matriz de Consistencia

Tabla 2.

Pregunta de investigación	Objetivos de investigación	VARIABLES	Población y muestra	Metodología	Instrumentos y procedimientos
¿Cuáles son las mejoras de la competitividad como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de Puente Piedra, 2018?	<p>Proponer las mejoras en la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de Puente Piedra, 2018.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Identificar los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, del distrito de Puente Piedra, 2018.</p> <p>Describir los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, del distrito de Puente Piedra, 2018.</p> <p>Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, del distrito de Puente Piedra, 2018.</p>	<p>Variable 1:</p> <p>Competitividad</p> <p>Variable 2:</p> <p>Gestión de calidad</p>	<p>Población:</p> <p>30 restaurantes</p> <p>Muestra:</p> <p>30 restaurante</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Cuantitativo: se contabilizó 30 MYPE</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental, transversal, cuantitativo.</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta.</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p> <p>Procedimientos:</p> <p>Uso del programa Excel y SPSS-25</p>

Matriz de consistencia

3.6 Principios éticos

Actualmente muchas de las investigaciones han sido cuestionadas por la proliferación de plagio en sus líneas. Es por ello que en esta tesis se toma conciencia de dicho problema y se considera en cada información vertida la verdad de los hechos, es decir todos los datos citados en esta tesis sobre los restaurantes del distrito de Puente Piedra son reales. Del mismo modo, los principios éticos en las que se basará son la equidad en el trato con las personas involucradas en este proyecto, la confidencialidad de la información que brindan los empresarios de los restaurantes, el respeto por la dignidad de las personas y el respeto al derecho de autor por las frases y teorías citadas. Finalmente toda la información empleada para esta investigación es de uso exclusivo para fines académicos.

De acuerdo al código de ética para la investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la investigación se tienen en cuenta algunos principios que rigen la actividad investigadora, los cuales tienen como “propósito la promoción del conocimiento y bien común expresada en principios y valores éticos que guían la investigación en la universidad” (Uladech, 2016, p. 2). A continuación se explican los principios de ética.

Protección a las personas. Teniendo en cuenta que en una investigación se trabaja con personas, se tiene en cuenta en ello el respeto a la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Esto implica que las personas involucradas en la investigación participen voluntariamente teniendo en cuenta el respeto de sus derechos fundamentales y en especial su protección si en caso se encuentren en una situación de vulnerabilidad.

Beneficencia y no maleficencia. Se debe proteger el bienestar de las personas involucradas en la investigación. En tal sentido, el investigador debe cumplir con las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir las posibilidades de efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia. El investigador debe aplicar un juicio razonable, ponderable y tener criterio para tomar decisiones que no sean sesgadas hacia un propósito particular. Del mismo modo el tratamiento para todas las personas involucradas en la investigación debe ser equitativo, igualitario y justo.

Integridad científica. El investigador debe ser una persona íntegra en todos los aspectos de su vida profesional y personal. Avizorando en todo momento cualquier daño o perjuicio que pueda ocasionar la investigación y comunicando de manera correcta y a tiempo dichos riesgos. Del mismo modo el investigador debe declarar los conflictos de interés que puedan afectar el curso de la investigación en la publicación de resultados.

Consentimiento informado y expreso. La información vertida en la investigación y que debe ser publicada debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica de las personas e instituciones involucradas en la investigación.

IV. Resultados

4.1 Resultados

Sobre las características de los representantes de las MYPE

Tabla 3

Edad del representante de la MYPE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
20 a 30 años	8	26.7%	26.7%	26.7%
31 a 40 años	15	50.0%	50.0%	76.7%
Más de 40 años	7	23.3%	23.3%	100.0%
Total	30	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

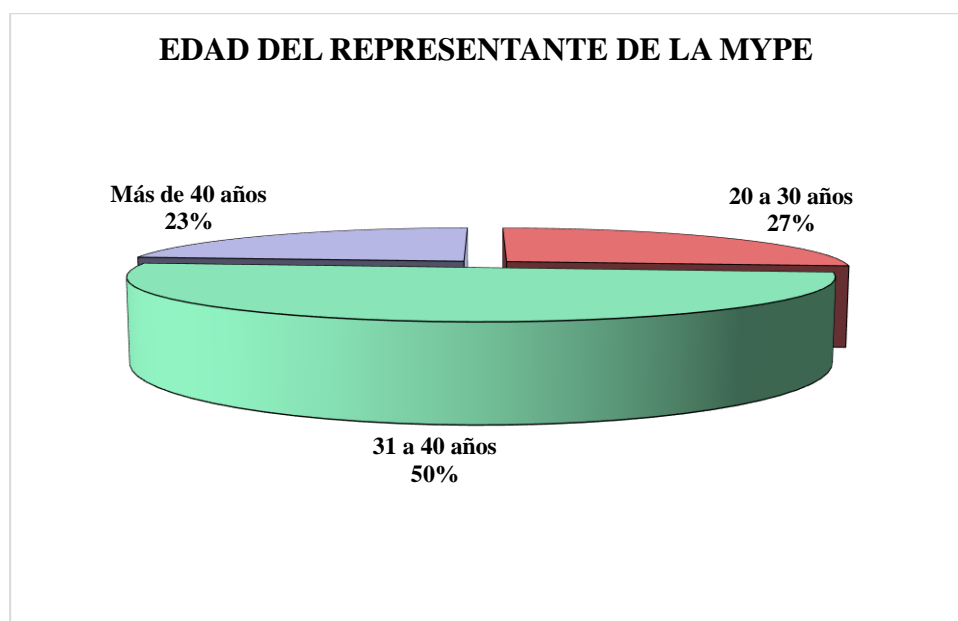


Figura 1. Edad del representante de la MYPE

Interpretación

El 26.7% de los representantes de las empresas tienen entre 20 a 30 años, 50.0% tienen entre 31 a 40 años y el 23.3% tienen más de 40 años de edad.

Tabla 4

Género del representante de la MYPE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	22	73.3%	73.3%	73.3%
	Masculino	8	26.7%	26.7%	100.0%
	Total	30	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

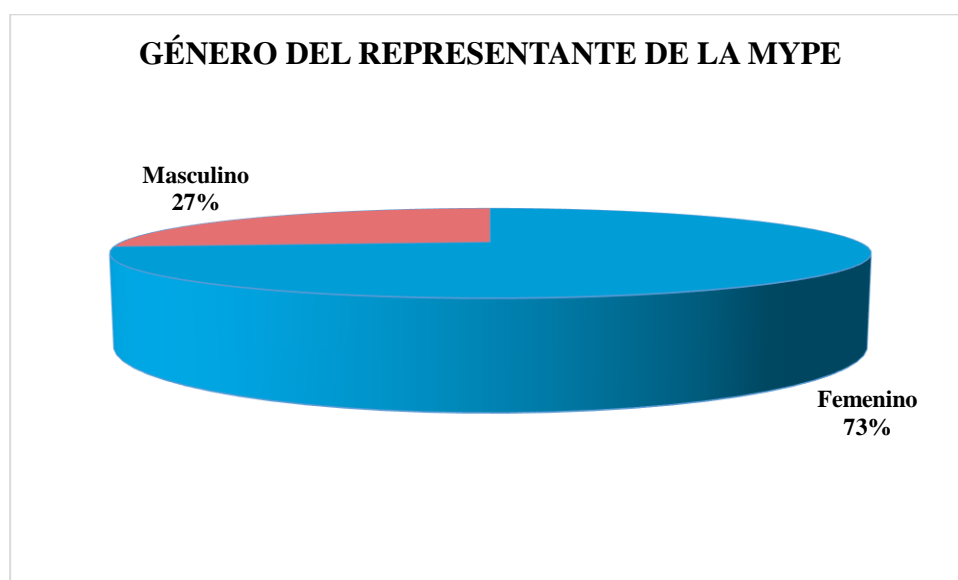


Figura 2. Género del representante de la MYPE

Interpretación

El 73.3% de los representantes de las empresas son de género femenino y 26.70% son de género masculino.

Tabla 5

Grado de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	6	20.0%	20.0%
	Secundaria	18	60.0%	80.0%
	Técnica	6	20.0%	100.0%
	Total	30	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

GRADO DE INSTRUCCIÓN

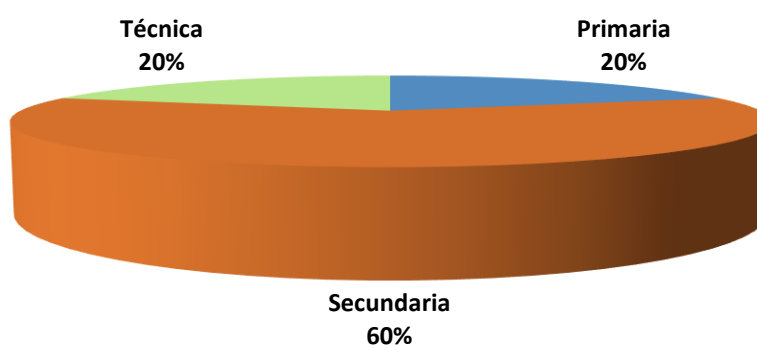


Figura 3. Grado de instrucción

Interpretación

El 20.0% de los representantes tienen como grado de instrucción primaria, el 60.0% tienen secundaria y el 20.0% son de educación técnica.

Tabla 6

Cargo en la MYPE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dueño	30	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

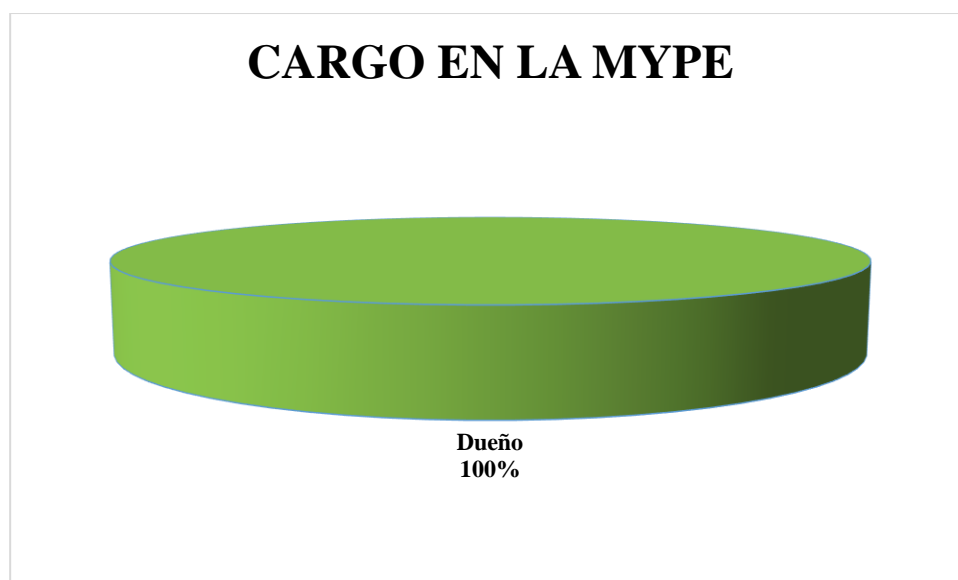


Figura 4. Cargo en la MYPE

Interpretación

El 100.0% de los representantes tienen como cargo, dueños de la empresa.

Características de las MYPE

Tabla 7

Tiempo en el mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
1 a 5 años	12	40.0%	40.0%	40.0%
6 a 10 años	15	50.0%	50.0%	90.0%
11 a más	3	10.0%	10.0%	100.0%
Total	30	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

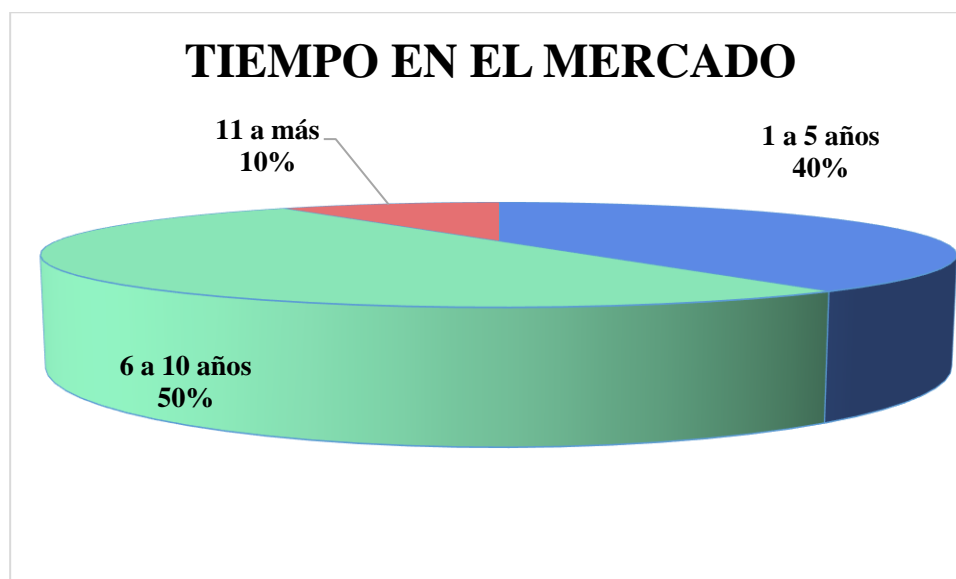


Figura 5. Tiempo en el mercado

Interpretación

El 40.0% de las MYPE tienen un promedio de 1 a 5 años de presencia en el mercado, el 50.0% tienen entre 6 a 10 años y el 10.0% tienen más de 11 años en el mercado.

Tabla 8

Número de trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 5 trabajadores	30	100.0%	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019



Figura 6. Número de trabajadores

Interpretación

El 100.0% de las MYPE tienen entre 1 a 5 trabajadores.

Tabla 9

Formalización de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	20	66.7%	66.7%
	No	10	33.3%	100.0%
	Total	30	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

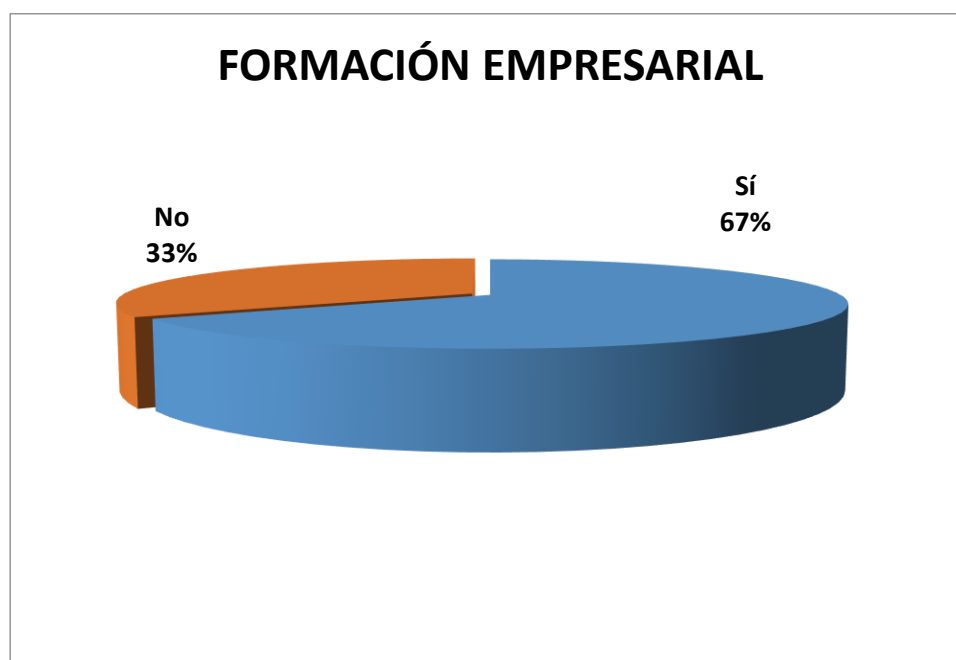


Figura 7. Formalización de la empresa

Interpretación

El 66.7% de las MYPE se encuentran formalizadas y el 33.3% no son formales.

Tabla 10

Tipo de constitución empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Personal natural	30	100.0%	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

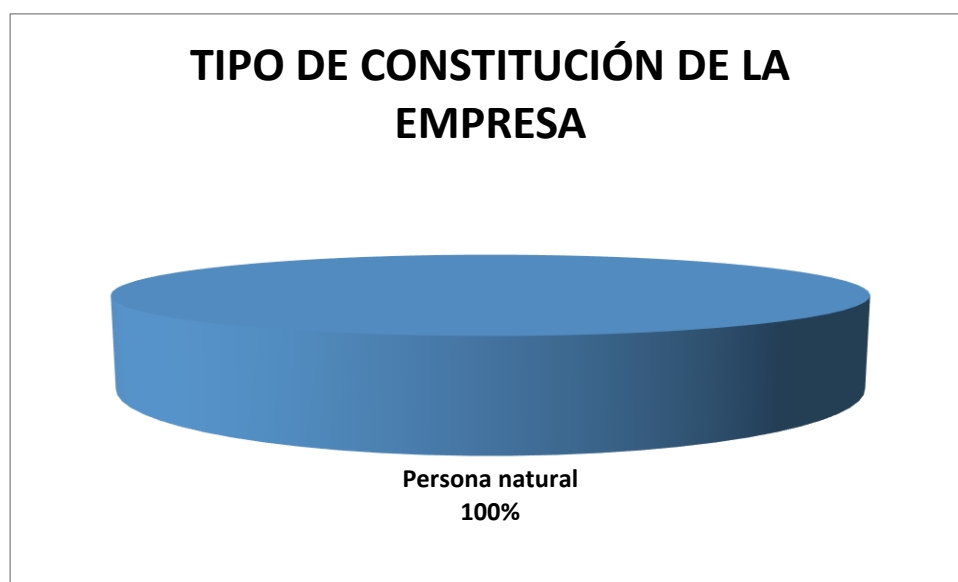


Figura 8. Tipo de constitución empresarial

Interpretación

El 100.0% de las MYPE están constituidas como persona natural.

Sobre la competitividad de las MYPE

Tabla 11

Nivel de competitividad de las MYPE

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESFAVORABLE	0	0.0%	0.0%	0.0%
	MODERADO	19	63.3%	63.3%	63.3%
	FAVORABLE	11	36.7%	36.7%	100.0%
	TOTAL	30	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

V1: NIVEL DE COMPETITIVIDAD

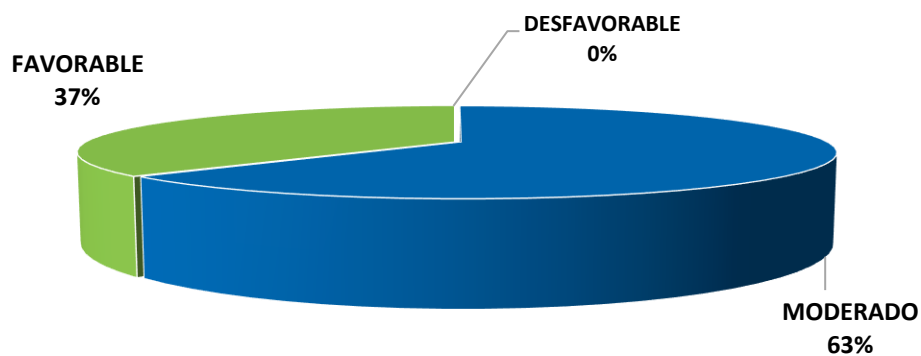


Figura 9. Nivel de competitividad de las MYPE

Interpretación

El nivel de competitividad de las MYPE es 63.3% moderado y 36.7% favorable.

Tabla 12

Nivel de percepción del aseguramiento de la calidad

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESFAVORABLE	0	0.0%	0.0%	0.0%
	MODERADO	26	86.7%	86.7%	86.7%
	FAVORABLE	4	13.3%	13.3%	100.0%
	TOTAL	30	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

D1: DE ASEGURAMIENTO DE CALIDAD

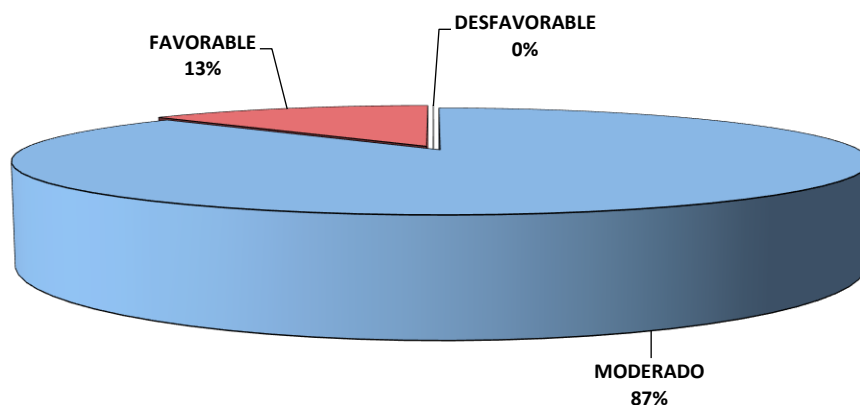


Figura 10. Nivel de percepción del aseguramiento de la calidad

Interpretación

El 86.7% de las MYPE perciben que el aseguramiento de la calidad es de nivel moderado y el 13.30% percibe que es de nivel favorable.

Tabla 13

Nivel de percepción de los recursos humanos

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESFAVORABLE	0	0.0%	0.0%	0.0%
	MODERADO	27	90.0%	90.0%	90.0%
	FAVORABLE	3	10.0%	10.0%	100.0%
	TOTAL	30	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

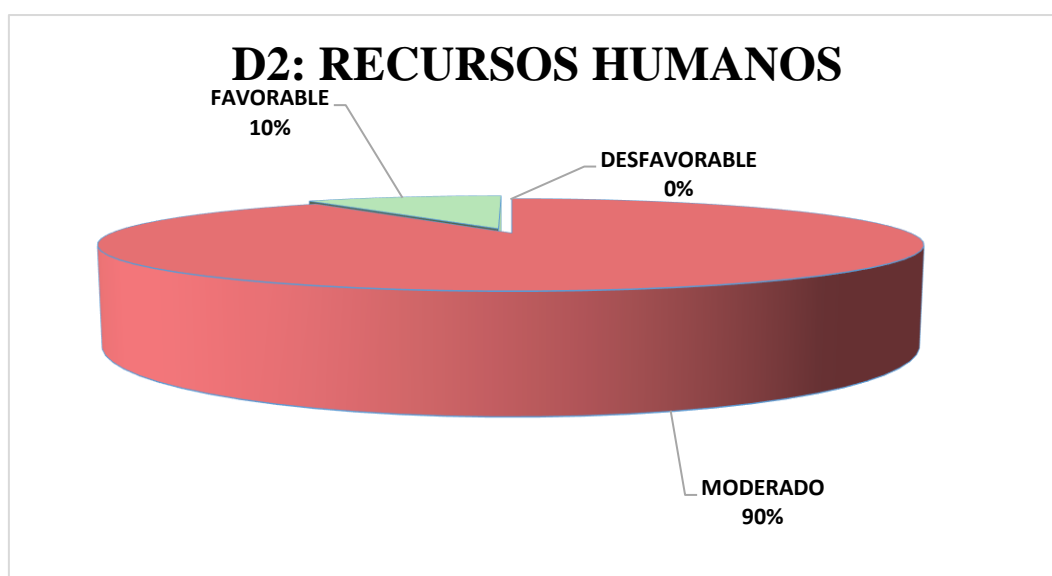


Figura 11. Nivel de percepción de los recursos humanos

Interpretación

El 90.0% de las MYPE perciben que los recursos humanos es de nivel moderado y el 10.0% percibe que es de nivel favorable

Tabla 14

Nivel de percepción de los sistemas de información

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESFAVORABLE	1	3.3%	3.3%	3.3%
	MODERADO	24	80.0%	80.0%	83.3%
	FAVORABLE	5	16.7%	16.7%	100.0%
	TOTAL	30	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

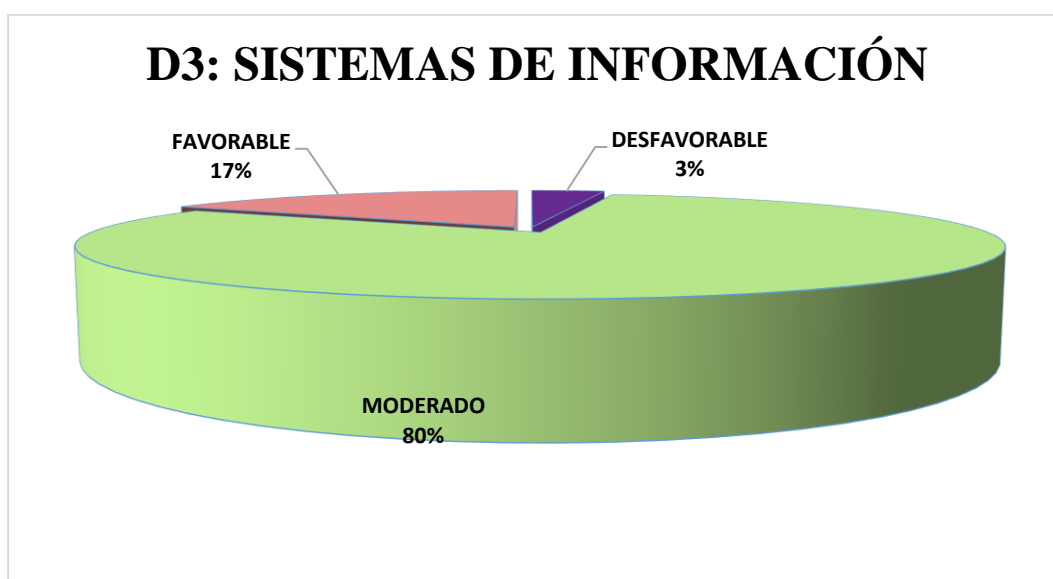


Figura 12. Nivel de percepción de los sistemas de información

Interpretación

El 3.3% de las MYPE perciben que los sistemas de información es de nivel desfavorable, el 80.0% lo considera moderado y el 16.7% percibe que es de nivel favorable.

Tabla 15

Nivel de percepción de la administración

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESFAVORABLE	0	0.0%	0.0%	0.0%
	MODERADO	4	13.3%	13.3%	13.3%
	FAVORABLE	26	86.7%	86.7%	100.0%
	TOTAL	30	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

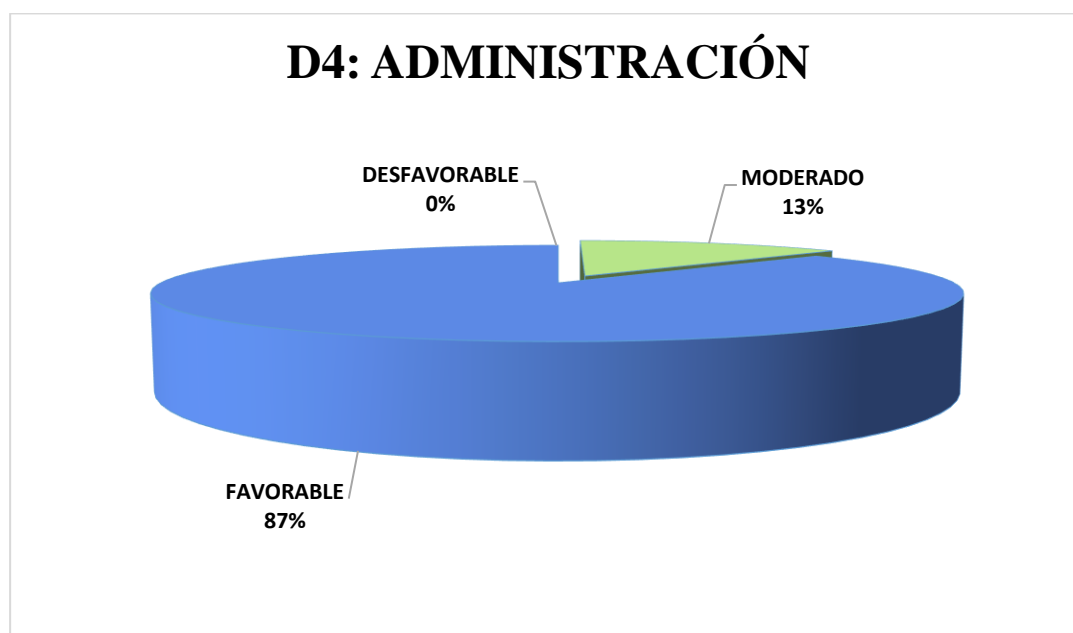


Figura 13. Nivel de percepción de la administración

Interpretación

El 13.3% de las MYPE perciben que la administración es de nivel moderado y el 86.7% percibe que es de nivel favorable.

Tabla 16

Nivel de percepción de la innovación

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESFAVORABLE	4	13.3%	13.3%	13.3%
	MODERADO	14	46.7%	46.7%	60.0%
	FAVORABLE	12	40.0%	40.0%	100.0%
	TOTAL	30	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

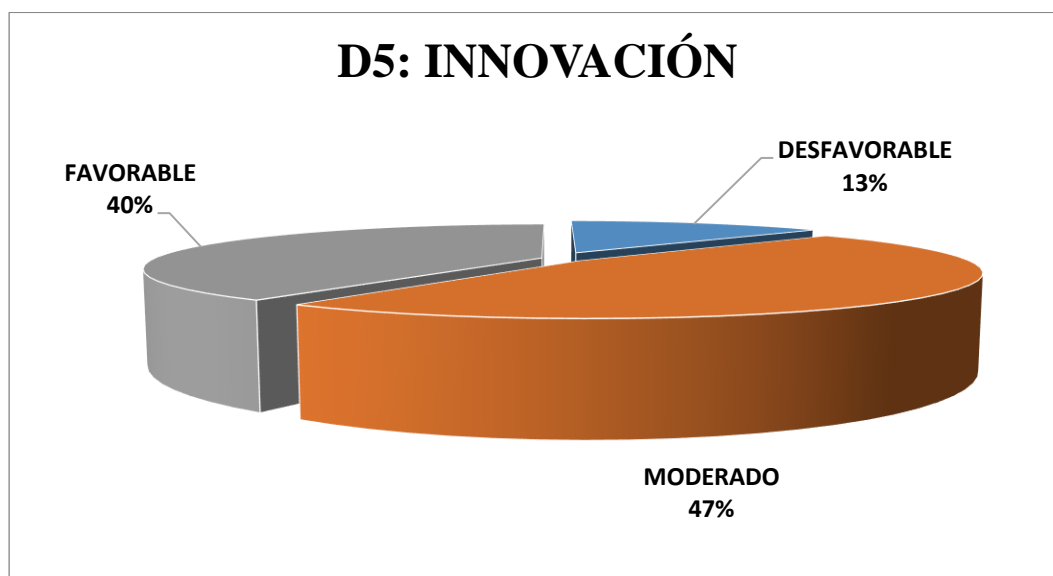


Figura 14. Nivel de percepción de la innovación

Interpretación

El 13.3% de las MYPE perciben que la innovación es de nivel desfavorable, el 46.7% lo percibe que es moderado y el 40.0% percibe que es de nivel favorable.

Sobre la gestión de calidad

Tabla 17

Nivel de percepción de la gestión de calidad

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESFAVORABLE	0	0.0%	0.0%	0.0%
	MODERADO	0	0.0%	0.0%	0.0%
	FAVORABLE	30	100.0%	100.0%	100.0%
	TOTAL	30	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

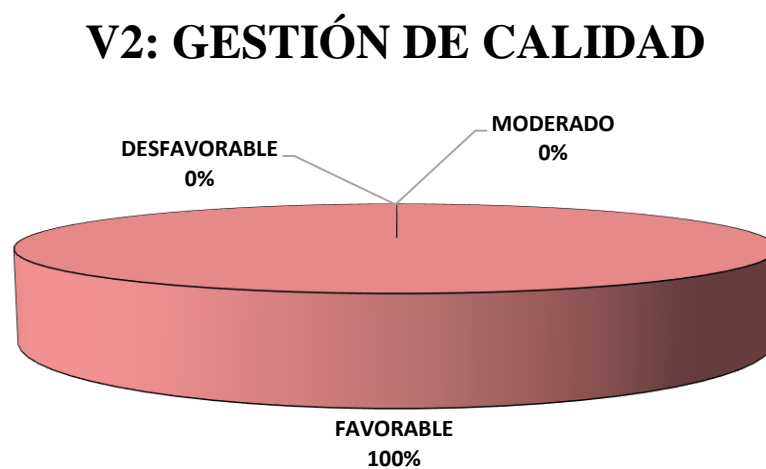


Figura 15. Nivel de percepción de la gestión de calidad

Interpretación

El 100.0% de las MYPE perciben que la gestión de calidad es de nivel favorable.

Tabla 18

Nivel de percepción de planificar la calidad

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESFAVORABLE	0	0.0%	0.0%	0.0%
	MODERADO	2	6.7%	6.7%	6.7%
	FAVORABLE	28	93.3%	93.3%	100.0%
	TOTAL	30	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

D1: PLANIFICAR LA CALIDAD

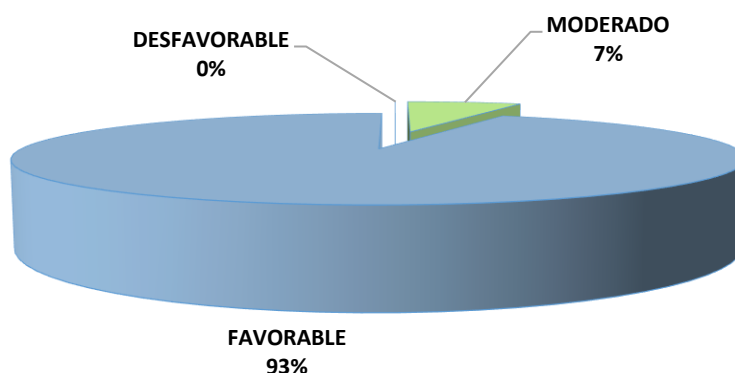


Figura 16. Nivel de percepción de planificar la calidad

Interpretación

El 6.7% de las MYPE perciben que la planificación de calidad es de nivel moderada y el 93.3% es de nivel favorable.

Tabla 19

Nivel de percepción del control de la calidad

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESFAVORABLE	0	0.0%	0.0%	0.0%
	MODERADO	30	100.0%	100.0%	100.0%
	FAVORABLE	0	0.0%	0.0%	100.0%
	TOTAL	30	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

D2: CONTROL DE LA CALIDAD

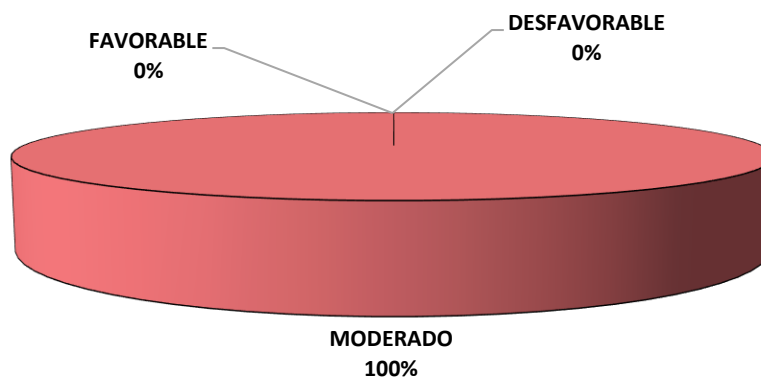


Figura 17. Nivel de percepción del control de la calidad

Interpretación

El 100.0% de las MYPE perciben que el control de la calidad es de nivel moderado.

Tabla 20

Nivel de percepción de la mejora de la calidad

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESFAVORABLE	0	0.0%	0.0%	0.0%
	MODERADO	0	0.0%	0.0%	0.0%
	FAVORABLE	30	100.0%	100.0%	100.0%
	TOTAL	30	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

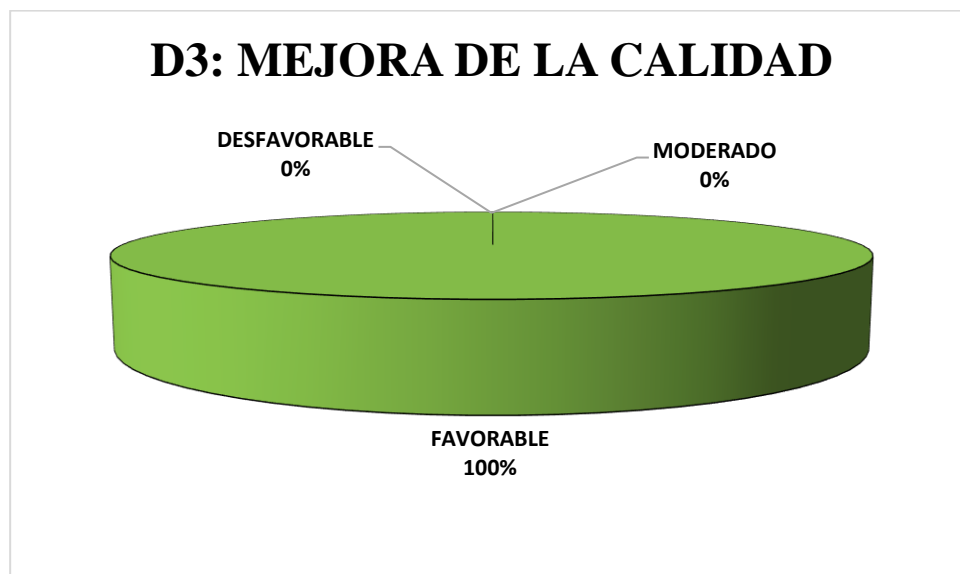


Figura 18. Nivel de percepción de la mejora de la calidad

Interpretación

El 100.0% de las MYPE perciben que la mejora de la calidad es de nivel favorable.

4.2 Análisis de resultados

Características de los representantes de las MYPE

El 50.0% de los representantes de las MYPE tienen entre 31 a 40 años de edad, suponiendo con ello que dicha edad está en relación con la experiencia que tienen en el mercado en relación al restaurante donde trabajan. Por el contrario Jáuregui (2017), obtuvo en su informe que el 50% de los empresarios tienen entre 18 a 30 años de edad.

El 73.3% de los representantes de las MYPE son de género femenino, precisamente esta es una actividad que por lo general lo hacen las mujeres. Sin embargo, actualmente también está siendo ejercido por varones en gran parte. Pero en esta zona del distrito de Puente Piedra, los restaurantes están siendo dirigidos por mujeres. Por el contrario Jáuregui (2017), registra que los encuestados de su investigación el 50% son varones.

El 60.0% de los representantes de las MYPE tienen como preparación educativa, sólo la secundaria. Ello demuestra la poca preparación que tienen las personas que dirigen los restaurantes, lo cual al parecer no es necesario tener mayor preparación, pero también es un indicador de que estos negocios son de subsistencia. Por el contrario Jáuregui (2017), registra que el 38% de los empresarios tienen educación técnica, es decir preparación en cocina o chef.

El 100% de las personas que dirigen el restaurante son dueños, por lo que se supone que ellos hacen la mayor parte de actividades en el restaurante como cocinar, limpieza y atención al público, esta característica es propia de los negocios de subsistencia. Del mismo modo Jáuregui (2017), presenta un resultado parecido al reportar que el 75% de los encuestados son dueños de la empresa.

Características de las MYPE

La mayoría de las MYPE, alrededor del 50% tienen entre 6 a 10 años de permanencia en el mercado. Eso quiere decir que de acuerdo a la edad que ostentan las propietarias de los restaurantes, ellas comenzaron alrededor de 5 a 10 años antes cuando tenían aproximadamente 20 años a más. Pero lo resaltante es que se han mantenido en el mercado vendiendo sus productos o menús en la zona. Un resultado similar es el impartido por Jáuregui (2017), quien registra que el 37.5% de ellas tienen más de 7 años en el mercado.

La cantidad de trabajadores que tienen estos restaurantes son alrededor de 1 a 5 trabajadores, ello responde a que son emprendimientos pequeños, de pocos ingresos y también de poca demanda, por lo que no es indispensable contar con mucha gente más que la necesaria. Del mismo modo Jáuregui (2017), informa en su tesis que el 62.5% tienen entre 1 a 3 trabajadores.

El 66.7% de las MYPE se encuentran formalizadas, es este tipo de formalización solo llega al nivel de emitir boletas de venta y obtener una licencia de funcionamiento de la municipalidad, pero también está el 33.3% de los restaurantes que son informales. Luna (2016), también registra un resultado parecido al respecto e informa que el 70% se encuentran formalizados.

Del mismo modo el 100% de los restaurantes son persona natural con empresa, independientemente que estas sean formalizadas o no. Ello es porque pertenecen a una persona común y corriente que maneja un negocio. Por lo general este tipo de negocios de subsistencia son negocios dirigidos por una sola persona, la cual en su mayoría de las veces hace todas las actividades dentro de la organización.

Sobre la competitividad de las MYPE

El nivel de competitividad de las MYPE de este sector es de 63.3% moderado, es decir los restaurantes de esta parte de Lima no son competitivas, sino que tan solo son parte de lo normal en el medio. Al respecto Jáuregui (2017), reporta que el 100.0% no cuenta con plan estratégico. Es decir no cuentan con un documento que les pueda ayudar a ser competitivos en el mercado. Así también parte de ellos es contar con una visión y precisamente al respecto Flores (2017), afirma que el 75% de las empresas cuentan con una visión. Y 75% casi siempre tienen objetivos.

En cuanto al aseguramiento de la calidad, se percibe que el 86.7% de los restaurantes de Puente Piedra tienen un nivel moderado. Es decir también como el anterior resultados la calidad es regular o media. Flores (2017), también reporta que con respecto al aseguramiento de la calidad se tiene que el 75% siempre cumple con los estándares de calidad, aspecto que les permite sobresalir sobre el promedio de la competencia.

En cuanto a los recursos humanos, se tiene que el 90% es de nivel moderado, ello significa que el personal que trabaja en estos restaurantes se encuentran medianamente preparados en estas artes, es decir para la atención y preparación de los menú que venden. Jurado (2014), en cuanto al desarrollo del recurso humano reporta que el 93% cuenta con personal adiestrado para dar un buen servicio. Del mismo modo Luna (2016), reporta que el 78% de las empresas manifiesta capacitar a su personal para mejorar su competitividad.

En cuanto al nivel de percepción de los sistemas de información se reporta que el 80% de los restaurantes es de nivel moderado, es decir que con respecto a la tecnología

que ayuda a dar un mejor servicio, los restaurantes tienen equipos básicos que emplean en el restaurante como televisor, radio y celular. Jurado (2014), también reporta que el 81% de los encuestados registran que cuentan con infraestructura adecuada. 79% percibe que el inmobiliario está a la altura de un buen servicio.

Con respecto a la percepción de la dimensión administración, se tiene que el 86.7% es de nivel favorable, con ello indica que los restaurantes están siendo bien gestionados por los propietarios, es por ello que aún se mantienen en el tiempo. Gavedia (2019), también corroborará en este resultado al registrar en su investigación y resaltar que la gestión apropiada aplicada a los negocios va a permitir que estos puedan mantenerse en un lugar privilegiado y competitivo con respecto a otras organizaciones del sector.

Sobre el nivel de innovación de las MYPE, se tiene que el 46.7% de ellas son de nivel moderado. Ello quiere decir que la innovación en este campo no es elevado sino más bien es bajo por el porcentaje que demuestra.

Sobre la gestión de calidad

En cuanto al nivel de gestión de calidad, se tiene que el nivel es 100% favorable, ello es porque los restaurantes se encuentran organizados en las tres dimensiones que menciona Juran (1996), como la planificación, el control de calidad y la mejora continua de la calidad. Aspecto contrario es el que reporta López (2018), en la tesis titulada “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del restaurante Rachys de la ciudad de Guayaquil”, donde confirma que el restaurante en estudio se encontró algunas deficiencias relacionadas a la calidad del servicio y por ende el cliente no se sentía satisfecho, aspectos que serán mejorados con el análisis, propuestas y puesta en práctica de las recomendaciones hechas al respecto. Jurado (2014), también corroborará dicho

resultado al reportar en su conclusión que la empresa en estudio cumple con los estándares de calidad en la gestión del servicio. Así también considera que es importante para toda empresa contar con un sistema de calidad. Por el contrario Hurtado (2019), manifiesta en su investigación que el 100% tienen un nivel bajo de gestión de calidad.

En cuanto a la dimensión planificación de la calidad, se tiene que el 93.3% de las MYPE es de nivel moderado, lo que significa que los restaurantes realizan algún tipo de planificación en sus actividades diarias y a corto plazo. Así también conocen las necesidades de sus clientes y elaboran platos de comida acorde a dichas necesidades, gustos o preferencias de los clientes. Flores (2017), también afirma que el 75% casi siempre tienen objetivos, ello es producto de la planificación de las actividades organizacionales. Por el contrario se presenta a Goicochea (2016), quien reporta que el 70% de las MYPE no cuenta con políticas de calidad, lo cual es parte de la planificación.

Sobre el control de calidad se tiene que el 100% es de nivel moderado. Es decir el control que realizan actualmente las personas que dirigen estas pequeñas organizaciones se basan en el control de calidad de los alimentos, específicamente en el sabor y en la presentación. Así también hace incapié en el trato a los clientes y finalmente también controlan la limpieza y la presentación de su restaurante, para que este se vea agradable a la vista.

En cuanto a la mejora de los procesos se tiene que el 100% es favorable, es decir que constantemente los restaurantes realizan mejoras en la calidad de su producto, en la decoración y implementan platos nuevos de acuerdo a la variedad de menú existente y que guste a los comensales. Al respecto Juran (1996), afirma que las mejoras en la

gestión de calidad están dadas por los nuevos controles implementados, las nuevas tendencias, estar a la expectativa de nuevas comidas y cambio en el gusto de los consumidores.

V. CONCLUSIONES

Conclusión 1

En cuanto a los factores relevantes de la competitividad de los restaurantes de Puente Piedra, se concluye que el nivel de competitividad de las MYPE es moderado. El nivel de percepción del aseguramiento de la calidad es moderado. El nivel de percepción de los recursos humanos es moderado. El nivel de percepción de los sistemas de información es moderado. El nivel de percepción de la administración favorable. El nivel de percepción de la innovación es moderado.

Conclusión 2

Sobre la descripción de los factores relevantes, se concluye que el nivel de competitividad de las MYPE de este sector es moderado, es decir los restaurantes de esta parte de Lima no son competitivos, sino que tan solo son parte de lo normal en el medio. En cuanto al aseguramiento de la calidad, se percibe que los restaurantes de Puente Piedra tienen un nivel moderado. Es decir, también como el anterior resultado la calidad es regular o media. En cuanto a los recursos humanos es de nivel moderado, ello significa que el personal que trabaja en estos restaurantes se encuentra medianamente preparados en estas artes. En cuanto al nivel de percepción de los sistemas de información es de nivel moderado, es decir que con respecto a la tecnología que ayuda a dar un mejor servicio, los restaurantes tienen equipos básicos que emplean en el restaurante como televisor, radio y celular. Con respecto a la percepción de la dimensión administración es de nivel favorable, con ello indica que los restaurantes están siendo bien gestionados por los propietarios, es por ello que aún se mantienen en el tiempo. Sobre el nivel de innovación de las MYPE son de nivel moderado. Ello

quiere decir que la innovación en este campo no es elevada sino más bien es bajo por el porcentaje que demuestra.

Conclusión 3

Sobre la elaboración de una propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, se propone mejoras acorde a los requerimientos y necesidades del sector, la cual se encuentra en el anexo 3.

VI. RECOMENDACIONES

Sobre las características de los representantes

A la gran mayoría de Dueñas de la Negocios de restaurantes se les recomienda que sigan mejorando que analicen su situación de sus negocios, que están en una época de auge de la gastronomía y que promociones platos en ferias al fin de que muchos comensales los conozcan y los recomienden..

Sobre las características de las MYPE

El tiempo que tiene un restaurante tiene un promedio de 8 años, se recomienda que formalicen sus negocios de restaurante contribuyan, eviten tener que pagar cuantiosas multas impuestas por Superintendencia nacional de administración tributaria (SUNAT).

Sobre las características de la competitividad de las MYPE

Realizar un plan de mejora para la competitividad para los restaurantes del sector servicios y del rubro restaurantes de este distrito, mejorar las dimensiones de Aseguramiento de la calidad, también en Recursos Humanos, así como en Sistemas de Información, Administración, e Innovación.

Sobre las características de la gestión de calidad de las MYPE

Con respecto a la percepción del control de la calidad, se recomienda mejorara a través de la observación minuciosa, y se recomienda seguir con la mejora de los platos de comida.

Referencias bibliográficas

Concepto (s.f.). Concepto de microempresa. Recuperado de <https://concepto.de/microempresa/#ixzz5xWJnlwVP>

El Comercio (2018, noviembre, 20). CCL: Sector servicios exportó en promedio solo 8,3% de su PBI en 10 años. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/ccl-sector-servicios-exporto-promedio-8-3-pbi-10-anos-noticia-nndc-579511>

Flores Centurión, M. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del jirón José Balta del distrito de Chimbote, 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de [MARKETING_COMPETITIVIDAD_FLORES_CENTURION_MARIA_MAGDALENA.pdf](#)

García Ramírez, M. y López Torres, V. (2014). Evaluación de la competitividad de los restaurantes de cocina internacional. *Revista internacional administración y finanzas*. Recuperado de <file:///C:/Users/user/Downloads/SSRN-id2327829.pdf>

Gavedia Ramírez, D. (2019). *Gestión de calidad y competitividad en las MYPE del sector servicio-rubro restaurantes campestres del distrito de Huacho 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de [CALIDAD_COMPETITIVIDAD_GAVEDIA_RAMIREZ_DAVID_LUIS_ENRIQUE.pdf](#)

Goicochea Flores, K. (2016). *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de [GESTIÓN_DE_CALIDAD_MYPE_GOICOCHEA_FLORES_KARINA_ROSS I.pdf](#)

Hurtado Bautista, F. (2019). *La gestión de calidad y su influencia en las MYPE del sector servicio-rubro restaurantes del óvalo de Santa Anita, distrito de Santa Anita, Lima 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de [MICRO_EMPRESA_HURTADO_BAUTISTA_FIDEL.pdf](#)

Jáuregui Baca, Y. (2017). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de nuevo Chimbote, 2014* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de [GESTIÓN_DE_CALIDAD_MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_JAUREGUI_BACA_YENNE.pdf](#)

Joubert Elizabeth, G. (2014). *Los sistemas de gestión de calidad en el sector restaurantes: perspectivas y desafíos para su implementación en restaurantes de la ciudad de Neuquén*. Tesis de Maestría (En línea). Universidad Nacional de Quilmes. Argentina. Recuperada de

<https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS%20JOURBERT.pdf?sequence=1>

Jurado Toledo, G. (2014). *Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el Centro Histórico de la ciudad de Quito*. Tesis de pregrado (En línea). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperada de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8010/TESIS%20POSTGRADO%20GISSELA%20JURADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López Mosquera, D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachys de la ciudad de Guayaquil* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

Luna Huaranga, K. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de nuevo Chimbote, 2013* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1374/GESTIÓN_DE_CALIDAD_MYPES_LUNA_HUARINGA_KEVIN_ARNOLD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Morales Gonzales, M. y Pech Vázquez, J. (2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Revista Contaduría y Administración*. Recuperado de

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32529152/RCA19705.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DRCA19705.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190824%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20190824T110111Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=337ef7f6f0700e1d8a9bc71cf7a0daeb2dec28a46f21ce52345b353096102b1

OdarZagaceta, J. (2019, junio, 16). Sector Servicios registró en abril mayor crecimiento que el promedio nacional. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/sector-servicios-registro-abril-mayor-crecimiento-promedio-nacional-ecpm-noticia-647011>

Ministerio de la Producción (2017). Más de 1,9 millones de Mipyme formales operan en el mercado peruano al 2017. *Estadística MYPE*. Recuperado de <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>

Rodríguez Moguel, E. (2005). *Metodología de la investigación*. México. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books>

Ruiz, M. (2018, marzo, 05). Más del 50% de mypes cierran antes de 3 años. *Perú 21*. Recuperado de <https://peru21.pe/economia/50-mypes-cierran-3-anos-405727>

Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad*. República Dominicana. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Encuesta de tesis

Título de la tesis: “Propuesta de mejoramiento de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, del distrito de Puente Piedra, 2018”

La encuesta es de carácter anónimo.

Instrucciones: Marque solo una de las siguientes alternativas por cada interrogante de acuerdo a su opinión.

Características del empresario

1	Edad del empresario	20 - 30	31- 40	Más de 40 años	
2	Género	Femenino		Masculino	
3	Grado de instrucción	Primaria	Secundaria	Técnica	Superior
4	Cargo en la empresa	Dueño		Administrador	

Características de las MYPE

5	Tiempo en el mercado	1 a 5 años	6 a 10 años	11 a más	
6	Número de trabajadores	1 a 5		6 a 10	
7	Formalización de la empresa	Sí		No	
8	Tipo de constitución empresarial	Persona Natural		Persona Jurídica	

Escala valorativa				
Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5
Desfavorable		Moderado	Favorable	

Características de la competitividad:

Nº	Ítems	Escala de Likert				
V1: Competitividad						
D1: Aseguramiento de la calidad						
1	La empresa aplica la política de limpieza e higiene	1	2	3	4	5
2	La empresa emplea insumos de calidad para la elaboración de la comida	1	2	3	4	5
3	la empresa cuenta con personal capacitado y pulcro en la preparación de alimentos	1	2	3	4	5
4	la empresa cuenta con un certificado de buenas prácticas en manejo de alimentos	1	2	3	4	5
D2: Recursos humanos						
D2: Recursos humanos						
5	La empresa promueve un buen trato tanto a los clientes interno y externos	1	2	3	4	5
6	La atención en el restaurante es rápida	1	2	3	4	5
7	Los trabajadores se sienten motivados en el restaurante	1	2	3	4	5
8	Capacito a los trabajadores para que se mantengan actualizados en nuevos platos de comida	1	2	3	4	5
D3: Sistemas de información						
D3: Sistemas de información						
9	Cuento con equipos de comunicación que mejoran el servicio	1	2	3	4	5
10	Cuento con equipos informáticos que mejoran el servicio	1	2	3	4	5
11	Cuento con equipos electrodomésticos que mejoran el servicio	1	2	3	4	5
D4: Administración						
D4: Administración						
12	Planifico las actividades en el restaurante	1	2	3	4	5
13	Organizo mis actividades en el restaurante	1	2	3	4	5
14	Dirijo a mis empleados para que cumplan eficientemente los objetivos	1	2	3	4	5
15	Controlo las actividades para un mejor proceso en el restaurante	1	2	3	4	5
D5: Innovación						
D5: Innovación						
16	Cuento con nuevos servicios que pongo a disposición del cliente	1	2	3	4	5
17	Cuento con nuevos platos de comida a disposición del cliente	1	2	3	4	5

Características de la gestión de calidad

V2: Gestión de Calidad		Escala de Likert				
D1: Planificar la calidad						
1	Planifica los objetivos que quiere conseguir en el último año	1	2	3	4	5
2	Adecua los platos de comida a la preferencia del cliente	1	2	3	4	5
3	Establece políticas para la calidad	1	2	3	4	5
D2: Control de la calidad						
D2: Control de la calidad						
4	Evalúo los resultados de mi servicio y mi producto	1	2	3	4	5
5	Realizo acciones para erradicar las diferencias entre el producto/servicio real y el producto/servicio planificado	1	2	3	4	5
D3: Mejora de la calidad						
D3: Mejora de la calidad						
6	Invierto recursos necesarios para mejorar la variedad y calidad de los platos de comida y del servicio	1	2	3	4	5
7	Sistematizo mis experiencias para mejorar la calidad del servicio	1	2	3	4	5

Anexo 2. Lista de empresas

Nº	Nombre de la empresa	Dirección
1	Restaurante “de la Selva el CamuCamu”	Av. Sáenz Peña Nº 103
2	Restaurante Cevichería “Aquí es”	Av. Sáenz Peña Nº 109
3	Restaurante Cevichería "Palmar"	Av. Sáenz Peña s/n
4	Restaurante Cevichería "Hola Fish"	Av. Sáenz Peña Nº 255
5	Restaurante “Tusan”	Av. Sáenz Peña Nº 205
6	Restaurante Cevichería “Jhire”	Av. Sáenz Peña Nº 125
7	Restaurante Pollería Erick`s	Av. Sáenz Peña s/n
8	Restaurante “Chifa Calidad”	Av. Sáenz Peña Nº 130
9	Restaurante Cevichería "OH-MAR"	Av. Sáenz Peña Nº 404
10	Restaurante Cevichería "Hola Pez"	Av. Sáenz Peña Nº 101
11	Restaurante "Casa Huerta"	Av. Sáenz Peña s/n
12	Cevichería Restaurante “Sabor Marino”	Av. Sáenz Peña Nº 146
13	Cevichería Restaurante “El Encanto de Catacaos”	Av. Sáenz Peña Nº 232
14	Cevichería Restaurante “Sazón Peruana”	Av. Sáenz Peña Nº 302
15	Cevichería Restaurante “Sofía Gourmet	Av. Sáenz Peña Nº 380
16	Restaurante Cevichería “la Familia Unida”	Av. Sáenz Peña Nº 404
17	Restaurante Mary	Av. Sáenz Peña Nº 430 (2º piso)
18	Restaurante Lucy	Av. Sáenz Peña Nº 430 (1º piso)
19	Restaurante “la Capullana”	Av. Panamericana Norte km 27.5
20	Restaurante “Puerto Norte”	Asoc. San pedro Mz. C Lt. 17 calle C, Pte. Piedra
21	Restaurante “Gereduis”	Av. Puente Piedra 925
22	Restaurante y Cevichería “Akuarius”	Av. Mariano Melgar 169
23	Restaurante y Cevichería “Puerto de Casma”	Av. Mariano Melgar 201
24	Restaurante “El Olivar Grill”	Av. Buenos Aires 458

25	Restaurante “Huerfanito’s”	Av. Buenos Aires 303
26	Restaurante “Donde Lale”	Av. Palma 725
27	Restaurante “Punto Peruano”	Av. Buenos Aires 367
28	Restaurante “Ichiro al Cilindro”	Av. Buenos Aires 356
29	Restaurante “Don Amadeo”	Av. Leoncio Prado 1346
30	Restaurante campestre “Los Eucaliptos”	Av. Leoncio Prado Mz El Lt 64 - Puente Piedra

Anexo 3. PROPUESTAS DE MEJORA

PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES, DEL DISTRITO DE PUENTE PIEDRA, 2018

1. INTRODUCCION

Se busca desarrollar una propuesta acerca del mejoramiento de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, en el distrito de Puente Piedra. En esta zona de puente piedra donde se hace la investigación sobre la competitividad y de la gestión de calidad se tiene que tomar en cuenta que existe muchos negocios que emergen y otros que cierran a los pocos años de abrir, en donde se tiene que analizar los motivos por las cuales cierran o abren estos negocios, y sobre gestión de calidad existen varios conceptos, pero se cita a Josep Juran. Para muchas organizaciones la competitividad no es más que mayor inversión. Sin embargo, la realidad dice además otras cosas y la inversión es parte de ella. Michael Porter, el promotor del término competitividad la define como: “La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad” (Porter, 1990, citado por Suñol, 2006).

ANTECEDENTES – UBICACIÓN

El Distrito de Puente Piedra fue creado el 14 de febrero del año 1925 de unos aproximados 71.18 km² en sus comienzos fue una zona despoblada y pantanosa, en la actualidad es un distrito emergente ubicado en la zona norte de Lima, se adaptada para ser uno de los lugares campestres con mayor afluencia con respecto a sitios deportivos y de piscinas, también se han agrupado en pequeñas asociaciones y formando pequeños grupos comerciales y por como tal motivo se realizó una propuesta de mejora en el nivel de competencia y de Gestión de la Calidad que tiene, en el centro del distrito de Puente Piedra.

2. **OBJETIVOS:** esta propuesta de mejora tiene el siguiente objetivo:

- Elaborar una propuesta de mejora a las MYPE del sector servicio rubro restaurante con respecto a la falencia de la competitividad

3. HERRAMIENTAS PARA LA COMPETITIVIDAD

Esta herramienta fundamental para un negocio y que ayudará a identificar oportunidades y posibles amenazas, además de a detectar debilidades o carencias sobre las fortalezas. “La observación es una etapa de análisis que nos permitirá posteriormente tomar decisiones. Cuanto mayor sea la calidad de la información recogida, más posibilidades tendremos de decidir correctamente”. Conversar con los clientes o con antiguos empleados de los competidores mediante cualquier técnica posible: encuestas, entrevistas en profundidad, grupos de discusión o simplemente mientras se toma un café. Hacerse pasar por cliente de sus competidores y prestar atención a los detalles. Colocarse en un lugar privilegiado, ya sea en la calle, en la televisión o en Internet, y ver qué ocurre. “Siempre será necesario anotar todo lo acontecido para procesar la información obtenida, tomar decisiones y pasar a la acción”.

1. ACCIONES:

PROPUESTA DE MEJORA EN LA COMPETITIVIDAD DE LOS RESTAURANTES DE PUENTE PIEDRA

CON RESPECTO A D1: ASEGURAMIENTO DE CALIDAD:

- Las buenas prácticas para manejos de alimentos

Recomendaciones para manejos de alimentos en restaurantes	
MEJORAS	EVITAR
Usar gorra	No usar pasadores ni aretes
Usar cubre bocas	No estornudar ni toser
Uniforme limpio y apropiado	No fumar ni comer
Manos limpias y desinfectadas	No usar anillos ni reloj
Usar guantes	No usar perfumes
Calzado limpio y apropiado	No usar uñas largas ni esmalte

CON RESPECTO A D2: RECURSOS HUMANOS.

- Se propone capacitación hacia el dueño(a) del negocio sobre el buen trato para el personal interno y capacitaciones a su personal hacia el buen trato a los clientes
- Se realiza un esquema para la mejora de atención del restaurante

SE REALIZA ESTE ESQUEMA FIN DE MEJORAR LOS LOS FLUJOGRAMA DE LOS RESTAURANTES



CON RESPECTO A D3: SISTEMAS DE INFORMACIÓN

- Se sugiere capacitación de nuevos equipos tecnológicos para la mejora de la emisión de la boleta de venta
- Se sugiere utilización de aplicación (como el wasap) como medio de mejor comunicación para los pedidos de los comensales.

Pasos para esta alternativa

Paso 1: El restaurante contará con un celular para los pedidos y ordenes.

Paso 2: El celular contara con la aplicación del wasap.

Paso 3: En el “ESTADO” del wasap se colocara la foto de los menus que se ofrece en el dia.

Paso 4: El cliente o comenzal que tiene su número del restaurante encontrará en su estado en línea del Restaurante y verá la lista de menús que se ofrece ahí en ese mismo dia.

Paso 5: El cliente podra pedir que se le traigan o anticipar su pedido, para que se le guarde el menú o solicitarlo para que se lo lleven (si el comensal vive o trabaja a menos de 50 metros).

Paso 6: El cliente podrá pagar el pedido en efectivo

Paso 7: El cliente puede pagar con algún aplicación como el Aplicación del BCP que se puede mandar la foto de la transcción o el registro del pago

Paso 8: luego de cancelado se entregara el voucher o boleta de cancelado al comensal .

CON RESPECTO A D4: LA ADMINISTRACION

En este punto es favorable lo que quiere decir que los que administran el local no tiene problemas.

CON RESPECTO A D5: LA INNOVACION

- Se recomienda mejorar la presentación de las cartas donde se presentan los menus.
- Se sugiere la mejora de las fachadas o frontis de cada lugar dandole un espacio para el estar donde esperan cuando el restaurante este lleno.
- Se recomienda la opinion de un diseñador de exteriores e interiores para los restaurantes del distrito.

2. Conclusiones

Se identifica que el nivel de competitividad del restaurante es de un nivel medio o moderado , se sugiere elaborar un flujograma que no existe en el restaurante y que este flujograma es una base en la que se puede plantear para seguir y aplicar las mejoras de su estructura y disposiciones que se menciono paginas atrás y que se desee aplicarlas en este restaurante del distrito de Puente piedra.

Se recomienda que se deben tener un plan a seguir cuyos objetivos y metas a largo plazo para asi se frenarian los cierres de muchos restaurantes debido a que no cumplen con sus objetivos y metas con se comprometen con ellas y esa falta de compromiso es lo que les perjudica a corto plazo, por esta razon se sugiere este realizar planes con objetivos claros para mejorar la competitividad que tiene los restaurantes en el distrito.