



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA TOMA DE
DECISIONES COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO
RESTAURANTES DE LA AV. CAYETANO HEREDIA
DEL DISTRITO DE CATACAOS, DEPARTAMENTO
PIURA, 2018**

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

AUTORA

Bach. CIELO CIELO, JESSICA ALEXANDRA

ORCID ID: 0000-0002-5959-1920

ASESOR

Mgtr. POMA ANCCASI, SIMÓN

ORCID ID: 0000-0001-6594-8650

LIMA– PERÚ

2019

1. TÍTULO DE LA TESIS

PROPUESTA DE MEJORA DE LA TOMA DE DECISIONES COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DE LA AV. CAYETANO HEREDIA DEL DISTRITO DE CATACAOS, DEPARTAMENTO PIURA, 2018

2. EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Bach. Cielo Cielo, Jessica Alexandra

ORCID ID: 0000-0002-5959-1920

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Lima, Perú

ASESOR

Mgtr. Poma Ancasí, Simón

ORCID ID: 0000-0001-6594-8650

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

JURADO

Dra. Zenozain Cordero Carmen Rosa

ORCID ID: 0000-0001-6079-2319

Lic. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0002-7260-5581

Mgtr. Meza De Los Santos, Juan Pablo

ORCID ID: 0000-0001-8852-1342

3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dra. Carmen Rosa, Zenozain Cordero
Presidente

Lic. Víctor Hugo, Espinosa Otoya
Miembro

Mgtr. Juan Pablo, Meza De Los Santos
Miembro

Mgtr. Simón, Poma Anccasi
Asesor

4. AGRADECIMIENTO

A Dios, por cuidarme y brindarme la fuerza necesaria día a día para desarrollar mis actividades y poder terminar satisfactoriamente mi trabajo de investigación

A los Empresarios de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes que me brindaron de forma desinteresada información precisa y clara para poder alcanzar el objetivo planteado en esta investigación

5. DEDICATORIA

A Dios todo poderoso que me ha dado la vida, fuerza y fortaleza para terminar la presente investigación.

A mis queridos padres que me brindaron su apoyo incondicional en todo para que siguiera con mucha confianza este largo camino y lograr llegar al éxito de ser una gran profesional.

6. RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal Proponer las mejoras de la toma de decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018. De la misma manera la presente investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, se aplicó dos tipos de fuentes: Fuentes primarias y secundarias para así poder obtener los datos necesarios. Se tomó como muestra dirigida a todo el universo por ser una población pequeña la cual está conformada por 20 Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del Distrito de Catacaos, departamento de Piura, 2018, a quienes se les aplicó un cuestionario de 26 preguntas que tienen relación con las variables en investigación. Los resultados obtenidos fueron: el 50% de los representantes legales su edad oscila entre 31 a 50 años, el 55% son del género masculino, el 35% tienen grado de instrucción secundaria, el 50% son dueños, el 50% desempeñan el cargo entre 0 a 3 años, el 40 % de los propietarios encuestados consideran que la empresa siempre cuenta con un plan estratégico, el 35 % de los propietarios encuestados consideran que la planificación del restaurante está logrando las metas propuestas ya que respondieron que casi siempre, el 35 % de los propietarios encuestados consideran que los empleados están comprometidos con el crecimiento de la empresa ya que respondieron que casi siempre, el 50 % de los propietarios encuestados consideran que deben corregir la atención que brinda en su restaurante, ya que respondieron que siempre.

Palabras Calves: Gestión de Calidad, Toma de decisiones, Restaurantes.

7. ABSTRACT

The main objective of this research work was to propose improvements in decision-making as a relevant factor for quality management in the Micro and Small Businesses of the services sector, restaurants category of Cayetano Heredia Av. , 2018. In the same way the present investigation was of quantitative type, descriptive level, non-experimental design, cross-section, two types of sources were applied: Primary and secondary sources in order to obtain the necessary data. It was considered as a sample aimed at the entire universe for being a small population which is made up of 20 Micro and small companies in the services sector, restaurants category of the Cayetano Heredia Avenue of the District of Catacaos, department of Piura, 2018, to whom applied a questionnaire of 26 questions that are related to the variables under investigation. The results were: 50% of the legal representatives of their age range from 31 to 50 years, 55% are male, 35% have secondary education, 50% are owners, 50% hold the position Between 0 and 3 years, 40% of the owners surveyed consider that the company always has a strategic plan, 35% of the owners surveyed consider that restaurant planning is achieving the proposed goals that respond that almost always, 35 % of the owners surveyed consider that the employees are committed to the growth of the company and respond that almost always, 50% of the owners surveyed consider that they should correct the attention they provide in their restaurant, since they always respond.

Calves Words: Quality Management, Decision Making, Restaurants.

8. CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS.....	ii
2. EQUIPO DE TRABAJO.....	iii
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iv
4. AGRADECIMIENTO.....	v
5. DEDICATORIA.....	vi
6. RESUMEN.....	vii
7. ABSTRACT.....	viii
8. CONTENIDO.....	ix
9. INDICE DE TABLAS.....	xi
10. INDICE DE FIGURAS.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	11
2.1. Antecedentes.....	11
2.2. Bases Teóricas de la Investigación.....	18
6.3. Marco conceptual.....	46
III.METODOLOGIA.....	52
3.1. Diseño de la Investigación.....	52
3.2. Población y Muestra.....	53
3.3. Definición y Operacionalización de Variables.....	55
3.4. Técnica e Instrumento de recolección de datos.....	57

3.5. Plan de Análisis	58
3.6. Matriz de Consistencia	60
3.7. Principios Éticos	61
IV. RESULTADOS.....	63
4.1. Resultados.....	63
4.2. Análisis de Resultados.....	89
V. CONCLUSIONES.....	96
VI. RECOMENDACIONES.....	98
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	100
ANEXO.....	104
ANEXO N°1: RELACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.....	105
ANEXO N°2: DIRECTORIO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS... ..	111
ANEXO N° 3: PROPUESTA DE MEJORA.....	113

9. INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución según edad.....	63
Tabla 2: Distribución según genero.....	64
Tabla 3: Distribución según el grado de instrucción.....	65
Tabla 4: Distribución según el cargo que desempeña.....	66
Tabla 5: Distribución según tiempo que desempeña en el cargo.....	67
Tabla 6: Distribución según tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	68
Tabla 7: Distribución según número de trabajadores.....	69
Tabla 8: Distribución según el parentesco con el personal que trabaja.....	70
Tabla 9: Distribución según objetivo de creación.....	71
Tabla 10: Distribución según tipo de constitución de la empresa.....	72
Tabla 11: Distribución según plan estratégico para cumplir sus objetivos a corto plazo.....	73
Tabla 12: Distribución según el logro de metas propuesta.....	74
Tabla 13: Distribución según el compromiso con el crecimiento de la empresa.....	75
Tabla 14: Distribución según corregir la atención que brinda en su restaurante.....	76
Tabla 15: Distribución según las actividades programadas están dando resultados favorables.....	77
Tabla 16: Distribución según alternativas de solución cuando se le presenta problemas.....	78
Tabla 17: Distribución según las decisiones que se tomen para mejorar el proceso de ventas.....	79

Tabla 18: Distribución según racional con los beneficios de cada empleado.....	80
Tabla 19: Distribución según ofrecer productos de calidad es una ventaja para la empresa.....	81
Tabla 20: Distribución según la empresa determina estrategias para la mejora de sus productos y servicios.....	82
Tabla 21: Distribución según evalúa indicadores de gestión, rentabilidad, liquidez y solvencia.....	83
Tabla 22: Distribución según los planes para la realización de nuevas proyecciones.....	84
Tabla 23: Distribución según la innovación en el restaurante será una ventaja competitiva.....	85
Tabla 24: Distribución según brindar una mejor atención al cliente.....	86
Tabla 25: Distribución según establecer un plan de mejora continua, retrocediendo en los procesos para mejorar la atención al cliente.....	87
Tabla 26: Distribución según la empresa reconoce logros y metas de sus trabajadores.....	88

10.INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Distribución según edad.....	63
Figura 2: Distribución según genero.....	64
Figura 3: Distribución según el grado de instrucción.....	65
Figura 4: Distribución según el cargo que desempeña.....	66
Figura 5: Distribución según tiempo que desempeña en el cargo.....	67
Figura 6: Distribución según tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	68
Figura 7: Distribución según número de trabajadores.....	69
Figura 8: Distribución según el parentesco con el personal que trabaja.....	70
Figura 9: Distribución según objetivo de creación.....	71
Figura 10: Distribución según tipo de constitución de la empresa.....	72
Figura 11: Distribución según plan estratégico para cumplir sus objetivos a corto plazo.....	73
Figura 12: Distribución según el logro de metas propuestas.....	74
Figura 13: Distribución según el compromiso con el crecimiento de la empresa.....	75
Figura 14: Distribución según corregir la atención que brinda en su restaurante.....	76
Figura 15: Distribución según las actividades programadas está dando resultados favorables.....	77

Figura 16: Distribución según alternativas de solución cuando se le presenta problemas.....	78
Figura 17: Distribución según las decisiones que se tomen para mejorar el proceso de venta.....	79
Figura 18: Distribución según racional con los beneficios de cada empleado.....	80
Figura 19: Distribución según ofrecer productos de calidad es una ventaja para la empresa.....	81
Figura 20: Distribución según la empresa determina estrategias para la mejora de sus productos y servicios.....	82
Figura 21: Distribución según evalúa indicadores de gestión, rentabilidad, liquidez y solvencia.....	83
Figura 22: Distribución según los planes para la realización de nuevas proyecciones.....	84
Figura 23: Distribución según la innovación en el restaurante será una ventaja competitiva.....	85
Figura 24: Distribución según brindar una mejor atención al cliente.....	86
Figura 25: Distribución según establecer un plan de mejora continua, retrocediendo en los procesos para mejorar la atención al cliente.....	87
Figura 26: Distribución según la empresa reconoce logros y metas de sus trabajadores.....	88

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada “Propuesta de mejora de la toma de decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018”. Proviene de la línea denominada: “Gestión de Calidad y Formalización de las MYPE en el Perú”, línea que es asignada por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote a la escuela de administración y comprende el campo disciplinar: Promoción de las MYPE, y se vinculan con las variables que se utilizaran en esta investigación, los cuales son: Toma de decisiones y Gestión de Calidad. De acuerdo a la problemática se ha planteado el siguiente problema: ¿Cuáles son las mejoras de la toma de decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018”? Para dar solución a la problemática se ha planteado el siguiente objetivo general: Proponer las mejoras de la toma de decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018”. Para lograr el objetivo general se han planteado los siguientes Objetivos Específicos: (a) Identificar los Factores relevantes de la Toma de Decisiones para la mejora de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018”. (b) Describir los Factores Relevantes de la Toma de Decisiones para la mejora de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios,

rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018”; (c) Elaborar la propuesta de mejora de la Toma de Decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018”.

La presente investigación se justifica porque gracias a la información recopilada beneficiara a las MYPE, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018”. La investigación se justifica de manera teórica porque es conveniente que se lleve a cabo el estudio, ya que se obtendrá aspectos teóricos de los Factores relevantes de la Toma de Decisiones para la mejora de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Catacaos, departamento de Piura, 2018 para lo cual se busca determinar conceptos básicos de toma de decisiones y gestión de calidad, la presente investigación acudirá a fuentes de información de diferentes autores relacionados con las variables: Toma de decisiones y Gestión de Calidad.

La presente Investigación será de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, se aplicaran dos tipos de fuentes: Fuentes primarias y secundarias para así poder obtener los datos necesarios, además se ha determinado el tamaño de la muestra y la población, como resultado de las dos se ha elaborado un cuestionario para obtener la información y así poder definir las dos variables: Factores relevantes de la Toma de Decisiones para la mejora de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018”.

Asimismo, se justifica porque permitirá construir un método efectivo dentro del rubro Restaurantes, ofreciendo productos innovadores, de calidad e higiene, con bajos costos para que la empresa sea reconocida y competitiva frente a los clientes, logrando incrementar sus ventas y generar más utilidades para los dueños de los restaurantes.

Finalmente, la investigación realizada se justifica porque fue importante conocer a nivel descriptivo del estudio de la Toma de decisiones y Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018”, el cual nos ayudara a conocer respecto al rubro mencionado; también se justifica para la investigadora a quien le fue útil para poder ampliar y profundizar los estudios y aplicarlos en su vida profesional y laboral. Asimismo, será útil para las futuras investigaciones, para poder realizar estudios o investigaciones similares, lo cual será de gran apoyo en los diferentes sectores y proponer las mejoras de la toma de decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018”.

a) Caracterización Del Problema

Las MYPE conforman uno de los pilares básicos de la economía, su participación en el país es trascendental y de contar con el desarrollo necesario, podrían ser la solución a los problemas económicos y el desempleo que hoy en día se presenta en el país.

Resumiendo, que en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo, en su publicación presentan que tienen gran significación porque aportan con un 40% al PBI,

esto abarcaría a nivel nacional un aporte redondeado por factores competentes de cada negocio, además con un 80% de la oferta laboral. (Sanchez, 2014)

Según (www.sunat.gob.pe, 2016) el Art. 2 de la Ley 28015, MYPE menciona que es una Unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, la cual se encuentra contemplada en la legislación vigente, por razones productivas tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Dentro de la vigente ley, las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes, según el Art. 3 de la Ley 28015, diferenciado por dos rubros:

Se da a conocer el volumen de capacidad que pueden tener los negocios que están llevando al Perú a mejor cada año su economía.

a) Por el número de trabajadores:

- La microempresa abarca de uno hasta diez trabajadores, inclusive.
- La pequeña empresa abarca de uno hasta cincuenta trabajadores, inclusive.

Dentro de un enfoque de crecimiento de los negocios se refleja la variedad de ganancias que alcanzaría un negocio.

b) Por el nivel de ventas anuales:

- Las microempresas hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
- La pequeña empresa a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 unidades impositivas tributarias (UIT).

A nivel nacional las MYPE brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan acerca del 40% del Producto Bruto Interno (PBI).

En el caso de los restaurantes que generan una satisfacción en general para las clases sociales que disfrutan de la variedad de la gastronomía peruana.

Según datos del Ministerio de Trabajo, las Mypes brindan empleo a más del 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45% del producto bruto interno (PBI), construyéndose así en el principal motor de desarrollo de nuestro país. (Vásquez, 2013)

Las personas que dirigen positivos negocios tratan de cubrir todas las fases del proceso administrativo, es decir, intentan planificar, organizar, dirigir y controlar todo, por ello pierden oportunidades importantes para el desarrollo de su negocio, por eso es necesario aprender a delegar responsabilidades, y sobre todo que brinden oportunidades a su capital humano de apoyar en las decisiones del rumbo de la empresa, motivándolos, considerando que el capital humano es el factor esencial e importante para el éxito de cualquier empresa, por ello es debe aprovechar su talento y capacidad para que genere nuevas ideas y puedan promover mejores oportunidades en el mercado.

Catacaos es un distrito muy reconocido por sus Comidas y restaurantes que ofrecen distintos platos típicos como son el ceviche, seco de chabelo, ronda criolla, pescado pasado por agua caliente, lomo saltado, ronda marina, arroz con mariscos, causa rellena, carne seca, Tollito y su espumante chicha de jora que acompaña cada uno de los exquisitos platos típicos de este distrito. La artesanía de este pueblo es reconocida nacional e internacional, a tal grado que el estado le ha concedido el título de capital artesanal con la ley 25132 en el año 1989. Sus artesanos cuentan con gran habilidad para confeccionar joyas de oro y plata en filigrana (hilos muy finos), los que artísticamente adornan ollares y sortijas, y confeccionan todo tipo de objeto que sea

solicitado. Destacan también sus tejidos de paja toquilla, famosa por su calidad, finura y delicadeza. Por su artesanía en madera dura (hualtaco), que asombra por su belleza, perfección y diseño. Catacaos es caracterizado por los siguientes trabajos en artesanía.

La Filigrana, técnica concebida con hilos de plata que permiten el trasluz y la transparencia, combina mediante el trabajo lento y refinado, el diseño y la verdad del encaje con la solidez que proviene de la plata. Los hilos de distintos espesores y en algunos casos retorcidos cubren espacios y dejan otros vacíos, formando un tejido traslucido que se asemeja a las técnicas de la bobilla y del croché. En Catacaos las más populares son las llamadas “dormilonas”, aretes compuestos por una parte superior redondeada (aroma) y una parte interior colgante (dormilona) armados sobre la base de una urdimbre de metal adelgazado en hebras. La mayoría de los artesanos poseen talleres propios y emplean “aprendices” o “asalariados”, pero son los mismos dueños o los familiares más cercanos los que tienen el control de la industria y generalmente los talleres se encuentran ubicados en su propio hogar.

Alfarería o elaboración de objetos de cerámica presupone dar forma plástica a un puñado de arcilla húmeda para luego someterla a altas temperaturas, con lo que adquiere extrema dureza.

La toma de decisiones influye en el crecimiento de las Micro y Pequeñas empresas ya que después del boom de la gastronomía impulsada por Gastón Acurio en el Perú, este país está considerado como el lugar más acogedor para disfrutar de una gastronomía placentera, además se realizan diversas campañas para apoyar a los diferentes emprendedores.

En los restaurantes los dueños deben evaluar las ventajas que se lograra al tomar mejores decisiones que abarcarían a tener una mejor gestión de calidad, sacando provecho a las amenazas de entrada de nuevos competidores, siendo el mercado o el segmento atractivo cuando las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado, tales como los productos pertenecientes al sector servicios que se encuentran en rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018”.Donde se aprovecha el ingreso masivo de los clientes.

Tomar decisiones oportunas y correctas, es clave para el éxito de una organización, situación que conlleva a que las empresas, cambien su forma de enfrentarse a los grandes retos que se les presentan, para ello necesitan revisar sus procesos básicos, estructurales y tecnológico, con el fin de que sean ajustados para reaccionar rápido y oportunamente.

Para estar al alcance de los nuevos cambios las organizaciones requieren adoptar sistemas de gestión de calidad que le permita alcanzar los objetivos propuestos con eficacia, eficiencia y calidad. Sin embargo, actualmente las empresas del sector servicios, restaurantes no cuentan con un sistema gestión de calidad que permita estructurar y definir procesos alineados a las estrategias y objetivos de la empresa.

Dicha ausencia impacta en la toma de decisiones de la alta gerencia de la empresa, Por tal motivo no es posible hablar de organización o empresa, Para lograr sus objetivos cada una de ellas debe obtener información de las otras y enviar información relativa a los asuntos de su competencia.

b) Enunciado del Problema

Es por ello que el enunciado del problema generado es el siguiente: ¿Cuáles son las mejoras de la toma de decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, Departamento Piura, 2018? Para dar solución a este problema tenemos el siguiente objetivo general.

Proponer las mejoras de la toma de decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018.

- ❖ Identificar los Factores relevantes de la Toma de Decisiones para la mejora de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018
- ❖ Describir los Factores Relevantes de la Toma de Decisiones para la mejora de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018
- ❖ Elaborar la propuesta de mejora de la Toma de Decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018.

Esta investigación se realiza porque la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote lo ha establecido como requisito indispensable para la titulación de la carrera profesional de administración, ya que es establecido según la Ley 30220 de SUNEDU la cual en el artículo 45 indica que para la obtención del título profesional requiere del grado de Bachiller y la aprobación de una tesis o trabajo de suficiencia profesional. Además se justifica de manera práctica porque el resultado de la investigación servirán a las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, como fuente de información, para el conocimiento en la problemática y la aplicación en la gestión de calidad en beneficio de la empresa de ámbito de estudio. Por último porque servirá como fuente de información a los futuros investigadores de la especialidad que realicen estudios similares.

La investigación se justifica de manera teórica porque es conveniente llevar a cabo el estudio, ya que se obtendrá aspectos teóricos de los Factores relevantes de la Toma de Decisiones para la mejora de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018, para lo cual se busca determinar conceptos básicos de toma de decisiones y gestión de calidad, dicha investigación tiene como fuentes de información la bibliografía actualizada, las revistas científicas relacionadas al tema, además diferentes datos que se obtiene de internet, se encontraran diferentes conceptos y teorías de autores que hablan de las variables de Toma de decisiones y Gestión de Calidad.

La presente Investigación será de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, se aplicaran dos tipos de fuentes: Fuentes primarias y secundarias para así poder obtener los datos necesarios, además se ha determinado

el tamaño de la muestra y la población, como resultado de las dos se ha elaborado un cuestionario para obtener la información y así poder definir las dos variables: Factores relevantes de la Toma de Decisiones para la mejora de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

a). Antecedentes Internacionales

Herrera, J (2014) presento la investigación titulada “Diseño de un sistema de Gestión de Calidad para una Microempresa rubro restaurante”, en la Universidad de Veracruz- Xalapa México, con el objetivo de Mejorar el funcionamiento Interno e incrementar las ventas de la empresa, a través de la implantación de un sistema de gestión de calidad con base en la norma ISO 9001:2000. Empleo una metodología de tipo de estudio, Exploratorio y descriptivo ya que era necesario conocer detalladamente el funcionamiento de la organización y así poder relacionar variables. Y llego a la conclusión de que el descenso de ventas que presenta la microempresa, así como las deficiencias en el funcionamiento, se encuentran ligados a factores internos y externos que la impactan negativamente, tales como: Utilización de una administración empírica, aumento de la competencia y falta de adaptación al cambio.

Las microempresas están fundadas por jóvenes que emprenden su negocio, ya que cuentan con estudios universitario, y han desarrollado su proyecto sobre restaurantes.

Sánchez, J (2014) en su investigación “Viabilidad de un Sistema de Gestión de Calidad Internacional en una Pyme con Mercado Local rubro restaurantes” presentada en la Universidad Nacional Autónoma de México. Con objetivo principal de proponer implementación de un sistema de gestión de calidad Internacional, con Norma ISO 9001:2008, en la media empresa. Contó con una metodología de tipo transaccional o transversal, mismo que es un tipo de estudio que recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Llego a la conclusión que la calidad aplicada es la posibilidad de adquirir algún modelo de calidad total en la empresa. Contemplar todas

las perspectivas que puedan traer beneficios a la organización, desde el costo, las oportunidades de expandir la cartera de clientes, la posibilidad de adecuación a la empresa, modelos nacionales como internacionales entre otros factores, pero sobre todo los beneficios de adquirir y mantener dicho modelo instaurado en la empresa.

Los propietarios se encuentran en edades muy jóvenes el refregando un 60% las que tiene edad entre 20 a 30 años, y un 40% con edades de 30 a 50. Y llevan 3 años en el negocio.

Morales, L (2014) Presento una investigación denominada “Control de calidad en los restaurantes del Municipio de el Progreso, Jutiapa”, en la Universidad Rafael Landívar – Guatemala. Con un objetivo de Establecer el control de Calidad que se aplica en los restaurantes del municipio del Progreso, Jutiapa, empleo una metodología de tipo descriptiva, llegando a la conclusión que las empresas no cuentan con algún tipo de control de supervisión de la calidad de la materia prima, como también de la manipulación de los productos dentro del área de elaboración, necesitado lineamientos necesarios para disminuir, en la mayor medida posible, los problemas del restaurante y que el almacenamiento de materia prima y producto terminado se encuentra en espacios muy reducidos, ya que la mayor parte de restaurantes cuentan con plantas pequeñas por considerarse negocios de tipo familiar, donde los platos que se elaboran en esa empresa no se transporta a otros restaurantes por la cantidad de producción diaria que se realiza, únicamente se traslada al área de ventas.

Los cuales son propietarios jóvenes que emprenden su negocio donde el 60% son hombre y 40% son mujeres.

b). Antecedentes Nacionales

Sandoval, F (2018) elaboro una tesis Denominada “El Sistema De Gestión De Calidad Y La Atención Al Cliente En El Restaurant El Gourmet Urbano En El Distrito De San Isidro-Lima, 2015”, tesis que se realizó en la universidad San Martin de Porres – Lima, el objetivo general de esta investigación es el siguiente Determinar de qué manera el SGC se relaciona con la atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro en el 2015. Se empleó la metodología El tipo de investigación de la presente tesis es descriptiva, correlacional, porque se persigue determinar fundamentalmente determinar el grado en el cual las variaciones en uno o varios, factores son concomitantes con la variación en otro u otros factores (Tamayo, 2004, P. 50). Se llegó a la conclusión que Mediante el estudio se afirma que existe relación entre el sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente en los empleados y clientes en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro. El estudio comprueba que el nivel del sistema de gestión de la calidad en los empleados es malo en la devolución del servicio, insatisfacción del cliente y rotación de clientes. Además, quedó en evidencia que el Resturante El Gourmet Urbano debe elaborar procesos, manuales, diseño de procedimientos de calidad hacia la gastronomía permanente mediante el sistema de gestión de la calidad promoviendo así mejorar el nivel de laboral de gastronomía y todos los empleados por ende esto se traducirá en la mejora de la atención a la cliente brindada. También, fue notoria la necesidad de formar un comité de control de la calidad para la lograr satisfacción en los clientes,

compuesto por personal capacitado, y a la vez elaborar una guía de indicadores de satisfacción del servicio.

Donde los encargados de las Micro y pequeñas empresas son los mismos dueños y están emprendiendo nuevos negocios.

Pascual, L (2015) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización De La Gestión De Calidad Bajo Las Normas ISO 9001 En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio - Rubro Restaurantes, Del Distrito De Huaraz-Lima, 2015”, tesis que se realizó en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Huaraz en Perú, objetivo general de la presente investigación es importante analizar la situación actual de las mismas para implementar sistemas de gestión de calidad que permitan aplicar políticas que ayuden a las empresas a optimizar procesos de mejora continua y así lograr la satisfacción del cliente. El diseño de investigación para el presente estudio fue no experimental-transversal o transaccional, puesto que se recolectaron datos en un solo momento y en un tiempo único, teniendo como finalidad describir la variable de la tesis, conjuntamente el nivel de investigación fue cuantitativo porque se realizó la recolección de datos fundamentada en la medición de las variables y conceptos, las cuales fueron representadas mediante números que se analizaron a través de métodos estadísticos y, el tipo de investigación fue descriptivo porque se relataron las características respecto a la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurantes del distrito de Huaraz 2015. Se ha llegado a la conclusión que 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 del distrito de Huaraz, están dirigidos por varones de 41 a 50 años de edad y cuentan con estudios superiores incompletos.

Jauregui, Y (2017) en su 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-Lima, 2014.”, trabajo que se realizó en la universidad Los Ángeles de Chimbote- Chimbote. Tiene como objetivo general Determinar las principales características de gestión de calidad en el Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no Experimental-Transversal-Descriptiva, Se concluyó que la totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas no conocen técnicas de gestión, los que conocen en su mayoría aplican el liderazgo democrático, por otra parte en su totalidad no siguen un plan de negocios estratégicos. Finalmente la mayoría que aplicó gestión de calidad, obtuvo buenos resultados ofertado productos de mejor calidad. Los propietarios tienen entre 3 años en el negocios ya el 50% son negocios que lo empezaron sus padres. Ya que el 50% indicaron son empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L)

c).Antecedentes Locales

Barrientos, F (2017) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento & gestión de calidad se Las MYPES, sector servicio rubro Restaurantes En El Distrito De San Jacinto, 2017.Tesis que se realizó en la

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Tumbes, Se consideró como objetivo general: Determinar las características del Financiamiento y Gestión de Calidad en las MYPES, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017. La metodología empleada fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, en el caso de la variable de gestión de calidad es infinita, siendo la muestra determinada por aplicación estadística de 68 clientes. Se llegó a las siguientes conclusiones, referente a la gestión de calidad existe un nivel medio del cuidado del medio ambiente, el nivel de atención es alto y positivo en beneficio de los clientes. Las Micro y pequeñas empresas cuentan con 6 a más trabajadores.

Godos, P (2018) “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las Micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes de la ciudad de Talara, año 2018” tesis presentada en el licenciado en Administración en Uladech Católica en Piura (Perú) Se empleó la investigación de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, la muestra es de 384 personas, como objetivo Identificar las características de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Talara, año 2018, llegando a la conclusiones: Se logran conocer las estrategias de servicio de los restaurantes de la ciudad de Talara, los trabajadores escuchan en todo momento las opiniones de los clientes, cumplen con todos los compromisos asumidos, conocen el servicio que el cliente quiere recibir. Se logra conocer como aplican la mejora continua los restaurantes de la ciudad de Talara, los propietarios consideran importante las opiniones de los trabajadores, tienen un plan para identificar las actividades a mejorar, aplican cambios para mejorar el

servicio, se conoce que dan continuidad a los cambios aplicados y evalúan los resultados obtenidos, logrando que el producto ofrecido sea novedoso.

Se identificó que los procesos de gestión de los restaurantes de la ciudad de Talara, los propietarios como proceso de gestión tienen definidas las estrategias del servicio que ofrecen, como parte del proceso cultivan las relaciones con los clientes y también solicitan a los clientes ideas para mejorar el servicio, el proceso de gestión logra que los restaurantes cumplan con las expectativas de los clientes. Los trabajadores son más de 50% personas o familias que desempeñan en el restaurante.

Mendoza, B (2018) Presento una investigación denominada “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes en Máncora, año 2018”; presentada en el licenciado en Administración en Uladech Católica en Piura (Perú) presentó como objetivo general determinar las características de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes en Máncora, año 2018. Se empleó la metodología de tipo descriptiva y de nivel cuantitativo con diseño no experimental, de corte transversal, con una muestra de 121 clientes, concluyendo Respecto a las funciones necesarias para la gestión de calidad; se concluye respecto a los principios de la gestión de calidad; se concluye que la mayoría de clientes si evidencia el cumplimiento de normativas del sector; asimismo evidencian la falta de habilidades y conocimientos para un desempeño adecuado; sienten que los restaurantes no cumplen sus expectativas y necesidades, no observan un nivel de compromiso alto en sus funciones, no se muestran eficientes con los recursos del restaurante. Los dueños del negocio tienen objetivos claros ya que el 50 señalan en generar ganancias para la Micro y pequeña empresa.

2.2. Bases Teóricas de la Investigación

Gestión de Calidad

Concepto

Según (Juran, 2008) Determina que la gestión de la calidad es el conjunto de acciones planificadas y sistemáticas, necesarias para dar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos de calidad.

Continuando con los aportes de Joseph Juran (2008) conceptualiza la calidad como una forma orientada al ingreso; aquellas características de un producto que sean capaces de satisfacer las necesidades del consumidor y aumentar los ingresos comerciales. De aquí surge su afirmación: una mejor calidad cuesta más dinero.

Según Crosby define calidad como conformidad con las especificaciones o cumplimiento de los requisitos y entiende que la principal motivación de la empresa es el alcanzar la cifra de cero defectos.

Siguiendo con el autor (Crosby, 2009) expone que la calidad pasa a ser un modelo de gestión empresarial, una filosofía, una cultura que persigue la satisfacción de las necesidades del cliente a través de la mejora continua.

Para (Feigenbaun, 2009) define la calidad total como un sistema eficaz para integrar los esfuerzos en materia de desarrollo de la calidad, las cuales son realizados por los diversos grupos en una organización de modo que sea posible producir bienes y servicios a los niveles más económicos y que sean compatibles con la plena satisfacción de los clientes.

La gestión de calidad pone en marcha un sistema que anima a las organizaciones a identificar y analizar los requisitos del cliente, a definir unos procesos bajo control, proporcionando así confianza tanto a la organización, interno como a sus

clientes externo de su capacidad para suministrar productos que cumplan los requisitos de forma constante para que se mejore o realce la satisfacción de los clientes.

Ahora bien, dado que las necesidades y expectativas de los clientes son cambiantes las organizaciones deberán preocuparse por mejorar continuamente sus productos y servicios.

Con lo expresado hasta el momento sobre la realidad de la organización y sus necesidades en relación con la calidad, se ve que son aspectos clave:

Satisfacción del Cliente

La confianza en que se cumplirán los requisitos

El control de los procesos

La mejora de las prestaciones

Todos ellos forman parte de la gestión de la Calidad Y deben ser puestos en juego conjuntamente para que la gestión de calidad consiga los resultados necesarios y esperados. Todas las organizaciones requieren de procesos para llevar a cabo una adecuada planificación, de procesos para dar confianza en que lo planificado se obtendrá, de procesos para medir y demostrar que se ha obtenido y de procesos para tomar decisiones y mejorar los resultados.

Estos aspectos no son independientes y son considerados bajo una concepción global para las organizaciones.

La calidad total

Según diferentes autores aportan para encontrar un concepto con mayor determinación a la calidad total que en principio se conoce con la perfección de lograr hacer las cosas, superándose cada modelo de gestión, tenemos a (Crosby, 2009) Nos dice que la Calidad Total es el cumplimiento de los requerimientos, donde el sistema

es la prevención, el estándar es cero defectos y la medida es el precio del incumplimiento, siguiendo con los aportes de (Juran, 2008) da a conocer que tener calidad es estar en forma para el uso, desde los puntos de vista estructurales, sensoriales, orientados en el tiempo, comerciales y éticos en base a parámetros de calidad de diseño, calidad de cumplimiento, de habilidad, seguridad del producto y servicio en el campo. Mientras que (Méndez, 2013) cita los aportes de Ishikawa (2002) el cual menciona que Calidad Total es cuando se logra un producto es económico, útil y satisfactorio para el consumidor

Calidad Según La Norma ISO 9001:2015

Según ISO 9001: 2015, denominada “Sistemas de gestión de calidad. Requisitos (ISO 9001: 2015)”, que especifica los requisitos que un sistema de gestión de calidad debe cumplir en una organización para que esta pueda demostrar su habilidad para proporcionar los productos adecuados que satisfagan las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas. La adopción de un sistema de gestión de calidad es una decisión estratégica para una organización que le ayude a mejorar su desempeño global y proporcionar una base sólida para las iniciativas de desarrollo sostenible.

Calidad Total

Mayormente conocida como calidad total se le denomina total porque concierne a la organización de la empresa globalmente considerada y a las personas que trabajan en ella. La calidad es lo bien hecho del trabajo en las diversas actividades. En el caso de las ventas, la calidad no es solamente la calidad del producto, sino también de los servicios que se proporcionan al cliente, así como el costo de la venta y las utilidades. La calidad total es una sistemática de gestión a través de la cual la

empresa satisface las necesidades y expectativas de sus clientes, de sus empleados de los accionistas y de toda la sociedad en general, utilizando los recursos de que dispone: personas, materiales, tecnología, sistemas productivos, (Díaz, 2010)

La Gestión de la Calidad Total está compuesta por tres paradigmas:

Se señala que en un conjunto se gestiona y se controla con calidad

- ✓ Gestión: el sistema de gestión con pasos tales como planificar, organizar, controlar, liderar.
- ✓ Total: organización amplia.
- ✓ Calidad: con sus definiciones usuales y todas sus complejidades.

Características de la Gestión de calidad

Entendemos por característica de calidad cualquier propiedad que contribuya a la adecuación al uso de un producto, proceso o servicio.

Según (Gadea, 2010) características son:

- ❖ La mejora continúa con la colaboración de todos: responsabilidad y compromiso individual por calidad.
- ❖ Trabajo en equipo es fundamental para la mejora permanente.
- ❖ Comunicación, información, participación y reconocimiento.
- ❖ Fijación de objetivos de mejora.
- ❖ Seguir los resultados

Importancia de la Gestión de Calidad

Las empresas saben que para permanecer en el mercado y garantizar una buena participación se debe tener presente, saber las nuevas necesidades del cliente, lograr productos y servicios con ceros defectos, diseñar, producir y entregar un producto que

haga que el cliente se sienta totalmente satisfecho. Lo cierto es que el sistema de gestión de la calidad es el conjunto de normas interrelacionadas de una empresa u organización por los cuales se administra de forma ordenada la calidad de la misma, en la búsqueda de la satisfacción de sus clientes. (Costa, 2008)

Se apuesta por calidad total para tener mejores resultados en los servicios para obtener un mayor rendimiento en su funcionamiento y durabilidad, cumpliendo con normas y reglas necesarias para satisfacer las necesidades del cliente. Hoy en día es necesario cumplir con los estándares de calidad por el hecho que para lograr entrar a competir en un mercado cada vez más exigente; para esto se debe buscar la mejora continua, la satisfacción de los clientes y la estandarización y control de los procesos. (León, 2015)

Calidad del Producto

Es el atributo más utilizado en el Marketing en cuanto a la lucha competitiva, el consumidor al momento de adquirir un producto según su clase social, según la cultura tiene un concepto diferente en cuanto a calidad. La calidad hace perdurable al producto ya sea físicamente y al satisfacer una necesidad, los productos han de ser siempre evaluados para su constante progresión en el mercado y siempre se espera su mejoramiento o simplemente su perfeccionamiento. (Domínguez, 2008)

Actividades para Iniciar un proceso de la Gestión de Calidad

Según la (Enciclopedia de Administración Básica, 2010) en principio cada organización tiene que diseñar una metodología de acuerdo a su propia realidad. el enfoque a los clientes, el desarrollo de los proveedores, la planificación de la calidad, mejoramiento del trabajo diario, aseguramiento de la calidad, programa de reducción

de costos, etc., en términos generales para poner en práctica este proceso es conveniente dividirlo en las fases siguientes:

a): Toma De Decisión

Consiste en analizar seriamente si existe la voluntad de hacer todo lo que sea necesario para emprender y mantener adecuadamente dicho proceso; ya que una vez iniciado no debe ser discontinuado ya que genera desconfianza y frustración. Es necesario ser conscientes de los esfuerzos que llevará vencer la resistencia al cambio.

b): Preparación Del Escenario Y Promoción

Para iniciar esta etapa se asume que ya se cuenta con un Plan en el que se ha desagregado todas las acciones a desarrollar. Algunas de las acciones que se recomienda realizar en esta etapa son: desarrollar un intenso programa de difusión de los conceptos y filosofía de la calidad para internalizarla en la gente como medio de lograr su involucramiento y compromiso. Se deberá elaborar la visión, También Misión, políticas y objetivos de la organización, los cuales se difundirán entre todo el personal durante las acciones de difusión y promoción de la calidad.

c): Implantación De Procesos De Mejora

En esta fase se pondrá en marcha los procesos de mejoramiento con la participación de los equipos de mejoramiento, quienes para este momento han sido suficientemente entrenados en técnicas de mejoramiento y de solución de problemas. Si el proceso de mejora va mostrando sus frutos, es necesario motivar al personal con acciones de reconocimiento. En el aspecto de capacitación debe incluirse lo referente a la aplicación de las normas ISO de la serie 9000.

d): Consolidación Y Optimización Internacional

En esta fase se continuará desarrollando los procesos de mejora y continuará con la capacitación en técnicas de calidad más avanzadas. Se desarrollará los sistemas y procedimientos con base a las normas ISO 9000. Se continuará con los procesos de mejora manteniendo y perfeccionando la gestión estratégica.

Elementos de un Sistema de Gestiona de Calidad

Según (Rafael, 2010) cuatro elementos para el sistema de Gestión de Calidad los cuales son:

a) Estructura Organizacional:

Dentro de la jerarquía de funciones y responsabilidades que define una organización para lograr sus objetivos.

b) Planificación (estrategia):

Se Constituye al conjunto de actividades que permiten a la organización trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos que se ha planteado. Preguntándose: ¿A dónde queremos llegar?, ¿Qué vamos hacer para lograrlo?, ¿Cómo lo vamos Hacer?, ¿Qué vamos a necesitar?

c) Recursos:

Es todo aquello que vamos a necesitar para poder alcanzar el logro de los objetivos de la organización.

d) Procesos:

Son la forma de llevar a cabo un proceso. Los cuales cada proceso está dependiendo de la complejidad, la organización decide si documentar o no los procedimientos.

La atracción del Producto en Base a la Calidad

En esta parte influye tanto a los cambios que tiene el precio, la duración, la versatilidad, la rapidez, la facilidad de uso o manejo, el mantenimiento o reparación, el bajo coste

El Diagrama de la Trilogía de Juran



de instalación, el tamaño, el peso, la presentación, el envoltorio o empaquetado, la novedad. (Ruiz, 2008)

Fuente: Diagrama de la Trilogía de Juran en el Libro gestión de calidad Ruiz (2008)

Trilogía de Jurán

- ✓ Planeación de la calidad: en esta fase se empieza al identificar a los clientes, sean internos como externos; determinar sus necesidades; además traducir las necesidades del cliente en especificaciones; desarrollar características de productos que respondan a esas necesidades.
- ✓ Control de la calidad: se requiere determinar qué se va a controlar, establecer las unidades de medición para evaluar la información de manera objetiva, por el hecho que se va a fijar las normas de desempeño, para ello se busca medir el desempeño real, interpretar la diferencia entre el desempeño real y las normas y emprender una acción en cuanto a la diferencia.
- ✓ Mejoramiento de la calidad: para ello se tiene que probar que la mejora es necesaria, identificar proyectos específicos de la mejora, organizar el apoyo para los proyectos, por lo consiguiente diagnosticar las causas, proporcionar

remedios para las causas, probar que los remedios son eficaces en las condiciones operativas actuales y ofrecer el control con el fin de conservar las mejoras.

Diagrama de la Trilogía de Juran

Los tres procesos se relacionan entre sí. Todo comienza con la planificación de la calidad. El objeto de planificar la calidad es suministrar a las fuerzas operativas los medios para obtener productos que puedan satisfacer las necesidades de los clientes Según Cortez (2017) en su libro presenta los 14 principios de Deming

PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA CALIDAD

Tomando como partida los conceptos básicos de la calidad, los padres de la calidad moderna (Deming, Crosby y Juran) determinaron, cada uno por su parte, una serie de principios básicos que con el tiempo se han transformado en clásicos de referencia dentro del mundo de la gestión de la calidad.

Los 14 Principios De Calidad De Deming

1. Crear un propósito constante hacia la mejora de los productos y servicios, asignando recursos para cubrir necesidades a largo plazo en vez de buscar rentabilidad a corto plazo.
2. Adoptar la nueva filosofía de la estabilidad económica rechazando permitir niveles normalmente aceptados de demoras, errores, materiales defectuosos y defectos de fabricación.
3. Eliminar la dependencia de inspecciones masivas solicitando pruebas estadísticas inherentes a la calidad en las funciones de fabricación y compras.

La calidad no proviene de la inspección de los productos y servicios, sino de la mejora de los procesos. Cada proceso abarca un costo que será recompensado para la fabricación de nuevos productos.

4. Reducir el número de proveedores eliminando a los no cualificados.

Se debe seleccionar los proveedores que ofrezcan calidad (y no exclusivamente bajo precio) en sus productos o servicio.

5. Buscar la mejora continua y constante en todos los procesos de planificación, producción y servicio.

La mejora continua no es un esfuerzo que se realiza una única vez. La mejora continua es constante. Todo producto o servicio es siempre mejorable.

6. Implementar la formación en el trabajo

Si los trabajadores están inadecuadamente formados, fácilmente introducirán errores y defectos en los productos o servicios que desarrollen.

7. Adoptar e implementar el liderazgo

La labor de los directivos no es simplemente mandar o castigar. Deben concentrar su labor en ayudar al personal a desempeñar mejor su trabajo.

8. Erradicar el miedo

Debe erradicarse el miedo a la duda, a preguntar, a cambiar de forma de trabajo. Esto es aplicable tanto para trabajadores como para directivos.

9. Romper las barreras existentes entre los departamentos de la empresa estimulando trabajos en equipo, congregando esfuerzos de áreas diferentes: Investigación, diseño, ventas y producción.

10. Eliminar las metas para la mano de obra: No son las personas las que cometen la mayor parte de los errores, sino los procesos en los que trabajan.

11. Eliminar los objetivos numéricos:

- Los objetivos numéricos no suelen tener en cuenta la calidad ni los métodos empleados-
- Alcanzar únicamente los objetivos numéricos suelen ser síntoma de baja calidad de los productos o servicios.

12. Derribar las barreras que impiden en sentimiento de orgullo que produce un trabajo bien hecho.

- Todo trabajador desea realizar un trabajo bien hecho.

13. Establecer un programa de educación y formación

- Este punto es necesario es complementario al número 6, y hace hincapié en el hecho de formarse y educarse para el cambio, para la implantación de nuevos procesos, nuevas competencias, nuevas responsabilidades.

14. Poner en marcha las medidas para asegurar los 13 puntos anteriores, empezando por uno mismo.

La calidad es responsabilidad de todos

Ventajas del Sistema de Gestión de Calidad

(Turmero, 2014)Sistemas de gestión de calidad. Nos dice que existen las siguientes tanto desde el punto externo como interno.

Desde el Punto de vista Externo

- ✓ Asegura la calidad en las relaciones comerciales.
- ✓ Facilita la salida de los productos / servicios al exterior al asegurarse las empresas receptoras del cumplimiento de los requisitos de calidad.

Desde el Punto de vista interno:

- ✓ Mejora en la calidad de los productos y servicios derivada de procesos más eficientes para diferentes funciones de la organización.
- ✓ Decrecen los costos y crecen los ingresos

(Mendoza, 2017) Los señala como aquellos principios de la gestión de calidad que toda empresa ha de llevar si quiere extraer beneficios planeados:

Enfoque al Cliente. Las empresas dependen mucho de sus clientes es por ello que deben entender las necesidades de la actualidad y del futuro de los consumidores, esforzarse por satisfacer las necesidades que ellos exigen, las organizaciones deben tener en cuenta que las necesidades de los consumidores son cambiantes y dinámicas en el tiempo.

Liderazgo: un líder es aquel que debe mantener y crear un ambiente el en cual los integrantes de la empresa se involucren en alcanzar los logros y las metas trazadas; el que establece el propósito de orientación y conducción hacia el objetivo deseado.

Participación del personal: ellos son la esencia de la empresa en todos los niveles y su compromiso beneficia de una u otra manera en la marcha de la misma.

Enfoque que está basado en procesos: todo producto que se desea se logra eficientemente cuando en la gestión del proceso se relacionan los recursos con las actividades.

Mejora: es la mejora continua de la organización, la que mide el desempeño de la empresa a través de un objetivo permanente; esta mejora continua es un referente de los procesos que se sigue a través el ciclo del Dr. Deming: controlar, planificar, actuar, desarrollar para mejorar.

El enfoque que está basado en los hechos para la toma de decisiones: estos se basan en el análisis de la información y los datos que se obtienen; las decisiones siempre se toman basándose en los que pasa en el momento sin contar incluso a veces con información, debido a nuestra inexactitud para recordar lo que ocurrió en el pasado.

Gestión de Relaciones: la correcta relación que las empresas tienen con la sociedad, los proveedores y los socios, contribuyen para un buen éxito de la empresa, es indispensable, conocer, fomentar y escuchar el desarrollo de los interesados.

Beneficios de la Gestión de Calidad

Según (Rafael, 2010) indica los siguientes beneficios:

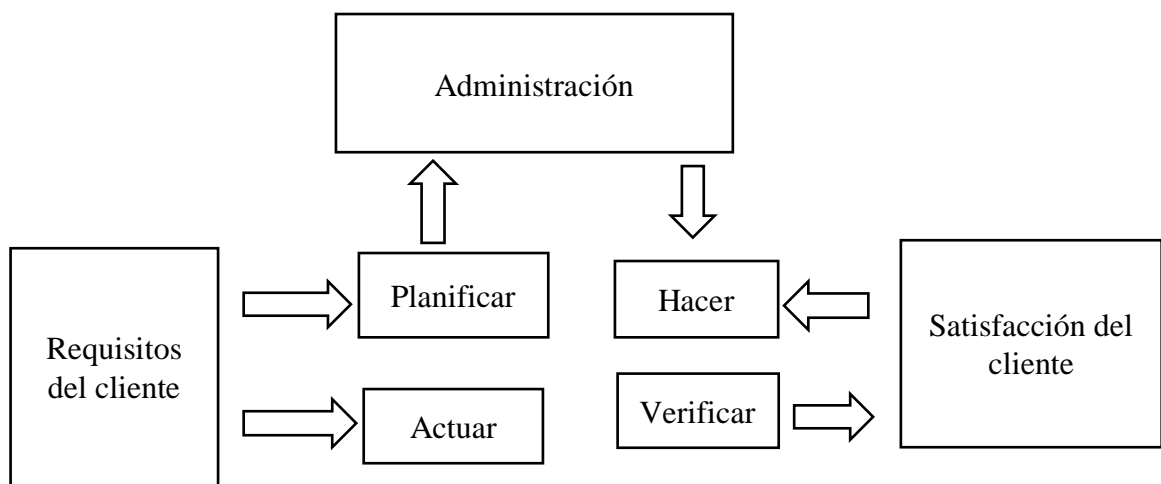
Norma ISO 9001:2008, la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad puede traerle grandes beneficios a una organización, cuando esta lo hace con un alto nivel de compromiso por parte de la alta dirección e integrando a su cultura los ocho principios mencionados anteriormente.

(Deming, 2014) El ciclo de Deming (de Edwards Deming), también conocido como ciclo PDCA (del inglés *Plan-Do-Check-Act*) o PHVA (de la traducción oficial al español como Planificar-Hacer-Verificar-Actuar)¹ o *espiral de mejora continua*, es una estrategia basada en la mejora continua de la calidad, en cuatro pasos, según el concepto ideado por Walter A. Shewhart, amigo y mentor de William E. Deming que lo enseñó en el Japón de los años 1950. A veces también es, por ello, denominado Ciclo Deming-Stewart.

Es muy utilizado por los Sistemas de Gestión de la Calidad (SGC), los Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) y los Sistemas de Gestión de la Seguridad de la

Información (SGSI), regulados por ISO, así como en modelos de Gestión de la Calidad Total (EFQM, Fundibeq, Malcolm Baldrige National Quality, etc).

Los resultados de la implementación de este ciclo permiten a las organizaciones una mejora integral de la competitividad, de los productos y servicios, mejorando continuamente la calidad, reduciendo los costos, optimizando la productividad, reduciendo los precios, incrementando la participación del mercado y aumentando la rentabilidad



Elaboración propia

Plan (Planificar)

Ilustración del modelo de calidad del proceso de gestión (sistema de circuito cerrado), incluyendo el círculo PDCA

Se establecen las actividades del proceso, necesarias para obtener el resultado esperado. Al basar las acciones en el resultado esperado, la exactitud y cumplimiento de las especificaciones a lograr se convierten también en un elemento a mejorar. Cuando sea posible conviene realizar pruebas de preproducción o pruebas para probar los posibles efectos.

- Recopilar datos para profundizar en el conocimiento del proceso.

- Detallar las especificaciones de los resultados esperados.
- Definir las actividades necesarias para lograr el producto o servicio, verificando los requisitos especificados.
- Establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados necesarios de acuerdo con los requerimientos del cliente y las políticas organizacionales.

Herramientas de planificación

Estas herramientas pueden servir para dos cosas:

- Para facilitar y estandarizar la metodología de planificación de proyectos, actividades y tareas.
- Para ayudar a diseñar productos, procesos y servicios según los requisitos y funciones previstas en el futuro.

Algunos ejemplos de herramientas de planificación los podemos ver en la siguiente lista:

- AMFE – Análisis Modal de Fallos y Efectos
- Diagrama de Gantt – Planificación y seguimiento de actividades y proyectos.
- Método de diseño intuitivo Poka-yoke – Diseño a prueba de errores.
- QFD – Despliegue de la función calidad (Introducción) – Introducción al análisis de necesidades y expectativas.
- Lluvia de ideas -- Participación de todas las partes interesadas.

Do (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.

Check (Controlar o 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 y, en su caso, evaluar si se ha producido la mejora esperada.

- ❖ Monitorear la implementación y evaluar el plan de ejecución documentando las conclusiones.

Herramientas de evaluación

Las herramientas de evaluación sirven para controlar el estado actual de un proyecto, proceso, producto o servicio con el objetivo de tener una visión detallada de su estado, evaluarlo o buscar formas de mejorarlo posteriormente.

Algunos ejemplos de herramientas de evaluación se encuentran en la siguiente lista:

- ❖ Diagrama de Pareto – La famosa curva 80%-20% para organizar datos y centrar los esfuerzos en lo más importante.
- ❖ Diagrama de correlación – Representación gráfica que muestra la relación de una variable con respecto a otra.
- ❖ Diagrama de Ishikawa – Estudio para localizar las causas de los problemas.
- ❖ Cuadro de mando – Modelo de gestión, con un soporte de información periódica para la dirección de los procesos de la empresa.
- ❖ Listas de Verificación o Control – Check list.

Act (Actuar)

A partir de los resultados conseguidos en la fase anterior se procede a recopilar lo aprendido y a ponerlo en marcha. También suelen aparecer recomendaciones y observaciones que suelen servir para volver al paso inicial de Planificar y así el círculo nunca dejará de fluir.

Actualmente algunos expertos prefieren denominar este paso "Ajustar". Esto ayuda a las personas que se inician en el ciclo PDCA a comprender que el cuarto paso tiene que ver con la idea de cerrar el ciclo con la realimentación para acercar los resultados obtenidos a los objetivos. Además, no debe confundirse este paso "A" con el conjunto de acciones (implementación) consecuencia del despliegue de los planes (que se desarrolla en el segundo paso, "D", de "hacer" o "llevar a cabo las Acciones").

Herramientas de mejora

Están pensadas para buscar puntos débiles a los procesos, productos y servicios actuales. Del mismo modo, algunas de ellas se centran en señalar cuáles son las áreas de mejora más prioritarias o que más beneficios pueden aportar a nuestro trabajo, de forma que podamos ahorrar tiempo y realizar cambios sólo en las áreas más críticas.

Las herramientas de mejora los podemos encontrar en la siguiente lista:

- ❖ Análisis de valor – Método ordenado para aumentar el valor de un producto o servicio.
- ❖ Método Kaizen – Busca una mejora continua de todos aspectos de la organización.
- ❖ Diagrama de afinidad – Juntar ideas o asuntos para organizar y resumir agrupando las ideas afines.

Herramientas y Técnicas de gestión de calidad

Benchmarking

Se debe iniciar identificando las áreas funcionales que se desea comparar, con el objetivo de identificar los factores claves de éxito y asociarlos a indicadores de gestión.

En su aplicación se deben seguir los siguientes pasos:

1. Realizar inicialmente, una recogida de datos.
2. Estudiar las diferencias entre los factores de comparación, analizando las desviaciones.
3. En base a los resultados, elaborar un plan de acción y planear su implementación.
4. Realizar un catálogo de medidas a aplicar, las cuales deben ser elaboradas por un grupo de expertos y deben ser estándar para facilitar el intercambio de experiencia.

Toma de decisiones

Las empresas en cada momento están tomando decisiones para poder avanzar en el camino de tener éxito.

Según Kast (1979) menciona que la toma de decisiones es fundamental para el organismo la conducta de la organización. La toma de decisión suministra los medios para el control y permite la coherencia en los sistemas. (Gutiérrez, 2014)

(Galdos, 2014) Nuestra vida diaria depende de cada decisión. Pero, el éxito o fracaso de una persona o hasta de una empresa depende de decisiones aún más importantes.

De tal forma el estratega (Chiavenato, 2013) señala que la toma de decisiones es proceso de análisis y escogencia entre diversas alternativas, para determinar un curso a seguir. Seguido de (García, 2015) Define la toma de decisiones como la forma de encontrar una conducta adecuada para resolver una situación problemática en la que intervienen sucesos inciertos que representan una amenaza real.

Según los aportes de (Druker, 2001) Señala que la toma de decisiones no está limitada a los niveles más altos. Para que sea posible la toma de decisiones a otro nivel es necesario delegar autoridad, llevando a una Descentralización en la medida que las organizaciones tienden a este criterio es necesario capacitar al personal en la toma de decisiones. Mientras que (Freeman, 2009) Señala que la toma de las decisiones es la mejor elección de la mejor alternativa con el fin de alcanzar unos objetivos, basándose en la probabilidad.

Importancia de la Toma de Decisiones

(Uriarte, 2019) La toma de decisiones constituye un factor muy importante dentro del mundo empresarial, ya que estas implican, en rasgos generales, tener que elegir un camino entre distintas alternativas, como modo de resolución de los problemas o de mejora continua. La toma de decisiones implica una alta responsabilidad para los administradores de organizaciones y empresas, sean estas pequeñas, medianas o grandes. Son ellas mismas el motor de los negocios. Una buena decisión redundará en mayores ganancias o beneficios.

Características de la Toma de Decisiones

Para (Uriarte, 2019) señala lo más relevante a la toma de decisiones:

Periodicidad

Se indica con qué frecuencia se toma una decisión. Será de una decisión de alto nivel cuando se hace referencia a una decisión excepcional, mientras que las decisiones regulares que se toman normalmente son decisiones de bajo nivel.

Impacto

Una decisión tomada a un nivel bajo afectará pocas actividades o áreas, en cambio cuando se la toma a un nivel alto resultará más trascendente.

Reversibilidad

De acuerdo con la capacidad de reversibilidad, la decisión se tomará a un nivel bajo o alto: si revertir es fácil, será bajo, en cambio si implica una reestructuración muy importante, será alto.

Calidad

Las decisiones se toman de acuerdo con la cantidad y, más aún, calidad de los factores involucrados -asuntos legales, éticos, imagen de la empresa, etcétera- y esto determinará el nivel de decisión (alto o bajo).

Efectos futuros

Las decisiones cuya influencia perdura en el largo plazo, se consideran una decisión de alto nivel, mientras que aquellas destinadas al corto plazo son decisiones de nivel bajo.

Tipos de decisiones

Se señala que no siempre todas las decisiones tienen la misma importancia ni producen las mismas consecuencias. Obviamente, no es lo mismo localizar una nueva planta de producción, contratar a un nuevo empleado o clasificar los artículos en un inventario. Siguiendo a Claver et al. (2000) y Menguzzato y Renau (1995). Estas clasificaciones se presentan de esta manera:

Tres tipos de decisiones que dependen de la posición jerárquica del decisor. Estas decisiones son: estratégicas o de planificación, tácticas o de pilotaje y operacionales o de regulación. Sus principales características son:

1. Decisiones estratégicas o de planificación.

- Están constituido por los decisores son los altos directivos.
- Donde remiten a la selección de fines, objetivos generales y planes a largo plazo.
- La importante información debe ser oportuna y de calidad.

2. Decisiones tácticas o de pilotaje.

- a) Los decisores son los directivos intermedios.
- b) Es la puesta en práctica de las decisiones estratégicas.
- c) Son útiles para repartir eficientemente los recursos limitados.

3. Decisiones operacionales o de regulación.

- Los decisores son los ejecutivos más inferiores: supervisores y gerentes.
- Se refieren a las actividades funcionales y rutinarias, al día a día.

Las cuales se realiza dependiendo del procedimiento utilizado para elegir la alternativa final (Simón, 1977). Las diferentes decisiones son:

2. Decisiones programadas.

- Se define un procedimiento o criterio de forma que estas decisiones no tengan que tratarse de nuevo cada vez que surjan. Hacen frente a los problemas estructurados, bien definidos y rutinarios.
- Su resolución se realiza utilizando hábitos, costumbres, procedimientos estandarizados, heurísticos y/o simulación.

3. Decisiones no programadas

- Son decisiones nuevas, no estructuradas e inusualmente importantes.
- No hay métodos preestablecidos para tratar estos sucesos inesperados.

Finalmente, distinguiendo entre decisiones estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas

(Keen y Scoot Morton, 1978).

✓ Decisiones estructuradas

Son las decisiones programadas las cuales abarcan:

- Las tres fases principales (inteligencia, diseño y elección) son estructuradas.
- Se usan métodos matemáticos y reglas de decisión en todas las fases.

✓ Decisiones semiestructuradas.

- Imposibilidad de usar métodos en la fase de inteligencia e incluso en la de diseño y selección.

✓ Decisiones no estructuradas

Tales como no programadas:

Donde no se pueden utilizar métodos matemáticos o reglas de ningún tipo.

Estrategias de decisiones

Están presentes porque ayudan a escoger la mejor opción dentro de las opciones disponibles a la hora de decidir teniendo en cuenta ese grado de incertidumbre o posibilidad de equivocarse. (Ruiz M. L., 2018)

1. Modelo Maximin (o de Wald)

Comprende las valoraciones mas bajas, de tal modo si las valoraciones más bajas serían 1 para la solución A, 2 para la B y 3 para la C. Así, dentro de este rango escogeríamos la C, ya que es la solución mas alta. Por el hecho que escoger a través de este modelo no nos asegura que decidamos correctamente al 100%.

2. Modelo Maximax

Dispone a trabajar con los datos o soluciones que mayor puntuación han obtenido.

Ya que si en nuestro cuadro de datos la solución A ha obtenido 8 puntos, y en cambio la B tiene 10 puntos, y la C 9 puntos, según el modelo Maximam, escogeríamos como la mejor solución la B, ya que su puntuación es la más alta, la decisión es razonable.

3. Valorar la situación global

Siempre se busca la forma que se reduzca al máximo posible el grado de incertidumbre del que habláblamos, podemos valorar la situación en toda su globalidad, de forma general.

4. Generar alternativas en paralelo

En la empresa que planteamos se centra en tener un plan B incluso un plan C por si el plan A fallará; es decir, por un lado, lógicamente deberemos apostar fuertemente por el plan A, por nuestra decisión, y confiar en que funcionará. Siempre habrá variables, por muy mínimas que sean ya sea de la propia organización, de los trabajadores, de los competidores.

Las 7ps del marketing de servicios

Según (Garibay, 2017) señala

People. se refiere lógicamente al consumidor y todo lo relacionado a su atención, pero destaca tratarlo no como alguien de quien la marca desea obtener un beneficio, sino como un individuo con necesidades particulares.

Product. este apartado es que el profesional de mercadotecnia debe tener siempre en mente que el producto debe alinearse perfectamente a las necesidades del target definido en las estrategias.

Place. Referente es lo que se oferta un producto o servicio es fundamental para el éxito que tendrá en el mercado; actualmente no sólo se debe considerar el punto de contacto físico, sino el virtual y su perfecta coordinación con lo que la marca quiere proyectar al consumer.

Price. es resultado de una infinidad de estudios y cálculos hechos por especialistas, al menos es lo que el mercadólogo debe recordar.

Promotion. Una marca y su estrategia están obligados a conocer a detalle al consumidor para promover el producto o servicio en el medio adecuado, a la hora y en el lugar correcto, a esto se refiere esta P del marketing.

Process. Convertir procesos en acciones es una de las labores fundamentales para el mercadólogo. Aunque es complejo, se trata de un punto básico a cubrir y tener en mente como una base de la profesión.

Position. Finalmente el posicionamiento de la compañía, producto o cualquiera que sea el punto bajo una estrategia de position debe ser claro y bien definido o enfrentarse al fracaso.

MYPE (MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA)

Actualmente, la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican

El Artículo 4° de la Ley MYPE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa, a la letra dice:

Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO UNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (**Dec. Leg. N° 1086**)

En el Perú, las estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (**MTPE**), referidas a las micro y pequeñas empresas, muestran que la participación de las MYPES en el PBI ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú (MTPE, 2007) y el 80.96% de la población económicamente activa (MTPE, 2015)

Cabe señalar que, la Ley PYMES N.º 30056 decretada por el congreso de la república (2013), entra en vigor el de julio del 2013, Ley que modifica las mismas para facilitar y promover la inversión; además, impulsa el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Asimismo, en el artículo 4 se menciona a la micro y pequeña empresa como la unidad económica compuesta por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, ceñida en la legislación

Cuadro N°1: Ventas Anuales

LEY N° 30056		
Categoría Empresarial	Ventas Anuales en UIT (2018)	Ventas Anuales en S/.
Microempresa	Hasta 150 UIT	S/. 622.500
Pequeña Empresa	Superior a 150 UIT hasta 1.700 UIT	Superior a S/. 622.500 hasta S/. 7 055.000
Mediana Empresa	Superior a 1.700 UIT hasta 2.300 UIT	Superior a S/. 7 055.000 hasta S/. 9 545.000

Fuente: Ley N°30056 promulgada por el congreso de la república (2013)

Características

Es importante resaltar que, la microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. Las características que debe reunir una MYPE son las siguientes:

"El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro

de Economía y Finanzas cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período.

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

Por otro lado se consideran como características generales en cuanto al comercio y administración de las MYPES las siguientes:

- ❖ Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.
- ❖ Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.
- ❖ Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.
- ❖ Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.
- ❖ Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable.
- ❖ Disponen de limitados recursos financieros.
- ❖ Tienen un acceso reducido a la tecnología.

Importancia de las MYPES

Si bien las MYPES representan un papel muy importante en la economía, el terreno donde se desarrollan todavía es muy frágil, pues se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial de estas empresas (Barba-Sánchez Jiménez-Sarzo & Martínez-Ruiz, 2007) Asimismo, de este 25%, solamente el 3% ha llevado a cabo proyectos emprendedores, como el desarrollo de nuevos productos o el ingreso a nuevos mercados (Serida Borda Nakamatsu Morales & Yamakawa, 2005) Las MYPE son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI).

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

Formalización y constitución

El Estado fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior, se debe pues propiciar el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen una MYPE, eliminando pues todo trámite tedioso.

Elige ser persona natural o jurídica:

(Okpara y Wynn, 2007) Afirman que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un

empresario de la micro o pequeña empresa crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra. Además, sus ventas se incrementan, y logra con esto mayores beneficios, lo cual contribuye, en mayor medida, a la formación del producto bruto interno (Okpara y Wynn, 2007).

Modelos para el Desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas

Según el autor (Perren, 1999) señala que la mayoría de los estudios tienen a centrarse en la contribución de las empresas grandes y consolidadas más que en las de los pequeños negocios. De acuerdo con (Perren, 1999) son cuatro los factores que influyen en el desempeño de los empresarios de las microempresas: (a) el desarrollo, (b) la motivación por el crecimiento, (c) las habilidades gerenciales para lograr dicho crecimiento, y (d) el acceso a los recursos y la demanda de mercado.

2.3. Marco Conceptual

Concepto

Servicio

Los Servicios según Stanton, Etzel y Walker, definen los servicios como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades. (ortega, 2014)

Por otro lado (Duarte, 2015) las corrientes más importantes apuntan por la diferencia entre lo que los clientes esperan y lo que reciben, y otros se establecen que este parámetro de medición no es el más adecuado y que hay otros. El problema principal es el determinar de qué manera se puede medir la calidad del servicio.

Gestión de Calidad

Siguiendo con el autor (Crosby, 2009) expone que la calidad pasa a ser un modelo de gestión empresarial, una filosofía, una cultura que persigue la satisfacción de las necesidades del cliente a través de la mejora continua.

Toma de Decisiones

Idalberto Chiavenato (2007): La toma de decisiones es el proceso de análisis y escogencia entre diversas alternativas, para determinar un curso a seguir.

Benchmarking

Esta técnica se fundamenta en la búsqueda de las mejores prácticas, aplicadas en otras organizaciones o en áreas de la propia organización que realiza el estudio, para identificar los elementos que podemos aplicar, Cómo se aplica El proceso de benchmarking, se debe iniciar identificando las áreas funcionales que se desea comparar, con el objetivo de identificar los factores claves de éxito y asociarlos a indicadores de gestión.

Servicio: Es una actividad directa o indirecta que no produce un producto físico, es decir, es una parte inmaterial de la transacción entre el consumidor y el proveedor. Puede entenderse al servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal. (Berry, L. Bennet, c y Brown, C, 1989)|

Calidad

La calidad depende de cómo el cliente le aprecie, porque es el quien recibe el servicio. Como lo dice Tom Peters, (1987) “el cliente percibe el servicio bajo sus propias condiciones. Es el cliente quien paga la tarifa o no le paga por una razón o serie de razones que él o ella determinan. La calidad está constituida por una responsabilidad

cooperativa, donde están implicados todos los puestos de trabajo, además de cada uno de los aspectos y procesos que la actividad de la empresa incorpora.

Calidad de servicio

Berry, Bennet y Brown (1989) Un servicio de calidad es justarse a las especificaciones del cliente, es tanto realidad como percepción, es como el cliente percibe lo que ocurre basándose en sus expectativas de servicio.

Los restaurantes

Para el rubro de los restaurantes se considera con gran entusiasmo el grupo de tales que se incrementó en 3,28% en diciembre del año pasado por la mayor demanda registrada en establecimientos dedicados a la venta comidas rápidas, comida criolla, restaurantes, heladerías y cevicheras. (Inei, 2018) Se señala que dentro del crecimiento económico se encuentran las actividades de servicio de comidas se reportó un avance de 6,74% en diciembre de 2018 impulsadas por el rubro de concesionarios de alimentos ante la renovación y ampliación de contratos de servicios de alimentación

Características

La categorización de restaurantes depende de cada país, pues cada uno se somete a estándares de calidad y obedecen a políticas nacionales de competitividad turística que dependen de las regulaciones y legislaciones de cada gobierno. (Lloret, 2015)

Importancia

Los restaurantes son atractivos turísticos que se deben impulsar en calidad y fama por lo que el Perú ha logrado mucho en cuanto a fomento de su gastronomía, con magníficos efectos sobre el turismo. (vallartaopina.net, 2016)

Por otro lado describe al público qué tipo de establecimiento es: la comida, el servicio y la atmósfera que ofrece. El concepto busca delinear la manera e que el público

percibirá tu negocio, dándoles una idea de lo que deben esperar al ir a comer allí.
(Capetillo, 2014)

Categorías

Según (eloyrodriguez.com, 2014)

Restaurante de lujo (5 tenedores)

Las condiciones mínimas que tiene que reunir un restaurante de lujo son las siguientes:

- Vestíbulo o sala de espera, en el cual podrá instalarse un bar
- Teléfono con cabina aislada y teléfono inalámbrico
- Aire acondicionado
- Ascensor en el caso de tener una planta superior
- Servicios sanitarios independientes, con instalaciones de lujo, para señoras y caballeros, con agua caliente y fría en los lavabos
- Conocimiento de los idiomas inglés y francés del primer jefe de sala
- Amplia carta con platos de cocina nacional e internacional
- Cocina equipada con almacén, bodega con cámara frigorífica, despensa, batería de primera calidad, oficina, hornos, gratinador, cuarto frío con cámaras y parrilla para pescados y carnes, fregaderos, extractores de humos y de olores.

Restaurante de primera (4 tenedores)

- Las condiciones mínimas que tiene que reunir un restaurante de primera son muy parecidas a las del restaurante de lujo.
- Entrada de los clientes independiente a la del personal
- Teléfono con cabina aislada y teléfono inalámbrico
- Aire acondicionado

- Ascensor en el caso de tener una tercera planta
- Conocimiento de los idiomas inglés y francés del primer jefe de sala

Restaurante de segunda (3 tenedores)

- Entrada de los clientes independiente a la utilizada por los proveedores en horario de atención al público
- Teléfono
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad
- Aseos para el personal de servicio
- Muebles, mantelería, cubertería, vajilla y cristalería de calidad
- Cocina con cámara frigorífica, despensa, batería de calidad, oficina, hornos, fregadero, bodega y extractores de humos
- Conocimiento de los idiomas inglés y francés del primer jefe de sala

Restaurante de tercera (2 tenedores)

- Comedor con superficie adecuada a su capacidad
- Mobiliario apropiado
- Cubertería inoxidable, vajilla de loza o vidrio, cristalería sencilla y en buen estado de conservación, mantelería con servilletas de tela o papel
- Personal de servicio al menos con chaqueta blanca
- Carta sencilla, aunque sencilla, con variedad de platos

Restaurante de cuarta (1 tenedor)

- Comedor independiente de la cocina
- Cubertería inoxidable, vajilla de loza o vidrio irrompible, cristalería sencilla y en buen estado de conservación, servilletas de tela o papel
- Servicios sanitarios decorosos

- Personal perfectamente aseado
- Carta sencilla, aunque sencilla, con variedad de platos

Gastronomía

Influye a crear, transformar, evolucionar, preservar y salvaguardar las actividades, el consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad. (Montecinos, 2017)

Según (Lloret, 2015) cita a (Morfin, 2004, pág. 15) donde señala que en América Latina la introducción de los establecimientos gastronómicos surge en la época republicana, cada país cuenta con una oferta gastronómica propia, nacida de sus productos, su tradición y sus orígenes culturales, de una mezcla de elementos étnicos, culturales y sociales que caracterizan nuestro continente.

Tipos de menú

La relación o conjunto cerrado de platos que un establecimiento ofrece al cliente conforman el menú, el cual recibe distintos nombres dependiendo de su calidad, ingredientes, precio, intención, destinatarios y lugar de servicio. (Amantel, 2018)

- Menú del día o de la casa.
- Menú degustación.
- Menú fijo.
- Menú concertado.
- Menú cerrado.
- Menú gastronómico.
- Menú ejecutivo.
- Menú para niños.

III. METODOLOGIA

3.1. Diseño de la Investigación

El tipo de investigación fue de enfoque cuantitativo, porque en el procesamiento recojo y análisis datos se utilizó la estadística para determinar la data para los posibles resultados de la investigación que responderán a las Micro y pequeñas Empresas de los restaurantes de la AV. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos.

La presente investigación fue de nivel descriptivo, porque únicamente se buscó medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refiere. Como la investigación estadística, describe datos con el fin de llegar a conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la enumeración exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

El nivel de investigación fue descriptivo porque busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se somete a un análisis. Hernández (2003) El nivel será descriptivo porque enumera, clasifica, señala las propiedades, por lo tanto la presente investigación al reunir dichas características, se clasifica como descriptiva.

Con respecto al diseño fue una investigación no experimental, porque se observó los fenómenos tal y como se dieron en el contexto natural.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. También fue de corte transversal porque que se medirá la prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento temporal; es decir,

permitió estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado, Es de corte transversal porque los datos se han recogido en un periodo específico.

Según Pérez y Fernández (2010) señalan que la investigación fue de corte transversal, porque se recolecto datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

3.2.Población y Muestra

a). Población

La población comprende todos los restaurantes de la AV. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento de Piura, 2018. Las cuales consto de las unidades económicas en estudio las cuales son 20 restaurantes; por ser una población pequeña de acuerdo a las variables analizadas se tiene la variable gestión de calidad y toma de decisiones.

Según (Chávez, 2007)se refiere a la población a ser estudiada como el universo de la investigación, sobre el cual se busca extender los resultados, clasificando las poblaciones como finitas e infinitas de acuerdo a la cantidad de personas que integren la investigación.

b). Muestra

La muestra fue no probabilístico por ser una población de 20 Micro y pequeñas empresas en estudio.La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. La muestra se determinó por el método del muestreo no probabilístico porque fue elegido por el investigador con la finalidad de tener certeros sobre el tema de estudio; (Arias, 2006). Cuya muestra fue dirigida a 20 Micro y

Pequeñas Empresas del sector servicios- rubro restaurantes de la av. Cayetano Heredia
del distrito de Catacaos, departamento de Piura, 2018

3.3. Definición y Operacionalización de Variables

VARIABLE		Definición profesional			Técnica	Escala de medición
Denominación	Definición	Denominación	Definición	Indicador		
Toma de decisiones	Nuestra vida diaria depende de cada decisión. Pero, el éxito o fracaso de una persona o hasta de una empresa depende de decisiones aún más importantes. (Galdos, 2014)	Planear	La toma de decisiones es sólo un paso de la planeación ya que forma la parte esencial	Plan estratégico	Encuesta	Likert
		Alternativas	la selección de un curso de acciones entre alternativas	Metas		
		Seleccionar	Mediante la decisión es se puede identificar y seleccionar un curso de acción,	Compromiso		
		Organizar	La organización es considerada como un sistema de decisiones	Corregir		
				Actividades		
				Alternativas		
				Verificación		
				Racional		
Gestión de calidad	Conceptualiza la calidad como una forma orientada al ingreso; aquellas características de un producto que sean capaces de satisfacer las necesidades del consumidor y aumentar los ingresos comerciales. De aquí surge su afirmación: una mejor calidad cuesta más dinero. Joseph Juran (2008)	Planificación de calidad	Se identifican a los clientes, sean internos como externos	ventaja	Encuesta	Likert
		Control de calidad	Se va a controlar, establecer las unidades de medición para evaluar la información de manera objetiva.	Servicios		
		Mejoras de calidad	Se tiene que probar que la mejora es necesaria, identificar proyectos específicos de la mejora.	Eficiencia		
				Planes		
				Innovación constante		
				Tecnología en la empresa		
				Beneficios		
				Ingresos		

3.4. Técnica e Instrumento de recolección de datos

Técnica

La técnica que se empleó en la presente investigación fue la técnica de la encuesta porque son procedimientos, reglas, normas que tiene como objetivo un resultado determinado y efectivo, ya sea en el campo de la información.

Dentro de las técnicas de investigación se enfocó en el sector servicios, rubro restaurantes de la av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento de Piura, 2018 las cuales constituyeron el conjunto de reglas y pautas que guían las actividades que realizan los investigadores en cada una de las etapas de la investigación científica.

Las técnicas como herramientas procedimentales y estratégicas suponen un previo conocimiento en cuanto a su utilidad y aplicación; de tal manera que seleccionarlas y elegir las resulte una tarea fácil para el investigador; resolviendo los problemas metodológicos concretos, de comprobación o desaprobación de una hipótesis **(Carrasco, 2014)**

Dentro de las técnicas se aplicó la encuesta, la que buscó recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modificó el entorno ni controló el proceso que fue observado. Realizada de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Instrumento

El Instrumento fue el cuestionario de preguntas, porque cumple un rol importante en la recopilación de datos, y se aplicaron según la naturaleza y características del problema y la intencionalidad del objetivo de investigación.

El cuestionario para sector servicios- rubro restaurantes de la av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento de Piura, 2018, se obtuvieron a partir de la Operacionalización de las variables, utilizaron un listado de preguntas escritas que se entregaron a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

El instrumento de investigación cumplió un rol importante en la recogida de datos, y se aplicaron según la naturaleza y características del problema y la intencionalidad del objetivo de investigación. El instrumento que se utilizó en la presente investigación fue: El Cuestionario es una modalidad de la técnica de encuesta, que consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas, en una cédula que están relacionadas a la hipótesis de trabajo y por ende a las variables e indicadores de investigación. Su finalidad es recopilar información para verificar el logro de objetivos. Ñaupás, (2013) pag 173

3.5. Plan de Análisis

Una vez recopilados los datos, se tabularon y graficaron ordenándolos de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Utilizaron la estadística descriptiva, se calcularon las frecuencias y porcentajes, se empleó el programa Excel y el SPSS versión 23. Pronto se realizó el análisis y la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recojo de datos (cuestionario) que fue validado con el método juicio del experto.

El análisis de datos fue diseñado para producir los primeros resultados de una encuesta unas pocas semanas después de terminado el trabajo de campo. Esto contiene información que le ayudará a llevar a cabo la planeación y el trabajo preliminar de preparación para hacer realidad esta meta (**Valderrama, 2014**)

En esta etapa de la investigación se utilizó el programa Estadístico SPSS Versión 23 con la finalidad de clasificar, ordenar y codificar los datos y la tabulación, presentación de datos en tablas y figuras del estudio de investigación. Asimismo, su consiguiente análisis e interpretación de los resultados que se obtuvo.

3.6. Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e instrumento
<p>General: ¿Cuáles son las mejoras de la toma de decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018?</p>	<p>General: Proponer las mejoras de la toma de decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios.</p> <p>Específicos: (a) Identificar los Factores relevantes de la Toma de Decisiones para la mejora de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018. (b) Describir los Factores Relevantes de la Toma de Decisiones para la mejora de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del</p>	<p>Gestión de Calidad</p> <p>Toma de Decisiones</p>	<p>Población: La población estuvo conformada por 20 representantes de restaurantes del distrito de Catacaos N=20</p> <p>Muestra El tamaño de la muestra se halla por el muestreo no probabilístico intencional; porque la población es pequeña</p>	<p>El tipo de investigación fue de enfoque cuantitativo.</p> <p>Nivel: El nivel de investigación fue descriptivo; porque la recolección de datos se realizará en la realidad natural, sin manipular ninguna variable (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).</p> <p>Diseño: El diseño fue descriptivo no</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento : Cuestionario</p>

	<p>distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018. (c)Elaborar la propuesta de mejora de la Toma de Decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018</p>		<p>n =20 por lo tanto es 20 MYPES de restaurante.</p>	<p>experimental y transversal.</p>	
--	---	--	---	------------------------------------	--

3.7.Principios Éticos

La investigación se realizó con transparencia en la recolección de datos de la población en estudio, autenticidad en la recolección de datos, énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos, así mismo se realizó confidencialidad en las respuestas a las encuestas aplicadas, honestidad al momento de realizar el análisis, veracidad de los resultados y respeto por los derechos de autor, citas según normas APA. (www.uladech.edu.pe, 2019)

El presente estudio fue evaluado y revisado por el comité de ética de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Por ello la presente investigación se tuvo en cuenta el código de ética versión 001 en todo el trabajo de estudio:

- Protección a las personas. - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.
- En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad. (www.uladech.edu.pe, 2019)

- Beneficencia y no maleficencia.- Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios. (www.uladech.edu.pe, 2019)
- Justicia.- El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación. (www.uladech.edu.pe, 2019)
- Integridad científica.- La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

- Datos generales de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas

Tabla 1: Distribución según Edad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
20-30	5	25%
31-50	10	50%
51-a más años	5	25%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

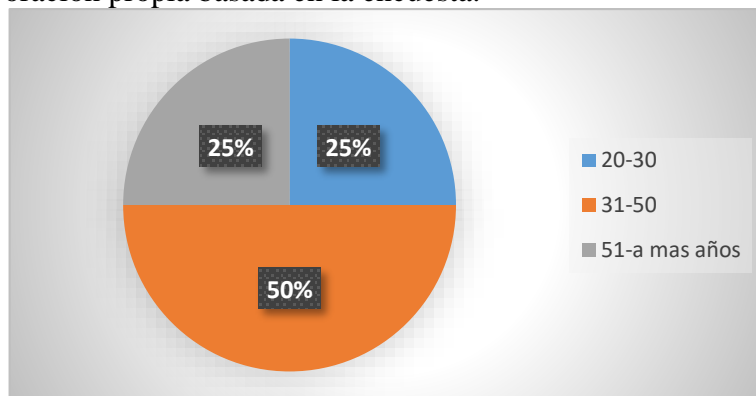


Figura 1: Distribución según edad Fuente:

Tabla 1

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018, se observa que del 100% de los encuestados, el 25% tienen entre 20 a 30 años de edad, mientras que el 50% de los representantes legales su edad

oscila entre 31 a 50 años, además el 25% de los representantes legales es de 51 a más años.

Tabla 2: Distribución según Género

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Femenino	9	45%
Masculino	11	55%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

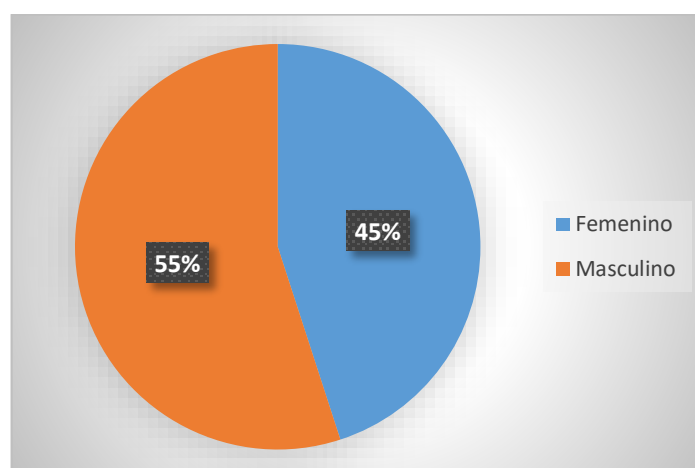


Figura 2: Distribución según género Fuente:

Tabla 2

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018, se observa que del 100% de los encuestados, el 45% son del género femenino, mientras que el 55% son del género masculino.

Tabla 3: Distribución según Grado de instrucción

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Sin instrucción	0	0%
Primaria	5	25%
Secundaria	7	35%
Superior no universitaria	3	15%
Superior universitaria	5	25%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

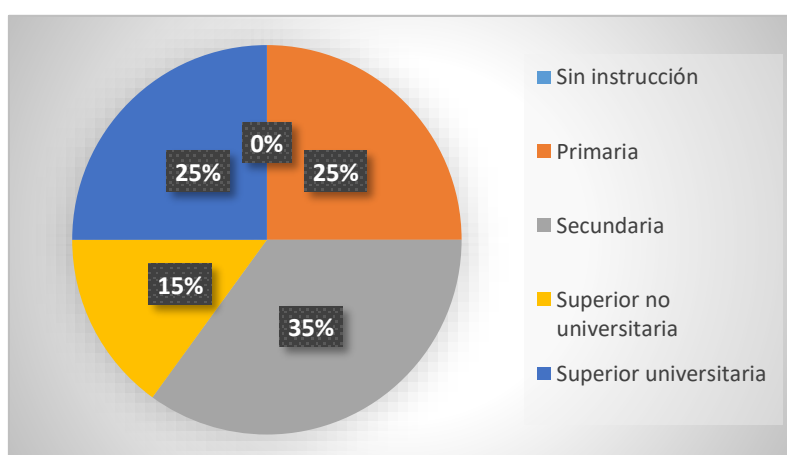


Figura 3: Distribución según grado de instrucción

Fuente: Tabla 3

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, se observa que del 100% de los encuestados, el 25% tienen grado de instrucción primaria, mientras que el 35% tienen grado de instrucción secundaria,

mientras que el 15% tienen grado de instrucción superior no universitaria, además el 25% tienen grado de instrucción superior universitaria.

Tabla 4: Distribución según cargo que desempeña

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Dueño	10	25%
Gerente general	5	50%
Administrador	5	25%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

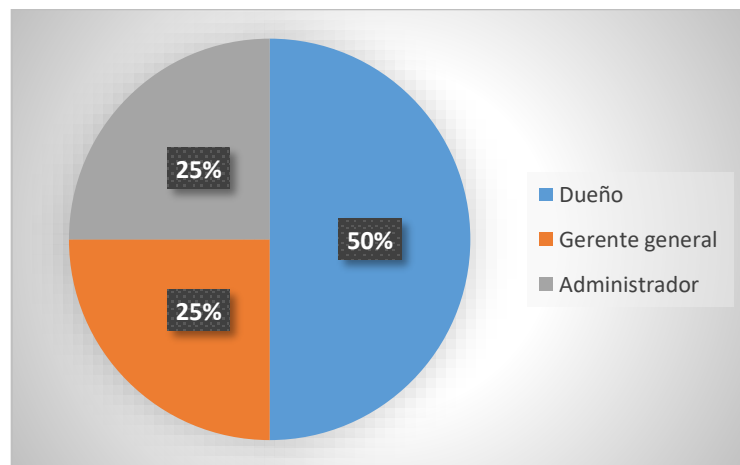


Figura 4: Distribución según cargo que desempeña

Fuente: Tabla 4

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Micro y pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, se observa que del 100% de los encuestados, el 50% son dueños, mientras que el 25% son gerentes generales, además el 25% son administradores.

Tabla 5: Distribución según tiempo que desempeña en el cargo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
0 a 3 años	10	25%
4 a 6 años	5	50%
7 a más años	5	25%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

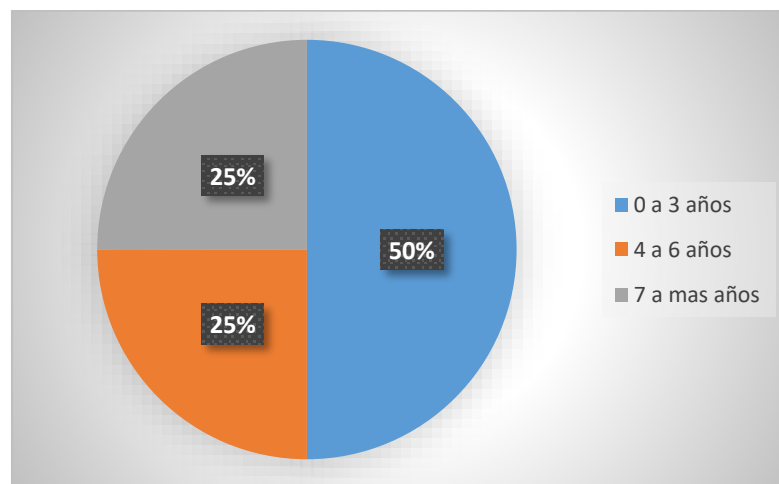


Figura 5: Distribución según tiempo que desempeña en el cargo

Fuente: Tabla 5

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, se observa que del 100% de los encuestados, el 50% desempeñan el cargo entre 0 a 3 años, mientras que el 25% desempeñan entre 4 a 6 años, además el 25% desempeñan entre 7 a más años.

- **Datos Referente a las Micro y Pequeñas Empresas**

Tabla 6: Distribución según tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
0 a 3	5	25%
4 a 6 años	10	50%
7 a más años	5	25%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

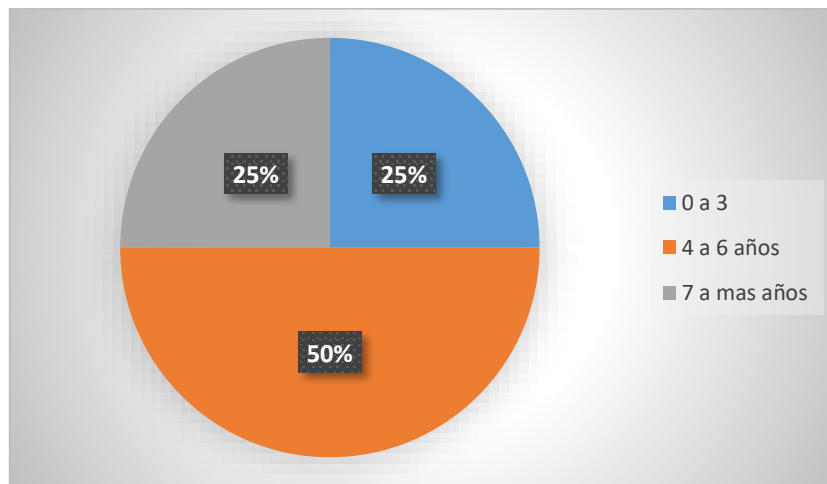


Figura 6: Distribución según tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Fuente: Tabla 6

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, se observa que del 100% de los encuestados, el 25% tienen entre 0 a 3 años de permanencia de la empresa en el rubro, mientras que el 50% tienen entre 4 a 6 años, además el 25% tienen entre 7 a más años de pertenencia de la empresa en el rubro.

Tabla 7: Distribución según número de trabajadores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
1 a 5 trabajadores	15	75%
6 a 10 trabajadores	5	25%
11 a más trabajadores	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

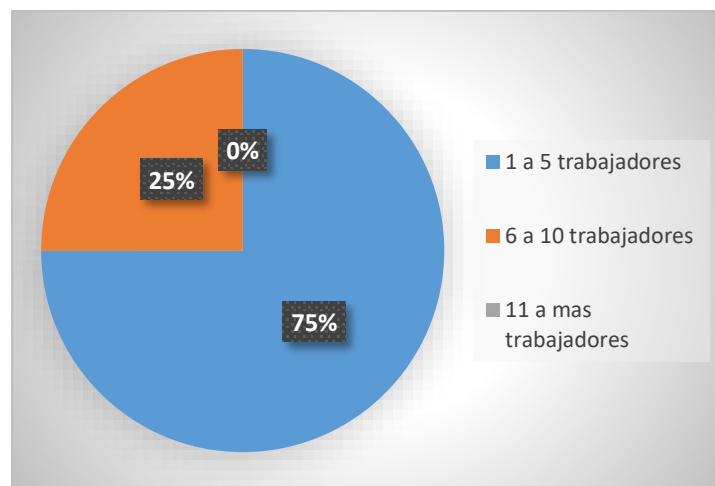


Figura 7: Distribución según número de trabajadores

Fuente: Tabla 7

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, se observa que del 100% de los encuestados, el 75% tienen entre 1 a 5 trabajadores, mientras que el 25% tienen entre 6 a 11 trabajadores

Tabla 8: Distribución según el parentesco con el personal que trabaja

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Familiares	5	25%
Personas o familiares	10	50%
Familiares y personas no familiares	5	25%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

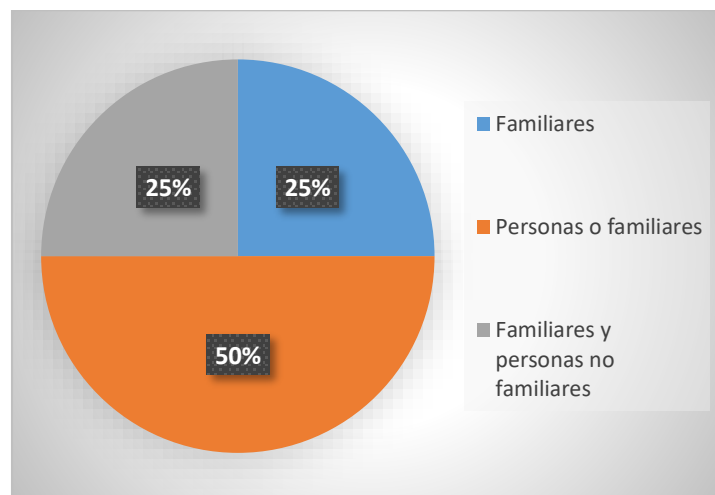


Figura 8: Distribución según el parentesco con el personal que trabaja

Fuente: Tabla 8

Interpretación: Se observa que del 100% de los encuestados, el 25% son familiares, mientras que el 50% son personas o familias, además el 25% son familiares y personas no familiares.

Tabla 9: Distribución según objetivo de creación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Generar ganancias y utilidades	5	25%
Liderar en el mercado	10	50%
Subsistencia	5	25%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

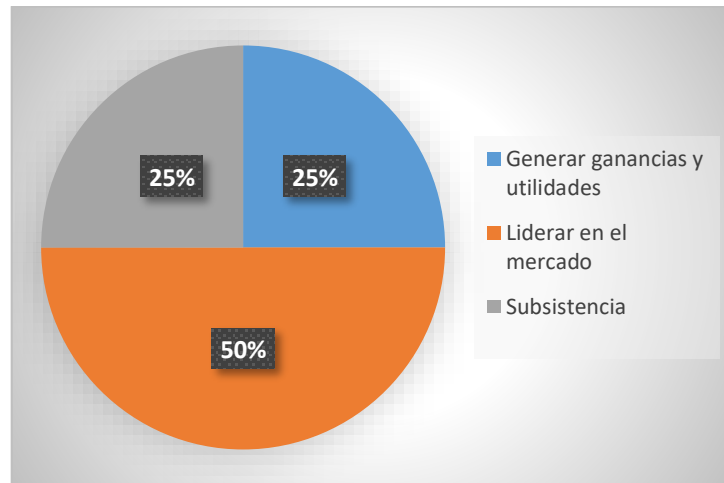


Figura 9: Distribución según objetivo de creación

Fuente: Tabla 9

Interpretación: Según los resultados obtenidos, se observa que del 100% de los encuestados, el 25% el objetivo de creación fue generar ganancias y utilidades, mientras que el 50% fue liderar en el mercado, además el 25% el objetivo de creación fue subsistencia.

Tabla 10: Distribución según tipo de constitución de la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Personal natural	5	25%
Empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L)	10	50%
Sociedad comercial de responsabilidad limitada (S.R.L)	5	25%
Sociedad anónima cerrada (S.A.C)	0	0%
Sociedad anónima (S.A)	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

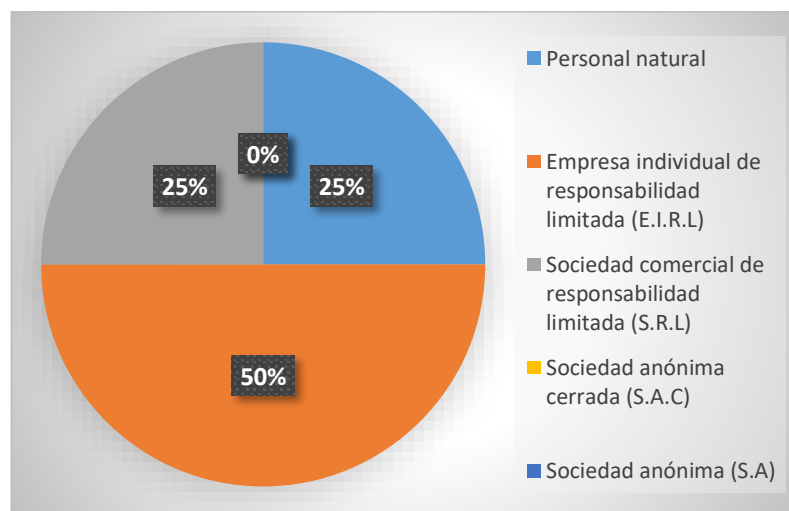


Figura 10: Distribución según tipo de constitución de la empresa

Fuente: Tabla 10

Interpretación: Según los resultados obtenidos, se observa que del 100% de los encuestados, el 25% indicaron ser persona natural, mientras que el 50% indicaron ser empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L), además el 25% indicaron ser sociedad comercial de responsabilidad limitada (S.R.L).

- **Datos referentes a la toma de decisión**

Tabla 11: plan estratégico para cumplir sus objetivos a corto plazo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	8	40%
Casi siempre	5	25%
Algunas veces	5	25%
Muy pocas veces	2	10%
Nunca	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

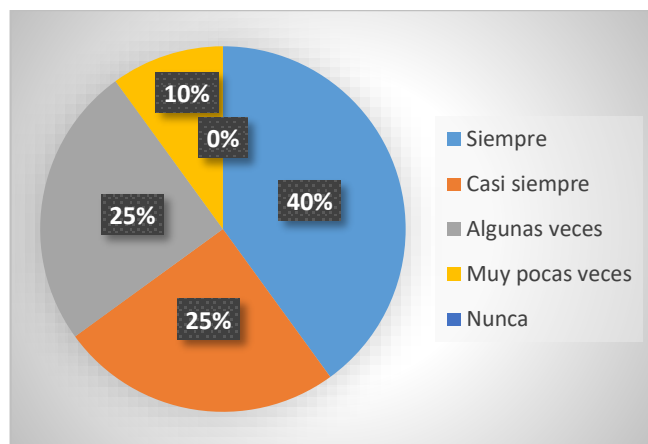


Figura 11: plan estratégico para cumplir sus objetivos a corto plazo

Fuente: Tabla 11

En la tabla 11 podemos apreciar que el 40 % de los propietarios encuestados consideran que la empresa siempre cuenta con un plan estratégico, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 10% muy pocas veces, 0% nunca.

Tabla 12: Está logrando las metas propuestas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	3	15%
Casi siempre	7	35%
Algunas veces	5	25%
Muy pocas veces	5	25%
Nunca	0	0%
Total	20%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

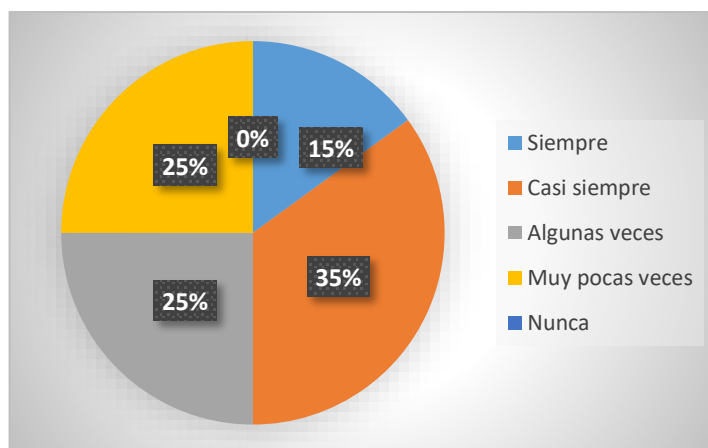


Figura 12: Está logrando las metas propuestas

Fuente: Tabla 12

En la tabla 12 podemos apreciar que el 15 % de los propietarios encuestados consideran que la planificación del restaurante está logrando las metas propuestas ya que respondieron que siempre, en tanto el 35 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 25% muy pocas veces, además 0% nunca.

Tabla 13: Comprometidos con el crecimiento de la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	5	25%
Casi siempre	7	35%
Algunas veces	6	30%
Muy pocas veces	2	10%
Nunca	0	0%
Total	20%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

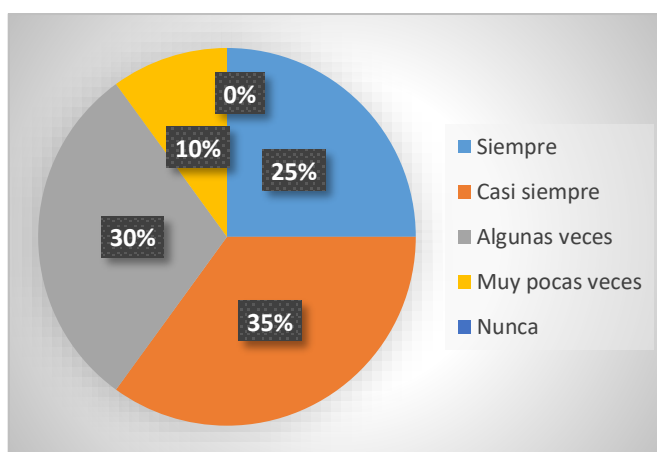


Figura 13: Comprometidos con el crecimiento de la empresa

Fuente: Tabla 13

En la tabla 13 podemos apreciar que el 25 % de los propietarios encuestados consideran que los empleados están comprometidos con el crecimiento de la empresa ya que respondieron que siempre, en tanto el 35 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 30% obtuvo algunas veces, además el 10% muy pocas veces, además 0% nunca.

Tabla 14: Corregir la atención que brinda en su restaurante

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	10	50%
Casi siempre	5	25%
Algunas veces	5	25%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	20%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

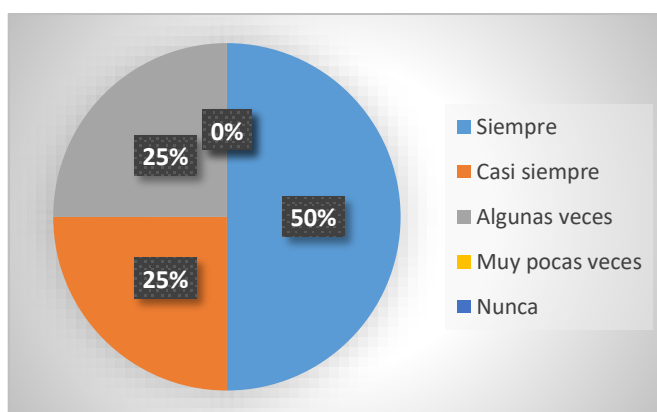


Figura 14: Corregir la atención que brinda en su restaurante

Fuente: Tabla 14

En la tabla 14 podemos apreciar que el 50 % de los propietarios encuestados consideran que deben corregir la atención que brinda en su restaurante, ya que respondieron que siempre, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces.

Tabla 15: Las actividades programadas están dando resultados favorables

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	5	25%
Casi siempre	4	20%
Algunas veces	5	25%
Muy pocas veces	6	30%
Nunca	0	0%
Total	20%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

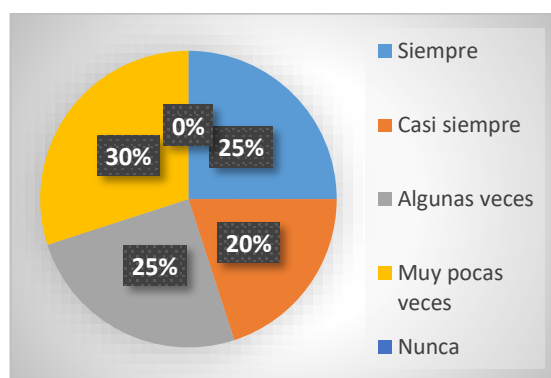


Figura 15: Las actividades programadas están dando resultados favorables

Fuente: Tabla 15

En la tabla 15 podemos apreciar que el 25 % de los propietarios encuestados consideran que las actividades programadas están dando resultados favorables ya que respondieron que siempre, en tanto el 20 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 30% muy pocas veces, además 0% nunca.

Tabla 16: Alternativas de solución cuando se le presenta problemas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	7	35%
Casi siempre	5	25%
Algunas veces	5	25%
Muy pocas veces	3	15%
Nunca	0	0%
Total	20%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

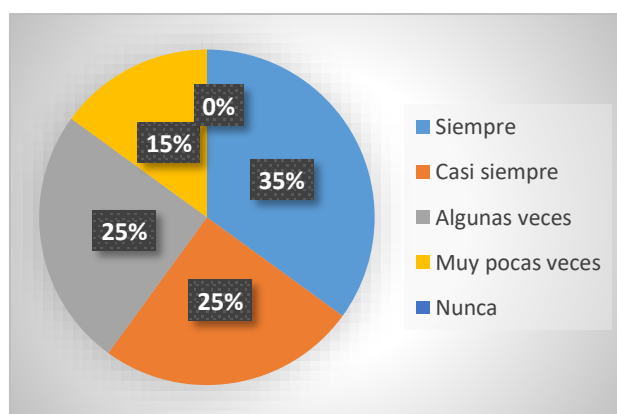


Figura 16: Alternativas de solución cuando se le presenta problemas

Fuente: Tabla 16

En la tabla 16 podemos apreciar que el 35 % de los propietarios encuestados consideran que la empresa busca alternativas de solución cuando se le presenta problemas, ya que respondieron que siempre, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 15% muy pocas veces, además 0% nunca

Tabla 17: Las decisiones que se tomen para mejorar el proceso de ventas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	5	25%
Casi siempre	5	25%
Algunas veces	6	30%
Muy pocas veces	4	20%
Nunca	0	0%
Total	20%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

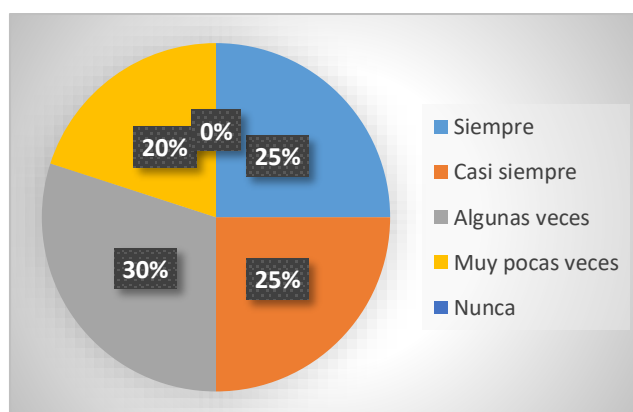


Figura 17: Las decisiones que se tomen para mejorar el proceso de ventas

Fuente: Tabla 17

En la tabla 17 podemos apreciar que el 25 % de los propietarios encuestados consideran que los empleados están pendientes en las decisiones que se tomen para mejorar el proceso de ventas, ya que respondieron que siempre, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 30% obtuvo algunas veces, además el 20% muy pocas veces, además 0% nunca.

Tabla 18: Racional con los beneficios de cada empleado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	10	50%
Casi siempre	5	25%
Algunas veces	5	25%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

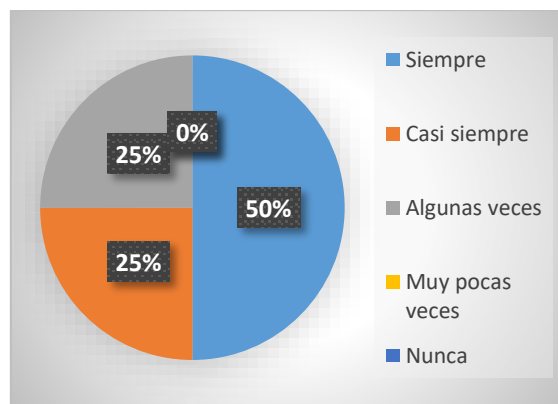


Figura 18: Racional con los beneficios de cada empleado

Fuente: Tabla 18

En la tabla 18 podemos apreciar que el 50 % de los propietarios encuestados consideran que están siendo racionales con los beneficios de cada empleado, ya que respondieron que siempre, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 0% muy pocas veces, además 0% nunca.

- **Datos referentes a la Gestión de Calidad**

Tabla 19: Ofrecer productos de calidad es una ventaja para la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	12	60%
Casi siempre	4	20%
Algunas veces	4	20%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

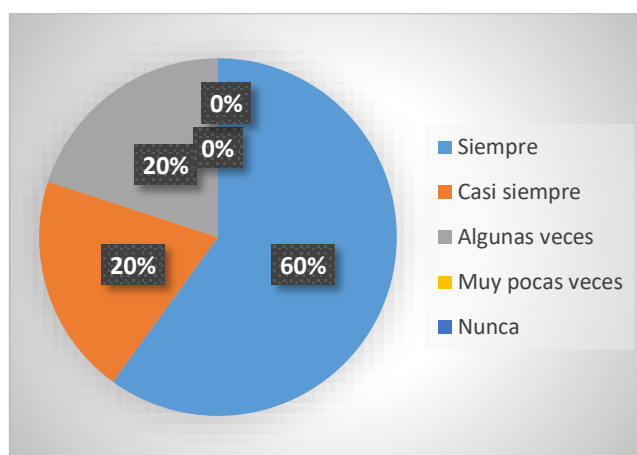


Figura 19: Ofrecer productos de calidad es una ventaja para la empresa

Fuente: Tabla 19

En la tabla 19 podemos apreciar que el 60 % de los propietarios encuestados consideran que ofrecer productos de calidad es una ventaja para la empresa, ya que respondieron que siempre, en tanto el 20 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 20% obtuvo algunas veces, además el 0% muy pocas veces, además 0% nunca.

Tabla 20: La empresa determina estrategias para la mejora de sus productos y servicios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	7	35%
Casi siempre	5	25%
Algunas veces	5	25%
Muy pocas veces	0	15%
Nunca	0	0%
Total	20%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

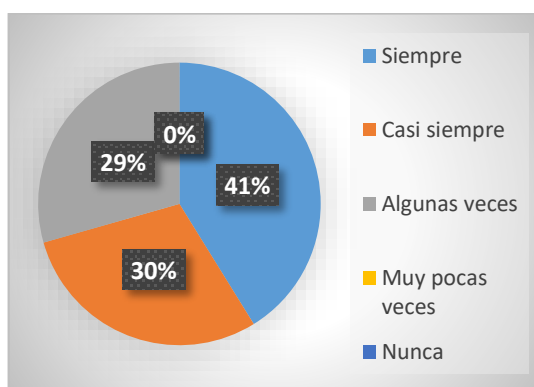


Figura 20: La empresa determina estrategias para la mejora de sus productos y servicios

Fuente: Tabla 20

En la tabla 20 podemos apreciar que el 35 % de los propietarios encuestados consideran que, la empresa determina estrategias para la mejora de sus productos y servicios ya que respondieron que siempre, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 15% muy pocas veces, además 0% nunca.

Tabla 21: Evalúa indicadores de gestión, rentabilidad, liquidez y solvencia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	6	30%
Casi siempre	5	25%
Algunas veces	5	25%
Muy pocas veces	4	20%
Nunca	0	0%
Total	20%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

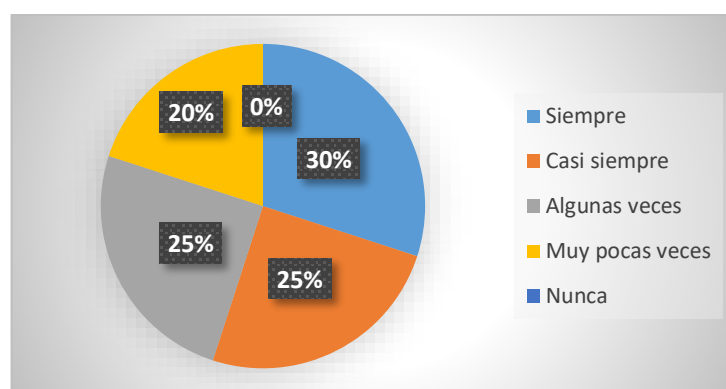


Figura 21: Evalúa indicadores de gestión, rentabilidad, liquidez y solvencia

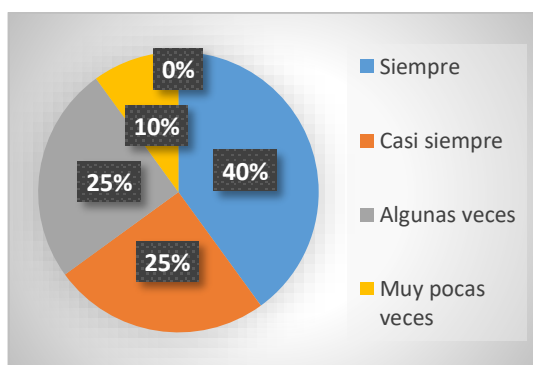
Fuente: Tabla 21

En la tabla 21 podemos apreciar que el 30 % de los propietarios encuestados consideran que evalúan los indicadores de gestión, rentabilidad, liquidez y solvencia, ya que respondieron que siempre, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 20% muy pocas veces, además 0% nunca.

Tablas 22: Los planes para la realización de nuevas proyecciones

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	8	40%
Casi siempre	5	25%
Algunas veces	5	25%
Muy pocas veces	2	10%
Nunca	0	0%
Total	20%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.



Tablas 22: Los planes para la realización de nuevas proyecciones.

Fuente: Tabla 22

En la tabla 22 podemos apreciar que el 40 % de los propietarios encuestados consideran que están conociendo los planes para la realización de nuevas proyecciones, ya que respondieron que siempre, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 10% muy pocas veces, además 0% nunca.

Tabla 23: Innovación en el restaurante será una ventaja competitiva

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	15	75%
Casi siempre	5	25%
Algunas veces	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	20%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

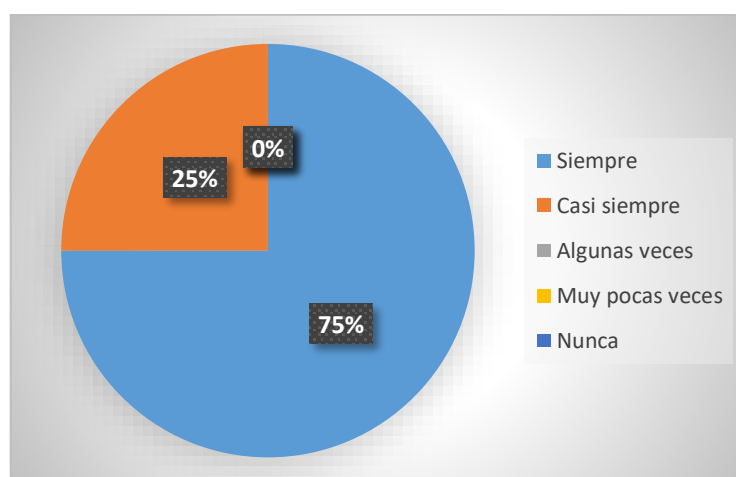


Tabla 23: Innovación en el restaurante será una ventaja competitiva

Fuente: Tabla 23

En la tabla 23 podemos apreciar que el 75 % de los propietarios encuestados consideran que una nueva innovación en el restaurante será una ventaja competitiva, ya que respondieron que siempre, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 0% obtuvo algunas veces, además el 0% muy pocas veces, además 0% nunca.

Tabla 24: Brindar una mejor atención al cliente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	4	20%
Casi siempre	5	25%
Algunas veces	5	25%
Muy pocas veces	6	30%
Nunca	0	0%
Total	20%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

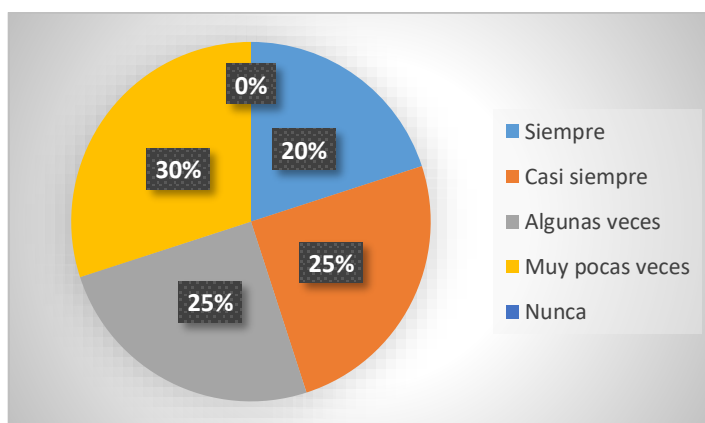


Tabla 24: Brindar una mejor atención al cliente

Fuente: Tabla 24

En la tabla 24 podemos apreciar que el 20 % de los propietarios encuestados consideran que la empresa Capacita a sus empleados referente a la Toma de decisiones y la gestión de calidad para brindar una mejor atención al cliente, ya que respondieron que siempre, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 30% muy pocas veces, además 0% nunca.

Tabla 25: Establece un plan de mejora continua, retrocediendo en los procesos para mejorar la atención al Cliente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	8	40%
Casi siempre	5	25%
Algunas veces	5	25%
Muy pocas veces	2	10%
Nunca	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

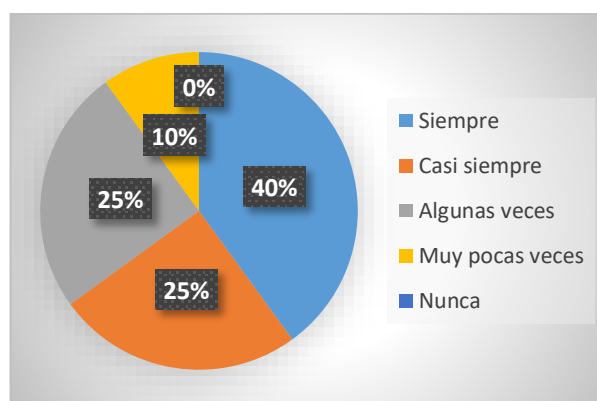


Figura 25: Establece un plan de mejora continua, retrocediendo en los procesos para mejorar la atención al Cliente

Fuente: Tabla 25

En la tabla 25 podemos apreciar que el 40 % de los propietarios encuestados consideran que establece un plan de mejora continua, retrocediendo en los procesos para mejorar la atención al Cliente, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 10% muy pocas veces, además 0% nunca.

Tablas 26: La empresa reconoce los Logros y metas de sus trabajadores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Siempre	4	20%
Casi siempre	4	20%
Algunas veces	4	20%
Muy pocas veces	8	40%
Nunca	0	0%
Total	20%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

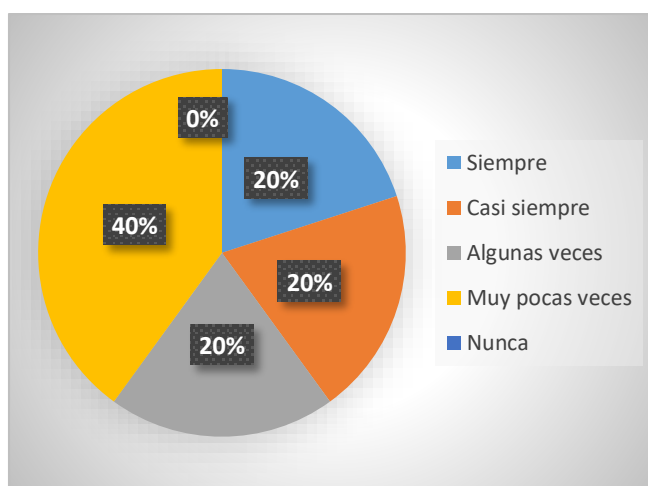


Figura 26: La empresa reconoce los Logros y metas de sus trabajadores

Fuente: Tabla 26

En la tabla 26 podemos apreciar que el 20 % de los propietarios encuestados consideran que la empresa reconoce los logros y metas de sus trabajadores, en tanto el 20 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 20% obtuvo algunas veces, además el 40% muy pocas veces, además 0% nunca.

4.2. Análisis de Resultados

- Respecto a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas

Respecto a las distribución según edades, los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018, se observa que del 100% de los encuestados, el 25% tiene edad que oscila entre 20 a 30 años, mientras que el 50% de los representantes legales su edad oscila entre 31 a 50 años, además el 25% de los representantes legales es de 51 a más años, según tabla (1) lo que concuerdan con la cantidad de edad que Pascual, L (2015) menciona que están dirigidos por varones de 41 a 50 años de edad y cuentan con estudios superiores incompletos.

Respecto al género de los representantes, se obtuvo los resultados a los representantes legales encuestados de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018, del 100% de los encuestados, el 45% son del género femenino, mientras que el 55% son del género masculino, según tabla (2), Concordando con Morales, L (2014) menciona que son propietarios jóvenes que emprenden su negocio donde el 60% son hombre y 40% son mujeres.

De acuerdo al grado de instrucción, a los representantes legales encuestados de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, se observa que del 100% de los encuestados, el 25% tienen grado de instrucción primaria, mientras que el 35% tienen grado de instrucción secundaria, mientras que el 15% tienen grado de instrucción superior no universitaria, además el 25% tienen grado de instrucción superior

universitaria, según tabla (3), Resultados que discrepan Herrera, J (2014) con las microempresas están fundadas por jóvenes que emprenden su negocio, ya que cuentan con estudios universitario, y han desarrollado su proyecto sobre restaurantes.

Referente al cargo que desempeña, a los representantes legales encuestados de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, se observa que el 50% son dueños según tabla (4), Los resultados concuerdan con Sandoval, F (2018) Donde los encargados de las Micro y pequeñas empresas son los mismos dueños y están emprendiendo nuevos negocios.

Referente el tiempo que desempeñan los representantes legales encuestados de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, se observa que el 50% desempeñan el cargo entre 0 a 3 años, según tabla (5), Se concuerda con Sánchez, J (2014) señala que los propietarios se encuentran en edades muy jóvenes refregando y 3 años en el negocio.

- Respecto a las micro y pequeñas empresas

Referente al tiempo de permanencia a los representantes de legales encuestados de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, se observa que el 50% tienen entre 4 a 6 años de pertenencia de la empresa en el rubro. Según tabla (6), Lo que discrepa con Jauregui, Y (2017) los propietarios tienen entre 3 años en el negocio ya el 50% son negocios que lo empezaron sus padres.

En relación al número de trabajadores, obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, se observa que del 100% de los encuestados, el 75% tienen entre 1 a 5 trabajadores, según tabla (7), lo que discrepa Barrientos, F (2017) que Las Micro y pequeñas empresas cuentan con 6 a más trabajadores.

En relación con parentesco con el personal, el 50% son personas o familias, según tabla (8), Concordando con Godos, P (2018) Los trabajadores son más de 50% personas o familias que desempeñan en el restaurante.

En relación con la distribución según objetivo de creación, se observa que el 50% fue liderar en el mercado según tabla (9), Lo que discrepa con Mendoza, B (2018) Los dueños del negocio tienen objetivos claros ya que el 50% señalan en generar ganancias para las Micro y pequeñas empresas.

Referente al tipo de constitución de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio los resultados obtenidos, se observa que el 50% indicaron ser empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L), según tabla (10), lo que concuerda con Jauregui, Y (2017) Ya que el 50% indicaron son empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L).

- **Respecto a la toma de decisiones**

Referente a lo que cuenta con un plan estratégico, en la tabla 11 podemos apreciar que el 40 % de los propietarios encuestados consideran que la empresa cuenta con un plan estratégico ya que respondieron que siempre, según tabla (11), esto coincide con el antecedente Godos, P (2018) Se identificó como proceso de gestión tienen definidas las estrategias del servicio que ofrecen.

Referente a la planificación de restaurantes de los propietarios encuestados consideran que la planificación del restaurante está logrando las metas propuestas, el 35 % obtuvo que casi siempre, según tabla (12), lo que evidencia con Sánchez, J (2014) Contemplar todas las perspectivas que puedan traer beneficios a la organización, desde el costo, las oportunidades de expandir la cartera de clientes

Referente a comprometidos con el crecimiento de la empresa, que el 25 % de los propietarios encuestados consideran que los empleados están comprometidos con el crecimiento de la empresa ya que respondieron que siempre, en tanto el 35 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 30% obtuvo algunas veces, además el 10% muy pocas veces, según tabla (13) se compara con Herrera, J (2014) el descenso de ventas que presenta la microempresa, así como las deficiencias en el funcionamiento, se encuentran ligados a factores internos y externos que la impactan negativamente,

Referente a la atención que brinda el restaurante podemos apreciar que el 50 % de los propietarios encuestados consideran que deben corregir la atención que brinda en su restaurante, ya que respondieron que siempre, según tabla (14) Lo que se evidencia con Mendoza, B (2018) asimismo la falta de habilidades y conocimientos para un desempeño adecuado; sienten que los restaurantes no cumplen sus expectativas y necesidades

Referente a las actividades programadas, podemos apreciar que el 25 % de los propietarios encuestados consideran que las actividades programadas están dando resultados favorables ya que respondieron que siempre, en tanto el 20 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 30% muy pocas veces, según tabla (15), lo que evidencia con Sandoval, F (2018) señala que fue notoria

la necesidad de formar un comité de control de la calidad para la lograr satisfacción en los clientes, compuesto por personal capacitado

Referente a la empresa busca alternativas de solución por lo que, podemos apreciar que el 35 % de los propietarios encuestados consideran que la empresa busca alternativas de solución cuando se le presenta problemas, ya que respondieron que siempre, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 15% muy pocas veces, según tabla (16), lo que el antecedente Herrera, J (2014) aporta que la Utilización de una administración empírica, aumento de la competencia y falta de adaptación al cambio

Referente a que los empleados están pendientes en las decisiones que se toman, podemos apreciar que el 25 % de los propietarios encuestados consideran que los empleados están pendientes en las decisiones que se tomen para mejorar el proceso de ventas, ya que respondieron que siempre, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 30% obtuvo algunas veces, además el 20% muy pocas veces, según tabla (17) evidencia en parte con Godos, P (2018) menciona que los trabajadores escuchan en todo momento las opiniones de los clientes, cumplen con todos los compromisos asumidos, conocen el servicio que el cliente quiere recibir.

Referente al beneficio y que de cada empleado podemos apreciar que el 50 % de los propietarios encuetados consideran que están siendo racionales con los beneficios de cada empleado, ya que respondieron que siempre, Según tabla (18), Lo que discrepa con Pascual, L (2015) menciona que la deficiencia en asignación de responsabilidades de los trabajadores, existe carencia en cuanto a los procesos de comunicación, personal poco capacitado

Respecto a la gestión de calidad

Referente a ofrecer productos de calidad, se puede apreciar que el 60 % de los propietarios encuestados consideran que ofrecer productos de calidad es una ventaja para la empresa, ya que respondieron que siempre, según tabla (19), lo que coincide con Jauregui, Y (2017) señala finalmente la mayoría que aplicó gestión de calidad, obtuvo buenos resultados ofertado productos de mejor calidad.

Referente a la empresa determina estrategias para la mejora de sus productos, se puede apreciar que el 35 % de los propietarios encuestados consideran que, la empresa determina estrategias para la mejora de sus productos y servicios ya que respondieron que siempre, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 15% muy pocas veces, según tabla (20), lo que se relaciona con Godos, P (2018) se conoce que dan continuidad a los cambios aplicados y evalúan los resultados obtenidos, logrando que el producto ofrecido sea novedoso.

Referente evalúan los indicadores de gestión, rentabilidad, liquidez y solvencia, podemos apreciar que el 30 % de los propietarios encuestados consideran que evalúan los indicadores de gestión, rentabilidad, liquidez y solvencia, ya que respondieron que siempre, en tanto el 25 % obtuvo que casi siempre, mientras que el 25% obtuvo algunas veces, además el 20% muy pocas veces, según (21), se evidencia con Sánchez, J (2014) menciona que Contemplar todas las perspectivas que puedan traer beneficios a la organización, desde el costo, las oportunidades de expandir la cartera de clientes.

Referente, conocer los planes para la realización, apreciar que el 40 % de los propietarios encuestados consideran que están conocen los planes para la realización de nuevas proyecciones, ya que respondieron que siempre, según tabla (22), lo que

discrepa con Pascual, L (2015) menciona que existe carencia en cuanto a los procesos de comunicación, personal poco capacitado, lugar de producción no apropiado y equipos no modernos.

Referente a una nueva innovación en el restaurante será ventaja competitiva ya que el 75% de los propietarios encuestados consideran que una nueva innovación en el restaurante será una ventaja competitiva, ya que respondieron que siempre, según tabla (23), lo que evidencia con el antecedente Godos, P (2018) se tienen un plan para identificar las actividades a mejorar, aplican cambios para mejorar el servicio, se conoce que dan continuidad a los cambios aplicados y evalúan los resultados obtenidos, logrando que el producto ofrecido sea novedoso.

IV. CONCLUSIONES

A través del presente trabajo de investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

DATOS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

Los representantes de las Micro y pequeñas empresas, del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento de Piura, en su mayoría pertenecen al género masculino de aproximadamente de 31 a 50 años de edad, con estudios secundarios, siendo los mismos dueños de su negocio donde la mayor parte desempeñan el cargo entre 0 a 3 años en el rubro.

REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

Respecto a las características de las Micro y pequeñas empresas, del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento de Piura, el 50% tienen entre 4 a 6 años de pertenencia en las Micro y pequeñas empresas; la cantidad de trabajadores que poseen estas empresas es de 1 a 5 trabajadores, asimismo, estas micro y pequeñas empresas inician con trabajadores que son personas o familias, a fin de generar menores gastos a un inicio y generar mayores ingresos y a la vez lideran en el mercado,. Finalmente, la investigación indica que estos inician como pequeñas organizaciones y en el camino se convierten en una empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L).

REFERENTE A LA TOMA DE DECISIONES

Referente a la toma de decisiones de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento de Piura, se identifican los factores que influyen en la toma de decisiones, los cuales en sus mayorías son los planes estratégicos que utilizan para conseguir los objetivos y las metas propuestas por la empresa, se identifica la falta de compromiso de los trabajadores lo cual tiene un déficit ya que los trabajadores no están recibiendo capacitación constante debido a eso los empleados no están pendientes de las decisiones que se toman en las Micro y pequeñas empresas.

REFERENTE A LA GESTION DE CALIDAD

Referente a la gestión de calidad en su mayoría son los productos de calidad y la innovación de la Micro y pequeñas empresas, ya que se consideran que son factores relevantes y están teniendo mejores resultados en la mejora de sus ventas, ya que los productos de calidad, con innovación se venden a un mejor precio, por lo que el restaurante está teniendo mayores ganancias para innovar su local. Además, se concluye que la Micro y pequeñas empresas están poniendo poca atención en el servicio al cliente debido a que los propietarios consideran que se debe mejorar en la atención que se brinda ya que gracias al crecimiento del turismo está teniendo un mayor puntaje en los clientes que asisten al restaurante.

V. RECOMENDACIONES

REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

En cuanto a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la AV. Cayetano Heredia del Distrito de Catacaos, departamento de Piura, 2018 se recomienda tener representantes especializados en administración que conozcan los temas de toma de decisiones y gestión de calidad para que puedan tomar decisiones correctas y de calidad para el logro de los objetivos y metas de las empresas.

REFERENTE A LAS CARACTERISTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESA

Si bien es cierto, todas las micro y pequeñas empresas son creadas en casa y de alguna manera un poco empírica, ya que con los años forman experiencia y crecimiento empresarial, es por ello que se recomienda que los dueños de estas empresas del rubro restaurantes puedan involucrar a sus hijos a sugerirles estudiar una carrera universitaria como la de administración de empresas, a fin de dejar un legado y quizá en un futuro ellos puedan continuar con estas mismas ideas o con estas empresas creadas por sus padres o familiares, de esta manera estarían creando un historial empresarial en el mundo de los negocios.

REFERENTE A LA TOMA DE DECISIONES

Se recomienda que propietarios tomen decisiones estratégicas que vayan desde la planeación y control de la Micro y pequeñas empresas, gestionando los recursos de manera proyectada para el aumentar las ganancias, se recomienda aplicar un proceso sistemático de CRM lo cual se lograra captar clientes potenciales que aún no deciden asistir al restaurante, además conocerá si los clientes están satisfechos con las Micro y pequeñas empresas y se podrá lograr la optimización de las ventas y satisfacción de los clientes.

REFERENTE A LA GESTION DE CALIDAD

Si bien es cierto toda esta investigación, hemos visto por parte de los empresarios de los restaurantes un gran interés por mejorar y por crecer empresarialmente; pero su interés va un poco más por las ganancias que por la implementación de la gestión de la calidad, se recomienda capacitación y/o cursos de gestión de la calidad , porque es un modelo de gestión que permite asegurar de manera consistente la mejora del desempeño y la eficiencia de las organizaciones, a partir de la planificación, control y mejora de los procesos ,y, con base en el cumplimiento del producto y/o servicios, la satisfacción de los clientes y la mejora continua. (**Sistema de gestión de calidad ISO 9001**)

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. (2006). *Muestra de investigacion*. Obtenido de www.muestra de investigacion
- Sánchez, J. B. & Martínez, R. (2007). *Importancia de las Mypes*. Obtenido de www.Global Entrepreneurship Monitor
- Barrientos, F. (2017). “*Caracterización Del Financiamiento Y Gestión De Calidad De Las MYPES, Sector Servicio Rubro Restaurantes En El Distrito De San Jacinto, 2017*”. Tumbes: Uladech Católica. Obtenido de repositorio de tesis de Uladech Católica
- Capetillo, V. (18 de octubre de 2014). *importancia de los restaurantes*. Obtenido de <http://marketingderestaurantes.com>
- Carrasco, F. (2014). Instrumento de investigacion. Obtenido de www.investigacion de tesis
- Chiavenato, I. (2013). *habilidades técnicas*. Obtenido de <https://brainly.com.br>
- Costa, J. (2008). *Importancia de la Gestión de Calidad*. Obtenido de www.gestion.com
- Cortez, J. M. (2017). *Sistemas de Gestion de Calidad (ISO 9001:2015)*. (I. S. S.L, Ed.) Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5349794&query=Gesti%25C3%25B3n%2Bde%2Bcalidad>
- Crosby, P. (2009). *Gestion de Calidad*. www.gestiopolis.com. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com>
- Deming, E. (2014). *Ciclo Deming*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Ciclo_de_Deming
- Díaz, R. (2010). La calidad total es una sistemática de Gestion. Obtenido de www.sistema de gestion
- Domínguez, J. (2008). Marketing en cuanto a la lucha competitiva. Obtenido de www.Marketing competitivo
- Druker, P. (2001). *La toma de decisiones no está limitada a los niveles más altos*. obtenido de www.toma de decisiones.com
- Duarte, C. J. (2015). *calidad de servicio* . obtenido de <https://keisen.com/es/wp-content/uploads/2015/05/calidad-de-servicio-corrientes-y-propuestas.pdf>

- eloyrodriguez.com. (2014). *Los 8 Tipos de Restaurantes y las 5 clasificaciones por tenedores*. Obtenido de <https://eloyrodriguez.com>
- Enciclopedia de Administración Básica. (2010). *proceso de mejoramiento hacia la Calidad Total*. Obtenido de [www. administracion de empresas.com](http://www.administraciondeempresas.com)
- Feigenbaun, A. (2009). *Calidad total como un sistema de eficaz*. Obtenido de [www. calidad en los negocios](http://www.calidadenlosnegocios.com)
- Freeman, R. (2009). *Introducción a la toma de decisiones* . Obtenido de <https://uftgerenciaempresarial.blogspot.com>
- Gadea, L. (2010). *Características de gestión de calidad*.
- Galdos, G. (jueves de septiembre de 2014). *toma de decisiones* . Obtenido de <https://ucontinental.edu.pe>
- Godos, S. P. (2018). “*Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las Mype rubro restaurantes de la ciudad de Talara, año 2018*”. Piura: Uladech Católica. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe>
- García, J. (2015). *la toma de decisiones*.
- Garibay, R. (26 de julio de 2017). *las 7ps del marketing* .
- Gutiérrez, H. G. (3 de marzo de 2014). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com>
- Hernández Fernández & Baptista. (2010). *hipotesis de investigación*. Obtenido de [www.investigacion de tesis](http://www.investigaciondetesis.com)
- Herrera, J. (2013). “*Diseño de un sistema de Gestión de Calidad para una Microempresa*”. México: universidad de Veracruz. obtenido de repositorio de universidad de Veracruz
- Inei. (2018). *Actividad de restaurantes aumentó en 3,50 % durante 2018*. Obtenido de <https://elcomercio.pe>
- ISO 9001: 2015. (s.f.). “*Sistemas de gestión de calidad*”. Obtenido de <https://www.iso.org/>
- Jauregui, 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.*”. Chimbote: Uladech Católica. Obtenido de [www.repositorio de tesis Uladech Católica](http://www.repositorio.de.tesis.uladech.edu.pe)
- Juran, J. M. (2008). *Gestión de Calidad*. Romanian: Academy Award. Obtenido de <https://en.wikipedia.org>

- León, P. (2015). *gestion de buena calidad*. obtenido de [www.gestion buena.com](http://www.gestionbuena.com).
- Lloret, D. E. (2015). “*desarrollo de un programa de capacitación para el personal de servicio en tres restaurantes de cuenca*”. obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec>
- Méndez, R. J. (10 de mayo de 2013). *Calidad, concepto y filosofías*: Deming, Juran, Ishikawa y Crosby. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com>
- Mendoza, C. B. (2018). *caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las mype rubro restaurantes en mancora, año 2018*. piura: uladech catolica. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe>
- Mendoza, J. (2017). *principios de la gestion de calidad*. Obtenido de Desktop/tesis_gestion_de_calidad_competitividad_ortiz_guerrero_cecilia_yar_ett.pdf
- Montecinos, A. (15 de febrero de 2017). *Definiciones Actuales: Gastronomía y Turismo Gastronómico*. Obtenido de <https://cegaho.wordpress.com>
- Morales, L. (2014). “*Control de calidad en las Panaderías del Municipio de el Progreso, Jutiapa*”. Guatemala: Universidad de Rafael Landíva. Obtenido de Repositorio de Universidad de Rafael Landíva
- Okpara y Wynn, J. (2007). los negocios como fuerza impulsadora . Obtenido de <https://www.academia.edu>
- Pascual, L. (2015). *en su trabajo de investigación denominado “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”*,. Huaraz: Uladech Catolica. Obtenido de repositorio de tesis Uladech Catolica
- Perren. J. (1999). *Modelos para el Desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas*. Obtenido de Micro y Pequeñas empresas
- Rafael, M. (2010). cuatro elementos para el sistema de Gestión de Calidad. Obtenido de www.sistema de Gestión de Calidad
- Ruiz, L. (2008). Atracción del Producto en Base a la Calidad.
- Ruiz, M. L. (2018). *4 estrategias para la toma de decisiones* . Obtenido de <https://psicologiyamente.com/organizaciones/estrategias-toma-de-decisiones-empresa>

- Sandoval, F. (2018). *“El Sistema De Gestión De Calidad Y La Atención Al Cliente En El Restaurant El Gourmet Urbano En El Distrito De San Isidro, 2015”*. Lima: universidad San Martin de Porres. Obtenido de repositorio de tesis de universidad San Martin de Porres
- Serida Borda Nakamatsu Morales & Yamakawa, L. (2005). MYPE son un segmento importante en la generación de empleo.
- Turmero, L. (2014). Ventajas del Sistema de Gestión de Calidad. Obtenido de Sistemas de gestión de calidad.
- Uriarte, J. (2019). *Características de la toma de decisiones*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/toma-de-decisiones/>
- Valderrama, J. (2014). diseño de investigacion. Obtenido de www.diseño de investigacion
- vallartaopina.net. (13 de julio de 2016). *La importancia de los restaurantes*. Obtenido de <http://vallartaopina.net>
- www.sunat.gob.pe. (2016). *ley de promocion y formalizacion de la micro y pequeña empresa*. obtenido de <http://www.sunat.gob.pe>
- www.uladech.edu.pe. (2019). *codigo de etica* . Obtenido de <https://www.uladech.edu.pe>

ANEXOS

ANEXO N°1:

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS QUE SE APLICARA A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO RESTAURANTES

PROPUESTA DE MEJORA DE LA TOMA DE DECISIONES COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DE LA AV. CAYETANO HEREDIA DEL DISTRITO DE CATACAOS, DEPARTAMENTO PIURA, 2018

A continuación, le presentamos un cuestionario de preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existan respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (X) en la hoja de respuesta aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente Código.

I. GENERALIDADES

1.1. Datos generales de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas

1. Edad

- a) 20- 30 años
- b) 31-50 años
- c) 51- a más años

2. Genero

- a) Femenino
- b) Masculino

3. Grado de Instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no Universitaria
- e) Superior Universitaria

4. Cargo que desempeña
 - a) Dueño
 - b) Gerente General
 - c) Administrador
 5. Tiempo que desempeña el negocio
 - a) 0 a 3 años
 - b) 4 a 6 años
 - c) 7 a más años
- 1.2.Referente a las Características de las micro y pequeñas empresas
6. Tiempo de funcionamiento y permanencia de la Empresa en el rubro
 - a) 0 a 3 años
 - b) 4 a 6 años
 - c) 7 a más años
 7. Número de trabajadores
 - a) 1 a 5 trabajadores
 - b) 6 a 10 trabajadores
 - c) 11 a más trabajadores
 8. Las personas que trabajan en sus empresas son
 - a) Familiares
 - b) Personas o familiares
 - c) Familiares y personas no Familiares
 9. Objetivos de creación de su empresa en el mercado
 - a) Generar ganancias y utilidades
 - b) Liderar en el mercado
 - c) Subsistencia
 10. Tipo de constitución de la empresa
 - a) Persona Natural
 - b) Empresa individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L)
 - c) Sociedad Comercial de responsabilidad Limitada (S.R.L)
 - d) Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C)
 - e) Sociedad Anónima (S.A)



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La presente entrevista tiene como fin recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de la toma de decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento Piura, 2018.

La información que nos brinde será usada exclusivamente para fines académicos y de investigación. Por lo que se le agradece por su participación.

Marque con un “X” según sea creó conveniente.

Nunca	Muy pocas	Algunas	Casi siempre	Siempre
	veces	veces	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)		

N	TEMS				
V1: TOMA DE DECISIONES	Nunca	Muy pocas	Algunas	Casi Siempre	Siempre
D1: Planear		Veces	Veces		

1	¿La empresa cuenta con un plan estratégico para cumplir sus objetivos a corto plazo?	1	2	3	4	5
2	¿La planificación de restaurante está logrando las metas propuestas?	1	2	3	4	5
3	¿Cree usted que la selección de personal es una herramienta clave para el logro de los objetivos de la empresa?	1	2	3	4	5
D2: Alternativas						
4	¿La empresa busca alternativas de solución cuando se le presenta problemas?	1	2	3	4	5
5	¿Las actividades programadas están dando resultados favorables a la organización?	1	2	3	4	5
D3: Seleccionar						
6	¿Cree que debe corregir la atención que brinda en su restaurante?	1	2	3	4	5
D4: Organizar						
7	¿Considera que los empleados están comprometidos con el crecimiento de la empresa?	1	2	3	4	5

8	¿Está siendo racional con los beneficios de cada empleado?	1	2	3	4	5
V2:	GESTION DE CALIDAD	Nunca	Muy pocas Veces	Algunas Veces	Casi Siempre	Siempre
D1:	Planificación de Calidad					
1	¿Cree usted que ofrecer productos de calidad es una ventaja Competitiva para la empresa?	1	2	3	4	5
2	¿La empresa determina estrategias para la mejora de sus productos y servicios?	1	2	3	4	5
D2:	Control de calidad					
3	Evalúa indicadores de gestión, rentabilidad, liquidez y solvencia.	1	2	3	4	5
4	¿Usted da a conocer los planes para la realización de nuevas proyecciones?	1	2	3	4	5
5	¿Cree que una nueva innovación en el restaurante será una ventaja competitiva?	1	2	3	4	5
6	¿La empresa Capacita a sus empleados referente a la Toma de decisiones y la gestión de calidad	1	2	3	4	5

	para brindar una mejor atención al cliente?					
D3:	Mejora de la Calidad					
7	¿Establece un plan de mejora continua, retrocediendo en los procesos para mejorar la atención al Cliente?	1	2	3	4	5
8	¿La empresa reconoce los Logros y metas de sus trabajadores?	1	2	3	4	5

ANEXO N°2:

Directorio de las Micro y Pequeñas empresas

N°	N.L	RAZON SOCIAL	PROPIETARIO	RUC	DIRECCIÓN	TAMAÑO
1	002-2016	Restaurant “La Chayo”	Jacinto zapata Juárez	10027023831	Av. Cayetano Heredia # 497 Catacaos	Pequeña
2	170	Restaurant cevichera “El Gallero E.I.R.L	Edilberto Yovera Flores	10036922317	Av. Cayetano Heredia # 506 Catacaos	Microempresa
3	069-2014	Mistura cataquense	Roxana Patricia Ipanaque Sullon	10460550667	Jr. San francisco n° 340	Microempresa
4	033-115	Restaurante “El Ganzo Azul ”	Josefa Sosa Risco	20526030568	Av. Cayetano Heredia # 504. Catacaos - Piura.	Pequeña
5	022-2016	Restaurant El paisano Cataquense	Wiliam Antonio Casas Chavez	10027812835	Av. Cayetano Heredia - Catacaos	Microempresa
6	038-117	Restaurante “El norteño”	Rosa Nelly salinas Córdoba	10033674762	Av. Principal Av. Cayetano Heredia # 133 AAHH buenos aires	Microempresa
7	026-2015	Restaurante “Rinconcito Cataquense”	Jimmy Alvarado Mendoza	1002867280	Av. Cayetano Heredia # 724, Catacaos, Perú	Microempresa
8	117	Restaurant y Servicios “Las Rejas”	Franklin Sandoval Sernaque	205255687280	AV. Cayetano Heredia, Catacaos	Pequeña
9	035-117	Restaurante “La casona “	Daniel Fernández flores	10423798560	Av. Cayetano Heredia # 385	Microempresa
10	053-2014	Restaurante D’Jora	Alejandro Roberto Alberd Velásquez	20563494485	AV. Cayetano Heredia, Catacaos	Microempresa
11	024-2014	El rinconcito del chef	Margarita Ruiz Sernaque	10803737288	Av. Cayetano Heredia - Catacaos	Microempresa
12	056-139	Siempre Marinas	Luz Maria chungu	10445061498	Av. Cayetano Heredia	Pequeña

13	067-150	La coquita	Andrea Paola Sandoval zapata	10474785799	Av. Cayetano Heredia # °113	Microempresa
14	028-2014	Luna de miel restaurante	José santos crespo olachea	10064303436	Av. Cayetano Heredia n° 1049	Microempresa
15	045-2014	La colmena	Aracely colmenares sosa	10443610745	Av. Cayetano Heredia # 421	Pequeña
16	002-2016	A lo perucho	Karen inga castro	10469413701	Av. Cayetano Heredia n° 912	Microempresa
17	002-2016	La esquina rustica	Paola Nicole barrios Coveñas	10768723481	Av. Cayetano Heredia	Microempresa
18	002-2016	Ollita cataquence	Cesar Manuel zapata medina	2051463843	Av. Cayetano Heredia # 142	Microempresa
19	002-2016	Sabor norteño	Jhon Irvin prieto Namuche	10467704384	Av. Cayetano Heredia # 737- Catacaos	Pequeña
20	002-2016	Entre mares	Diomer Javier Rea carrera	10462062210	Av. Cayetano Heredia # 739	Microempresa

ANEXO N°3: PROPUESTA DE MEJORA

PROPUESTA DE MEJORA DE LA TOMA DE DECISIONES COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DE LA AV. CAYETANO HEREDIA DEL DISTRITO DE CATACAOS, DEPARTAMENTO PIURA, 2018.

1. INTRODUCCIÓN

En esta investigación se presentara una propuesta de mejora de la Toma de decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la AV. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento de Piura, 2018; luego de analizar la presente investigación se puede deducir que el 50 % de los propietarios encuestados consideran que casi siempre deben corregir la atención que brinda en su restaurante. Es por ello que se ha generado el siguiente objetivo para la propuesta de mejora de la toma de decisiones. Proponer estrategias y herramientas con todos los pasos y métodos del proceso de toma de decisiones que permitirá al empresario tomar decisiones correctas y oportunas para el logro de los objetivos de la empresa. Dicho objetivo va dar posibles resultados de mejora en el proceso de toma de decisiones para el bienestar empresa. La toma de decisiones es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre más de una alternativa para resolver diferentes situaciones de la vida, estas se pueden presentar en diferentes contextos como: a nivel laboral, familiar, sentimental, empresarial, etc. es decir, en todo momento estamos orientados a tomar decisiones desde las más simples a las más complejas.

2. JUSTIFICACION

La presente propuesta de mejora de la Toma de decisiones como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la AV. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento de Piura, 2018 se justifica porque se debe Proponer estrategias y herramientas con todos los pasos y métodos del proceso de toma de decisiones que permitirá al empresario tomar decisiones correctas y oportunas para el logro de los objetivos de la empresa. Es decir las siguientes acciones están encaminadas a mejorar las falencias en los aspectos de los siguientes indicadores de toma de decisiones lo cual es planear, alternativas, seleccionar y organizar. Esto ayudará a los Empresarios tomen decisiones correctas, eficientes y de calidad haciendo uso de todos los pasos del proceso de toma de decisiones.

3. OBJETIVO:

El presente trabajo de investigación tiene el siguiente objetivo para la propuesta de mejora de la toma de decisiones.

Proponer estrategias y herramientas con todos los pasos y métodos del proceso de toma de decisiones que permitirá al empresario tomar decisiones correctas y oportunas para el logro de los objetivos de la empresa.

SITUACION: Antecedentes- Ubicación

AV. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento de Piura. Los restaurantes ofrecen servicios de venta comidas y bebidas a los clientes. La infraestructura, ambientes, atención al cliente, aseo permanente y otros deberán estar diseñados para el funcionamiento del restaurante.

4. METODOS Y MATERIALES

- ✓ Experto en toma de decisiones
- ✓ Predisposición de los miembros, dueños y trabajadores de las micro y pequeñas empresas para emprender las estrategias y acciones de la propuesta
- ✓ Un multimedia para enseñare las técnicas, métodos y herramientas de la propuesta de mejora
- ✓ Un investigador y que cuente con disponibilidad
- ✓ Control y monitoreo antes y después de poner en practica la propuesta de mejora.

Se propone el proceso de los cinco pasos para formar decisiones y resolver problema Alguno de los microempresarios tiene serios problemas a la hora de tomar sus decisiones porque no se paran a pensar suficientemente las cosas o por carecer de las habilidades necesarias para decidir responsablemente.

Aquí presentamos un procedimiento para tomar decisiones o resolver problemas eficazmente.

- a. Definir claramente el problema: En este paso se deben preguntar ¿Ante esta situación qué es exactamente lo que quieren lograr?
- b. Elaborar una lista de alternativas posibles: Se trata de pensar en las diferentes cosas que podemos hacer. Cuantas más alternativas se les ocurran, más posibilidades tendrán de escoger lo mejor.
- c. Valora las consecuencias de cada alternativa: Después de que ya no se te ocurran más alternativas, debes pensar en las consecuencias de cada una de ellas (las positivas y las negativas, tanto para ti como para otras personas). Para esto, muchas veces es necesario buscar información con la que no contamos en un principio.

d. Elegir la mejor alternativa: Este paso consiste en comparar las consecuencias de cada alternativa y escoger la que te parezca más positiva. e. Aplicarla y luego comprobar si los resultados son satisfactorios: De los resultados obtenidos sean éstos acertados o no se podrá corregir los no nos satisfagan. (JARRY, 2014)

5. ACCIONES DE PROPUESTA

Proponer estrategias y herramientas con todos los pasos y métodos del proceso de toma de decisiones que permitirá al empresario tomar decisiones correctas y oportunas para el logro de los objetivos de la empresa.

Las acciones se dividirán en estrategias y herramientas abordando los indicadores planteados en el trabajo de investigación relacionado a la toma de decisiones.

5.1. El planear nos permite tomar decisiones correctas y eficientes para el logro de los objetivos de la empresa.

Estrategia para la mejora de la planificación

Para mejorar la toma de decisiones se debe proponer:

- Realizar una planificación anual, trimestral o mensual, ya que con él se obtendrá los objetivos y metas trazados según temporadas, altas o bajas.
- Elaborar un plan estratégico del 2019 – 2020 para la mejora de la gestión empresarial de los restaurantes de la av. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos.

5.2. Las alternativas de la toma de decisiones nos permiten proporcionar acceso a la mejora de la tecnología y la adecuada infraestructura para el desarrollo de las actividades del cliente.

Estrategias para la mejora de las alternativas

Sobre la infraestructura se propone lo siguiente:

- Que cuenten con el permiso de la municipalidad para el libre funcionamiento del restaurante.
- Que cuenten con sistema de cámaras de vigilancia y estas estén operativas.
- Que cuenten con alarmas contra incendio y extintores en ubicaciones idóneas

Se propone en cuanto a las promociones

- Brindar combos de nuestros platos característicos con el fin de otorgar descuentos
- Darles a nuestros clientes una Tarjeta con la que la conseguirán beneficios, en función de lo que gasten en cada visita. Al finalizar el mes se podrán canjear los puntos por descuentos en factura, los cuales solo podrán ser disfrutados en las cenas.

Se propone en cuanto al indicador compromiso y corregir:

- Crear compromiso en los colaboradores, a través del liderazgo
- Diseñar un plan de formación para que los empleados puedan conseguir los conocimientos y habilidades propias de su puesto
- Proporcionar capacitación al personal, para su desempeño según sus funciones.
- Que los libros de reclamación se revisen diaria o semanalmente para dar trámite y dar solución a la prontitud que se requiera.

- Control Estricto del personal para que lleve de forma adecuada su uniforme recalcando que la higiene personal, lo cual nos ayudara a dar una buena imagen.
- Capacitar a las meseras para que den un buen trato al cliente.

5.3. El Seleccionar nos permite determinar en un periodo de prueba si la planificación que propusimos en un inicio, nos está brindando el tipo de toma de decisiones que buscamos, por ellos tenemos que poder en práctica las herramientas para poder determinar si es cambiante o no.

Estrategia para la mejora del seleccionar

Seleccionar y Crear una página Web: En la que los clientes podrán encontrar de forma detallada los servicios que ofrecemos, las promociones y la carta con sus correspondientes precios.

Crear cuentas en redes sociales: Tales como Facebook y Twitter. Gracias al enorme éxito que están cosechando, y que la inscripción sea gratuita, resulta la forma más ventajosa de darnos a conocer.

5.4. El organizar de una micro y pequeña empresa es fundamental, pues el sistema de control y evaluación deberán tener un seguimiento permanente y adecuado para generar la satisfacción del cliente.

Estrategias para la mejora del organizar

Por lo tanto, se propone lo siguiente:

- Se debe realizar el proceso de toma de decisiones: Planear, Organizar, Dirigir y controlar aquellas actividades que se realizan diarias, mensuales y anuales.
- Llevar un control alfa-numérico para evitar las pérdidas de la documentación, por medio de archivos y/o base de datos.

- Tener un computador y un sistema que permita verificar la fecha de ingreso y fin de servicio del cliente que requieran mantenerlos en el historial.

6. CONCLUSIÓN

Después de haber analizado e interpretado la propuesta de mejora de la toma de decisiones para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la AV. Cayetano Heredia del distrito de Catacaos, departamento de Piura, 2018. Se ha llegado a la conclusión que se debe Predisposición por parte de los miembros, dueños y trabajadores de las micro y pequeñas empresas para emprender las estrategias y acciones de la propuesta ya que dichas acciones nos ayudaran a tomar decisiones correctas, eficientes y de calidad logrando que la empresa brinde un servicio de calidad, de esta manera estar por encima de los competidores directos y un funcionamiento óptimo de la empresa. Asimismo que estas recomendaciones se deben mantener en el tiempo.

7. EVALUACION

Para poder evaluar se hará uso de herramientas de medición como el VAN y el TIR ya que en un proyecto empresarial es muy importante usar estos dos parámetros muy usados a la hora de calcular la viabilidad un proyecto son el VAN (Valor actual neto) y el TIR (Tasa interna de retorno). Ambos conceptos se basan en lo mismo, y es la estimación de los flujos de caja que tenga la empresa (simplificando los ingresos menos los gastos)

La herramienta financiera principal utilizada para evaluar y seleccionar proyectos de inversión atractivos para una empresa es por excelencia el valor presente neto.

La premisa fundamental que ayuda a entender la importancia del valor presente neto en las decisiones de inversión es que, no es lo mismo recibir un ingreso ahora

que recibirla en una fecha posterior, recibir el dinero en una fecha posterior implica una serie de inseguridades, la cual comúnmente se llama “riesgo”.

Por supuesto que en la evaluación de un proyecto empresarial hay muchas otras cosas que evaluar, como por ejemplo el tiempo que tardas en recuperar la inversión, el riesgo que tiene el proyecto, análisis costo-beneficios. Pero el VAN y el TIR no dejan de ser un interesante punto de partida.

Se realizará una evaluación periódica de los progresos y logros obtenidos fijando parámetros y límites. Así mismo, se realizará un control permanente, midiendo con indicadores propuestos el desarrollo de la propuesta.