



**UCT**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA  
VENTAJA COMPETITIVA EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO ACTIVIDADES DE  
RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE  
COMIDAS (RESTAURANTES) EN LA CIUDAD DE  
HUARAZ - 2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL  
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**AUTOR**

**VILLANUEVA AGUIRRE, FRANCK ANTONY  
ORCID: 0000-0002-0252-2326**

**ASESOR**

**REBAZA ALFARO, CARLOS ENADO  
ORCID: 0000-0002-5066-5794**

**CHIMBOTE – PERÚ  
2020**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Villanueva Aguirre, Franck Antony

ORCID: 0000-0002-0252-2326

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

### **ASESOR**

Rebaza Alfaro, Carlos Enado

ORCID: 0000-0002-5066-5794

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

### **JURADO**

Morillo Campos, Yuli Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Miembro

Rebaza Alfaro, Carlos Enado

Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

A mi asesor por guiarme en este trabajo, por cada consejo y corrección que me brindó para así poder culminar con éxito esta investigación.

A la universidad por brindarme una buena formación como profesional, por darme grandes maestros que me ayudaron a ser una mejor persona.

## **DEDICATORIA**

A mi familia, que ha estado apoyándome en todo momento, por enseñarme a no darme por vencido ante las adversidades y derrotas de la vida, a ser humilde y saber apoyar a los demás en todo momento.

A Dios por darme mayor sabiduría, por iluminar mi camino y permitir que termine esta etapa de mi vida con éxito.

## RESUMEN

La investigación realizada especifica las principales características de la gestión de calidad con el uso de la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018. El diseño de investigación es no experimental (transversal), de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, se aplicó la encuesta a la muestra de la población de 285 representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro en la ciudad de Huaraz, teniendo como resultados, el 46.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 18 hasta 30 años, con el 93.3% son de sexo masculino, con el 53.3% de los representantes tienen el grado de instrucción de superior no universitaria, con el 80% de las empresas obtienen ingresos hasta S/.52,000.00, el tipo de constitución de las empresas es persona natural con un 66,7%. En donde los representantes determinan lo siguiente: el 86.7% de los representantes si hacen un plan de procesos para poder cumplir los objetivos de la empresa, el 93.3% de los representantes si efectúan cambios cuando observan un bajo rendimiento en su empresa, el 53.3% si creen que con el negocio que tienen pueden realizar mejoras en su empresa, el 66.7% de los representantes no se consideran como un participante destacado en el mercado. Actualmente una empresa posee ventaja competitiva cuando tiene ventaja única respecto a sus competidores, dicha ventaja permitirá obtener mejores resultados y, por tanto, posicionarse competitivamente superior en el mercado.

**Palabras clave:** competidores, gestión, ventaja competitiva, ventaja única.

## **ABSTRACT**

The research carried out specifies the main characteristics of quality management with the use of competitive advantage in micro and small companies in the restaurant and mobile food service (restaurants) activities in the city of Huaraz, 2018. The research design it is non-experimental (cross-sectional), of a quantitative type, descriptive level, the survey was applied to the sample of the population of 285 representatives of micro and small companies in the field in the city of Huaraz, with the results of 46.7% of the Representatives of micro and small companies are between 18 to 30 years old, with 93.3% are male, with 53.3% of representatives have a non-university higher education degree, with 80% of companies earning up to S / . 52,000.00, the type of incorporation of companies is a natural person with 66.7%. Where the representatives determine the following: 86.7% of the representatives if they make a process plan to be able to meet the objectives of the company, 93.3% of the representatives if they make changes when they observe a low performance in their company, 53.3% If they believe that with the business they have they can make improvements in their company, 66.7% of the representatives do not consider themselves as a prominent participant in the market. Currently, a company has a competitive advantage when it has a unique advantage over its competitors. This advantage will allow it to obtain better results and, therefore, position itself competitively superior in the market.

**Keywords:** Competitors, management, competitive advantage, unique advantage.

## Contenido

1. Título de la tesis .....	i
2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Hoja del Jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Hoja de Agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y Abstract .....	vi
6. Contenido .....	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción .....	1
II. Revisión de literatura.....	10
III. Hipótesis.....	31
IV. Metodología .....	32
4.1 Diseño de la investigación.....	32
4.2 Población y muestra.....	32
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	34
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	38
4.5 Plan de análisis .....	38
4.6 Matriz de consistencia .....	39
4.7 Principios éticos.....	40
V. Resultados .....	41
5.1. Resultados.....	41
5.2. Análisis de resultados .....	46
VI. Conclusiones .....	55
Aspectos complementarios.....	56
Referencias Bibliográficas .....	57
Anexos.....	63



## Índice de tablas y figuras

### Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas. ...	41
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas. ....	42
Tabla 3. Características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas.	44
Tabla 4. Características de la ventaja competitiva de las micro y pequeñas empresas. .....	45

## **Figuras (Anexos)**

<i>Figura 1.</i> Edad de los representantes.....	84
<i>Figura 2.</i> Género de los representantes. ....	84
<i>Figura 3.</i> Grado de instrucción de los representantes. ....	85
<i>Figura 4.</i> Cargo que desempeñan los representantes. ....	85
<i>Figura 5.</i> Tiempo de permanencia de los representantes. ....	86
<i>Figura 6.</i> Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro. ....	86
<i>Figura 7.</i> Número de trabajadores.....	87
<i>Figura 8.</i> Las personas que trabajan en su empresa. ....	87
<i>Figura 9.</i> Objetivo de creación.....	88
<i>Figura 10.</i> Ingresos mensuales de la empresa. ....	88
<i>Figura 11.</i> Tipo de MYPE de acuerdo a su constitución.....	89
<i>Figura 12.</i> Hacer un plan de procesos. ....	89
<i>Figura 13.</i> Efectuar cambios. ....	90
<i>Figura 14.</i> Realizar mejoras en la empresa. ....	90
<i>Figura 15.</i> Diferenciación por los precios.....	91
<i>Figura 16.</i> La buena atención al cliente garantiza buenos resultados. ....	91
<i>Figura 17.</i> Participante destacado en el mercado. ....	92
<i>Figura 18.</i> Emplear estrategias.....	92
<i>Figura 19.</i> Precios elevados perjudican a la empresa.....	93
<i>Figura 20.</i> Reacción de los clientes es satisfactoria. ....	93

## **I. Introducción**

Hoy en día vivimos en un mundo de mucha competencia, donde se puede apreciar varias circunstancias que han conllevado a que las entidades de nuestro entorno muestren un interés favorable por la gestión de calidad; una preocupación grande por la que las micro y pequeñas empresas (MYPES) quieran llegar a ser mejores, ha animado a la ULADECH-UCT, a través de su Carrera Profesional de Administración a introducir como línea de investigación a la Gestión de la calidad, dentro del cual se enmarcará el presente trabajo.

Se entiende a la gestión de calidad como el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; así mismo, es el modo en el que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente; todo el sistema de calidad debe estar enfocado al aumento de la satisfacción del cliente, que tiene que ser medida objetivamente (Nuria, 2014).

Llevar a cabo una correcta gestión de calidad de los productos y de los procesos de la empresa puede generar una ventaja competitiva para la misma, tanto por su efecto positivo sobre las ventas, así mismo también como la reducción de los costes a largo plazo que se puede conseguir (Miranda, Chamorro y Rubio, 2012).

El requisito básico de la gestión de calidad es que la organización debe identificar y gestionar la familia de procesos necesarios para garantizar la conformidad del sistema con la norma y el producto requerido; así mismo, la gestión de calidad garantiza una buena política de la calidad, para que así se cumplan los objetivos de la calidad que se requieren para satisfacer las necesidades (Sánchez, 2017).

Porter (2015) afirma que, se puede considerar que una entidad cuenta con ventajas competitivas si es que su rentabilidad está muy por encima en comparación de la rentabilidad media del sector industrial en el que se dedican.

La ventaja competitiva de las empresas aparece de la utilización de recursos valiosos, raros, presentes, a largo plazo, que son difícilmente imitables o sustituibles y que se pueden aprovechar para la organización; las empresas en este caso procuran identificar y explotar sus recursos diferenciados y deben evitar que otras empresas les imiten; se sabe que la ventaja competitiva no es estable y que podría desaparecer (Cegarra y Martínez, 2017).

Amat (2016) afirma que, la ventaja competitiva internacional busca que dentro de las entidades existan fuerzas básicas que sean fuente de ventajas para con las empresas competidoras en los mercados a nivel internacional.

La ventaja competitiva depende de ofrecer una propuesta de valor única a partir de una cadena de producción de valor adaptada, lo que implica un sistema de contrapartidas diferente al de los rivales, y en el que existe un ajuste entre las numerosas actividades que pasan a fortalecerse unas con otras (Porter, 2017).

La gran capacidad competitiva que se muestra hoy en día globalmente, la tendencia de los países a eliminar impuestos y la protección comercial, exigen mayores esfuerzos para crear ventajas competitivas y lograr que los bienes comercializados, en razón de sus ventajas competitivas, persistan en los mercados internacionales (Sanjinés, 2002).

Las diversas acciones competitivas de las empresas muestran una característica central de la competencia, en la que éstas son mutuamente dependientes; las empresas sienten los efectos de los movimientos de una y otras y, están propensas a reaccionar; en esto coinciden las características que se presentan en la teoría de los oligopolios, donde se parte de que el resultado de un movimiento de una empresa depende, en cierto grado, de las reacciones de sus rivales (Ramos y Cipriano, 2010).

La ventaja competitiva se trata de una organización empresarial que nos va a permitir diferenciarnos de las demás organizaciones y nos pondrá en un mejor lugar para poder seguir en competencia; así mismo, la ventaja competitiva puede tener su punto de partida en presencias internas, esto quiere decir que la ventaja competitiva se sitúa en la forma en que se usa los recursos y capacidades para poder conseguir cuatro elementos colectivos que son la base de esta ventaja; esos elementos son, la eficiencia, la calidad, la capacidad de satisfacción del cliente y la innovación ; mientras que, desde la perspectiva externa, se debe tomar en cuenta que a medida que una empresa produzca grandes cantidades de cambios en componentes por la que se caracterizan y estos cambios lleguen a altos niveles, se darán excelentes probabilidades de conseguir ventajas competitivas (Porter, 2015).

El Instituto Nacional de Estadística e Informática, señaló que el Estado Peruano cuenta con la ventaja competitiva como país de mantener su bono demográfico por un aproximado de más de 30 años, es decir, durante ese periodo la ciudadanía peruana de edades de 15 a 65 años que ya están en edad de trabajar, superará a la dependencia de niños y adultos mayores; esto definitivamente le da una ventaja al país, debido a que es un momento en que la ciudadanía cuenta con la capacidad de producción, inversión

y ahorro, pero para el logro de esto se tiene que realizar capacitaciones para el trabajo (Laurente, 2017).

El interés que se ha puesto sobre el asunto de la gestión de calidad con el uso de la ventaja competitiva se debe a que, en la ciudad de Huaraz, capital de la región Ancash, con una población demográfica grande, y con varios restaurantes; se pueden observar una mala calidad de ventaja competitiva por los productos y servicios que se están ofreciendo, lo cual no permite conllevar a cabo la realización de una buena gestión de calidad.

En la ciudad de Huaraz se observó que, las Micro y Pequeñas Empresas no tienen idea de qué tipo de características puedan utilizar; por lo cual describiremos las principales características para contribuir en la mejora de las entidades de las Micro y Pequeñas Empresas.

La SUNARP ha puesto en evidencia la necesidad de formalizar las actividades a nivel empresarial de los ciudadanos mediante la constitución de empresas en el registro, con un único fin de que estos conozcan y logren las ventajas competitivas y beneficios que son brindados por la ley, como la protección del patrimonio personal frente al patrimonio del negocio, acceso al crédito, ventajas tributarias, entre otros (SUNARP, 2017).

En la ciudad de Huaraz, donde se desarrolló la investigación, encontramos que las micro y pequeñas empresas se dedican a diferentes sectores, sin embargo, estas empresas utilizan la gestión de calidad en la cual han logrado que su negocio sea más sólida, así mismo determinar de qué manera va influir la ventaja competitiva en las MYPES. Por lo tanto se planteó la siguiente pregunta de investigación : ¿Cuáles son

las principales características de la gestión de calidad con el uso de la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018?, y en base al siguiente problema, se planteó el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018, también identificar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz y por último denominar las principales características de la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018.

La presente investigación se justifica porque permitió determinar las principales características, dentro de la gestión de calidad con el uso de la ventaja competitiva, de los colaboradores en los restaurantes que brinda el servicio de comida en la ciudad de Huaraz, con el fin de saber si se está desarrollando adecuadamente

dentro de las MYPES, lo cual conlleve a que todos los colaboradores tengan diferentes tipos de compromiso organizacional, tan vital para la permanencia y posterior crecimiento del negocio, conllevando todo ello a una buena gestión de calidad; así mismo, generar que tanto los gerentes como los propietarios de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) reflexionen en cuanto al uso de la ventaja competitiva dentro de su empresa, para poder lograr de manera adecuada el cambio que se requiere; ya que la ciudad de Huaraz siendo capital de la región Ancash cuenta con una población enorme que siempre necesita y está en uso de estos servicios. Por lo cual existe muchas empresas que brindan el mismo servicio de actividades de restaurantes, el mismo que debe ser de calidad, sabiendo que los colaboradores que trabajen en estas empresas tengan la suficiente orientación para poder aplicar la ventaja competitiva y lograr obtener mejores resultados; así mismo, se podrá obtener la satisfacción del cliente, al momento de brindar un servicio de calidad. Es por ello que la investigación permitirá a los empresarios de las MYPE, comunidad y afines con información válida, confiable y oportunidad existente, brindarles ayuda para poder mejorar el servicio, esto con el fin de solucionar los problemas con respecto a su mejora de calidad, lo que va a permitir una buena gestión de calidad en cuanto a sus recursos humanos dentro de sus organizaciones.

Desde la perspectiva académica, la escuela profesional de administración tiene como línea de investigación la gestión de calidad, donde se encuentra enmarcada la ventaja competitiva siendo esta la preocupación de la universidad que los profesionales que colaboren en ellas, hagan propuestas de mejoras en la gestión empresarial que colaboren en un determinado contexto económico. Se interpreta que dicha variable



afecta al trabajo de las organizaciones y crea conciencia en el ámbito empresarial de la importancia de la misma en su crecimiento empresarial y también el desarrollo de la población.

Los antecedentes conseguidos mediante la aplicación de las técnicas y herramientas anteriormente mencionadas, recurriendo a las fuentes también mencionadas, fueron ingresados a los programas especiales de cómputo como SPSS 25 y el programa MS Word para el curso de antecedentes, la presentación en gráficos, tablas y cuadros estadísticos.

La investigación fue viable porque al centrar nuestro estudio en una zona de gran población como lo es la ciudad de Huaraz, nos permite acceder a las MYPE rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes), además hay interés por parte de los empresarios de estas organizaciones por conocer la valoración de la calidad de vida laboral, por lo que brindarán todas las facilidades para que se puedan aplicar los instrumentos de recolección de datos, para la realización de la presente investigación.

En cuanto a la metodología de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal - descriptivo. En cuanto se refiere al diseño de la investigación fue no experimental, porque se analizaron las rarezas tal cual se dan en su estado natural, asimismo fue de tipo transeccional, ya que se obtuvieron los datos en un solo instante y en un tiempo exacto.

Así mismo, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 285 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 20 preguntas: las 5 primeras están referidas a los datos de las características de los

representantes de las micro y pequeñas empresas; las 6 siguientes están referidas a las características de las micro y pequeñas empresas; las 5 siguientes están referidas a las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas y por último las 4 preguntas restantes están referidas acerca de las características de la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes), en la ciudad de Huaraz, 2018, a través de la técnica de la encuesta.

Obteniendo los siguientes resultados: El 46,7% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas tienen un promedio de edad de 18 a 30 años, el 93,3% son del género masculino, el 53,3% tienen el grado de instrucción de superior no universitaria, el 73,3% son dueños, el 53,3% llevan de 0 a 3 años desempeñándose en el cargo; con respecto a las características de las micro y pequeñas empresas, el 46,7% permanecen de 0 a 3 años en el rubro, el 48,1% tienen de 6 a 10 trabajadores, el 73,3% cuentan con trabajadores no familiares, el 73,3% crearon la empresa con el fin de obtener ingresos, el 80% tiene ingresos mensuales de S/. 1,000.00 hasta S/. 51,875.00, el 66,7% crearon la empresa como persona natural; con respecto a las características de la gestión de calidad en el rubro, el 86,7% de los representantes realizan un plan de procesos para cumplir con los objetivos de la empresa, el 93,3% optan por efectuar cambios al ver bajo rendimiento en la empresa, el 53,3% realizan mejoras en la empresa para seguir en el mercado, el 66,7% de los representantes mencionan que se diferencian de la competencia únicamente por los precios, el 66,7% dijo que una buena atención a los clientes garantiza buenos resultados; con respecto a la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas en el rubro, el 66,7% de los representantes consideran a su empresa como un participante

destacado en el mercado, el 80% emplea estrategias para diferenciarse de la competencia, el 80% creen que los precios elevados perjudican a la empresa y el 93,9% de los representantes mencionan que sus clientes reaccionan de manera satisfactoria al ser atendidos. La investigación concluye que, la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dirigidas por personas jóvenes, debido a que hoy en día por la falta de empleo optan por abrir su propio negocio para poder sobresalir, esto gracias a que ganaron experiencia con trabajos eventuales y poseen suficiente conocimiento del rubro; así mismo, cuentan con información válida de la administración, gestión de calidad y la ventaja competitiva, y lo están aplicando poco a poco para lograr el crecimiento que se requiere para posicionarse en el mercado.

## II. Revisión de literatura

### 2.1. Antecedentes

Bardasuc (2015) en su tesis *Crear y mantener la ventaja competitiva – estudio sobre la ventaja competitiva por medio de la innovación y creatividad en las universidades – 2015*, para optar el programa de doctorado en economía y empresa; tuvo como objetivo determinar si los métodos que estimulan la creatividad son utilizados por los profesores durante las clases y si los estudiantes están interesados en este tipo de métodos. La metodología de investigación utilizada fue una cuantitativa, en la forma de una encuesta de papel. Los resultados de estos estudios mostraron que más del 80% de los profesores que respondieron a la encuesta consideraban que los métodos de estimulación de la creatividad son muy importantes en el proceso de enseñanza de la economía y más de 60% de ellos usan estos métodos a clase; la mayoría de los estudiantes entrevistados (más de 60%) consideran que estos métodos de enseñanza determinarían una participación más activa en clase y les estimulaba el interés por la asignatura. Se concluye que la tendencia de respuesta observada en los estudiantes que han participado en las encuestas es utilizar métodos creativos e innovadores, de involucrarlos más y de utilizar las nuevas tecnologías para que más tarde poder incrementar sus aptitudes y facilitar su integración en el mercado laboral.

Sotelo (2017) en su tesis titulada *La gestión por procesos en su papel de estrategia generadora de ventaja competitiva aplicada a los enfoques de asociatividad de las MYPEs: caso peruano – 2016*, para optar el grado de doctor en administración de empresas y dirección de empresas. Su objetivo principal fue proponer un modelo básico de gestión de procesos que pueda ayudar a las mypes

a enfrentar con éxito la manufactura de un pedido grande asociándose de alguna forma; así mismo, la metodología de investigación que se uso fue de un estudio de campo, con una población de 489 representantes de pequeñas y micro empresas. Los resultados obtenidos fueron que se evidencia que el 87.8% de los sectores industriales con mayor presencia en el mercado no cuenta actualmente con alguna certificación, mientras que el 12% equivalente a 55 empresas si cuenta con certificación. Se concluye que las Mypes no están enfocadas en el mercado exterior como fuente de crecimiento, para mejorar las Mypes deben formalizar administrativamente sus negocios y así generar ventaja competitiva.

De Matos (2013) en su tesis *Ventajas competitivas de empresas portuguesas en su internacionalización con ied en España - 2012*, para optar el grado de doctor. Su objetivo principal consiste en averiguar las ventajas competitivas y cuáles son los recursos críticos para el éxito de las empresas portuguesas de bienes de consumo que han invertido en España. La metodología empleada es experimental y cualitativa, porque intenta estudiar un fenómeno contemporáneo dentro de un contexto real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes, basándose en muchas fuentes de evidencia y necesitando del desarrollo previo de las proposiciones teóricas para guiar la recopilación y análisis de datos. La primera fase de un estudio exploratorio da como resultado que sólo cinco empresas de capital mayoritario portugués tienen inversiones directas con estructuras fijas de producción en España en el sector de bienes de consumo. Se concluye que este estudio ha contribuido, en teoría, al enriquecimiento de la literatura relacionada

con la ventaja competitiva de las empresas al internacionalizarse, la teoría basada en los recursos en general y en particular las capacidades dinámicas.

Domínguez (2013) en su tesis *La estrategia de abastecimientos internacionales y sus ventajas competitivas: análisis longitudinal y estudio de casos en empresas mexicanas de manufactura - 2012*, para optar el doctorado en Economía y Dirección de Empresas. Su objetivo principal es delimitar claramente el alcance de los conceptos para los fines de la Tesis; encontrar la mejor forma de medirlos en nuestro estudio empírico y fundamentar la interacción de conceptos en un marco teórico que los soporte. La metodología es la revisión extensiva de la literatura a fin de razonar una interacción de constructos y la formulación de una sola taxonomía de las estrategias de globalización del abastecimiento utilizadas por las empresas. En nuestra opinión, pensamos que en la medida en que las áreas de abastecimiento promuevan el desarrollo de estrategias, esto se verá reflejado en mayores contribuciones hacia la ventaja competitiva de la empresa; uno de los hallazgos más importantes de esta investigación es que no en todos los casos se observó una relación que soporta el caso de que los abastecimientos internacionales representan una fuente de ventaja competitiva. Uno de los casos estudiados presentó un desempeño financiero y de mercado sobresaliente, aún y cuando posee una función de abastecimiento estratégicamente pasiva y más aún no muestra un gran interés por la globalización de los abastecimientos. Se concluye que este apartado permite identificar diferencias entre las empresas que promueven liderazgo estratégico de sus áreas de abastecimiento y aquellas que promueven la operación de procesos orientados a la eficiencia.

Gómez (2016) en su tesis titulada *La localización de planta como ventaja competitiva para una empresa de alquiler de cargadores frontales - 2015*, para optar título de licenciado en administración de empresas. Su objetivo primordial fue aplicar un modelo integral para la localización de planta para brindar alquiler de cargadores frontales y lograr que esta sea una ventaja competitiva, como también definir el problema y su planteamiento con un proceso y método integral. Se obtuvo como resultados que el 65% de la población cubrirá la demanda insatisfecha. Se utilizó como población a 1000 empresas y como muestra a 793 empresas. Se concluye que existe un mercado potencial para ejecutar el proyecto debido a la demanda insatisfecha del mercado.

Villanueva (2018) en su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio-rubro pollería del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017*, para optar el grado académico de bachiller en administración, tuvo como principal objetivo determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio-rubro pollería, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa. La metodología de investigación corresponde a un estudio de diseño no experimental transversal de nivel descriptivo y con una población de 84 pollerías, de las cuáles se obtuvieron resultados como que el 42.86% de los encuestados tienen entre 20 a menos 30 años, el 71.43% de los encuestados son de sexo masculino. Se llegó a la conclusión que estas empresas están dirigidas por varones, con conocimiento sobre cómo llevar un negocio y de dirigir de manera eficiente a su personal con la finalidad de satisfacer y dar un servicio de calidad.

Figuroa (2017) en su tesis *Gestión del conocimiento y marketing interno en el desarrollo de ventajas competitivas en el sector hotelero-Huánuco - 2016*, para optar el título profesional de licenciado en administración. Su primordial objetivo es conocer la relación que existe entre la gestión del conocimiento y orientación al marketing interno con el desarrollo de las ventajas competitivas en el sector hotelero de los distritos de Huánuco. La metodología de la indagación es no experimental, observacional, transversal, retrospectivo y descriptivo. La población está dada por 105 hoteles y la muestra está dada por 83 hoteles; dándonos como resultado que sobre las ventajas competitivas el 68.7% consideró como alto el nivel de percepción del gerente de la empresa hotelera, seguido de muy alto con 22.9% y 8.4% como bajo. Se concluye que el capital humano si influye en el desarrollo de ventajas competitivas en el sector hotelero, amarilis y pillco marca a un nivel de significancia de 95% de confiabilidad.

Huarcaya y Huincho (2018) en su tesis *La calidad de servicios y la ventaja competitiva en el banco de la nación agencia II Huancavelica, año 2017*, para optar el título profesional de licenciado en administración; cuyo objetivo principal fue determinar la relación entre las variables de calidad de servicios y ventaja competitiva en el Banco de la Nación Agencia II Huancavelica; para esta investigación, fue necesario establecer el tipo de investigación aplicada, el nivel de investigación fue correlacional, el diseño de investigación fue el no experimental-transeccional y con una población de 33 personas que laboran en el Banco de la Nación Agencia II Huancavelica. Con respecto a los resultados específicos se ha determinado que el 12,1% de trabajadores consideran que la calidad de servicio en el Banco de la Nación es muy desfavorable, el 21,2%



consideran que es desfavorable, el 51,5% consideran que es favorable y el 15,2% consideran que es muy favorable; así mismo el 9,1% de trabajadores consideran que la ventaja competitiva es muy desfavorable, el 27,3% consideran que es desfavorable, el 48,5% consideran que es muy favorable y el 15,2% consideran que es muy favorable; se llegó a la conclusión de que la calidad de servicio se relaciona de forma positiva y significativa con la ventaja competitiva en el banco de la Nación Agencia II Huancavelica.

Torres (2016) en su tesis *Ventajas competitivas de las mypes de calzado para la exportación del distrito el porvenir, la libertad - 2015*, para optar el título profesional de licenciada en negocios internacionales. El objetivo principal es identificar las ventajas competitivas de las MYPES de calzado para la exportación del distrito de El Porvenir – La Libertad; para esta investigación, se aplicó el cuestionario a los 43 MYPES de calzado. Luego, se procedió a trabajar los resultados aplicando los aspectos metodológicos y estadísticos correspondientes; la metodología empleada es no experimental, ya que se trata de un estudio que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su contexto natural para después analizarlos. Se concluye que las MYPES de calzado del Porvenir identifican algunas veces las estrategias de segmentación para la exportación, lo cual representa el 67.44% de la muestra total; por lo que podemos determinar que no consideran como un factor importante la segmentación para la oferta de sus productos.

Horna (2017) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de artículos de*

*ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016*, para optar el título profesional de licenciada en administración, cuyo objetivo principal fue determinar y describir las características de gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de artículos de ferretería de la ciudad de Otuzco. La metodología de investigación fue no experimental, transversal y descriptiva con una población de 10 microempresas, obteniendo como resultados que el 80% de empresarios identifica a sus clientes; se llegó a la conclusión de que la gestión de calidad no solo es un tema importante, sino es un tema necesario de implantarlo en las micro y pequeñas empresas.

Aranda (2017) en su tesis *La gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016*, para optar el título profesional de licenciado en administración, cuyo objetivo principal fue determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote. La metodología de investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal y con una población de 27 microempresas; de las cuáles se obtuvieron los siguientes resultados; el 88.9% de los representantes realizan un plan de procesos para establecer logros, criterios y estrategias al momento de brindar el servicio, el 96.3% de los representantes implementa los cambios en la empresa para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos, el 74.1% de los representantes creen en los aspectos de la mejora continua en las que se centra su empresa; luego de haber obtenido estos resultados se llegó a la conclusión de que la mayoría de los representantes

legales tienen de 6 a más años en el cargo, también que en los restaurantes de los representantes los trabajadores no son familiares y por último se establecen logros, criterios y estrategias con el fin de poder brindar un buen servicio a los clientes.

Gutti (2018) en su tesis *El marketing digital y la ventaja competitiva en las mypes del c.c. shopping center, san miguel*, para optar el título profesional de licenciado en administración. El principal objetivo es determinar la relación que existe entre el marketing digital y la ventaja competitiva de las MYPEs del centro comercial Chopping Center, San Miguel, Lima, 2018. La población objeto de estudio fueron las MYPEs del centro comercial Chopping Center, San Miguel, la muestra del estudio estuvo conformada por 150 MYPEs. El método utilizado fue hipotético deductivo, de tipo aplicada, con un nivel correlacional descriptivo y diseño no experimental transversal. Después de realizar las encuestas se obtuvo como resultados que el 27.8% de la muestra por microempresarios respondieron siempre a la variable independiente (marketing digital) a su vez, se visualiza un 33.3% de la muestra respondieron con siempre referente a la variable dependiente (ventaja competitiva), según el análisis de correlación, se obtiene una correlación alta donde la variable Marketing digital se relaciona en 77.7% con la variable ventaja competitiva. Asimismo, el resultado del porcentaje de significancia fue de 0 %, que es menor al porcentaje fijado de 5%, por lo tanto, se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_o$ . Se concluye que el marketing digital se relaciona con la ventaja competitiva en las MYPEs del C.C. Shopping Center, San Miguel – 2018.

Rivera (2016) en su tesis *Caracterización de la competitividad bajo la teoría de la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas mypes del*

*sector servicio-rubro actividades de agencias de viajes y operadores turísticos del distrito de Huaraz, 2014*, para optar el título profesional de licenciada de administración. El objetivo primordial es determinar las características primordiales de los gerentes en las micro y pequeñas empresas, agencias de viajes y operadores turísticos, así como también determinar las características primordiales de la competitividad bajo la teoría de la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas del sector servicios. La metodología de la indagación fue cuantitativa, descriptiva y no experimental; para el recojo de la información se determinó una población de 16 gerentes de las MYPE; dándonos como resultado que el total de gerentes encuestados el 76.92% manifiestan que nunca realizan spot publicitario mediante radio, seguido por el 11.54% que manifiesta a veces, un 7,69% manifiesta que realizan casi nunca y un 3,85% manifiestan siempre. Se concluye que existe mucha amenaza de entrada de nuevos competidores ya que los costos iniciales no son muy elevados y no brindan un servicio diferenciado, cualquier empresa puede entrar a ofrecer un mejor servicio los puede sacar del mercado, en cuanto a los productos sustitutos en el mercado no hay muchos que cubran sus necesidades, el poder de negociación de los competidores no es muy alta porque existe mucha competencia en un sector generando así una mejor negociación.

Arias (2018) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el proceso de selección del personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de productos textiles (boutiques) del distrito de Huaraz, 2016*, para optar el título profesional de licenciada en Administración, cuyo objetivo principal fue describir las principales características de la gestión

de calidad bajo el proceso de selección del personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de productos textiles (boutiques) del distrito de Huaraz. La metodología de investigación que se utilizó fue de tipo descriptivo, de diseño no experimental, transeccional o transversal con una población de 16 gerentes de las Mypes. Se obtuvo como resultados que el 43,75% tienen de 41 a 50 años, de igual manera un 68,75% son mujeres, el 62,5% de los gerentes de las Mypes del rubro boutiques nunca reciben el currículum vitae de los empleados, el 62,5% de los encuestados nunca en la etapa de preselección realizan la retención del currículum según los intereses de la empresa; se llegó a la conclusión de que los gerentes muestran poco interés para cumplir adecuadamente con el proceso de selección del personal, también se observa que la mayoría relativa son mujeres que tienen de 41 a 50 años de edad y la mayoría absoluta son dirigidas por mujeres que tienen estudios secundarios.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### **a) Gestión de Calidad**

Guillet y Seno (2014) con referencia a Deming afirman que, la gestión de calidad llamado también ciclo PDCA por sus siglas en inglés (Plan-Do-Control-Act), es una técnica desarrollada por Walter A. Shewhart entre 1930 y 1940 para organizar el trabajo y seguimiento de proyectos; pero no fue hasta 1950 en que Deming abarca dicha técnica y la expande con el objetivo de hacer frente a los proyectos de acción y mejora de los procesos propios (internos y externos) en Japón, es por ello que dicha técnica adopta el nombre de ciclo de Deming.

Guillet y Seno, (2014) con referencia a Deming afirman: El ciclo PDCA es un sistema que permite establecer ciclos de mejora continua en los proyectos. Esta técnica es ampliamente utilizada por los sistemas de gestión de calidad (SGC), su propósito es desarrollar de forma constante y repetida acciones que lleven a una mejora continua, en esencia, formar una espiral de mejora continua (una vez culminado el ciclo, volver a comenzar un nuevo ciclo utilizando los datos y resultados obtenidos, para luego volver a desarrollar el ciclo y así sucesivamente).

El ciclo PDCA está compuesto por 4 etapas, las cuales son mencionadas por Gillet & Seno, (2014) referenciando a Deming:

- Plan (planificar): esta es la primera etapa del ciclo PDCA. Es donde se estudia la situación actual y se describe el proceso (insumos, proveedores y clientes; recopilar datos, identificar problemas, asignar teorías) con el propósito de desarrollar planes de acción y mejora.
- Do (hacer): aquí se desarrolla, implementa lo planificado con el fin de probar las teorías formuladas. A través de esta implementación se logra obtener resultados, los cuales deben ser registrados junto con los rendimientos obtenidos para un posterior análisis.
- Check (verificar) – Study (estudiar). En esta etapa se realiza la determinación de si el plan tentativo funciona de manera óptima, esto, a través del estudio y medición de los resultados, rendimiento y registros de aprendizaje obtenidos, para luego determinar si es necesario tomar en cuenta otros aspectos u oportunidades.

- Act (actuar). Aquí se seleccionan los mejores cambios. Se desarrolla un plan para su implementación (qué, quién y cuándo se debe hacer). Posteriormente se estandariza la solución creando nuevos estándares, se establece un proceso de control y vigilancia del desempeño del proceso. En cuanto a resultados no satisfactorios, se establecen medidas correctivas, cambios, y, si es necesario, cuando el caso lo amerite, desecharlos. Una vez finalizado el ciclo PDCA, este se vuelve a iniciar en base a los nuevos resultados y datos obtenidos, con la finalidad de encontrar nuevas oportunidades de mejora. Creando así un ciclo de trabajo en equipo.

La gestión de calidad es la unión de acciones planificadas y sistemáticas, que son necesarias para que se le otorgue la más adecuada confianza de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad; la gestión de calidad está centrado no solamente en la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes, sino que también se centra en los medios para poder obtenerlo; así mismo, la gestión de calidad hace uso del aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más potente (Cortéz, 2017).

La gestión de la calidad pone en marcha un sistema que anima a las organizaciones a identificar y analizar los requisitos del cliente, a definir unos procesos que proporcionen productos aceptables por el cliente y a mantener estos procesos bajo control, proporcionando así confianza tanto a la organización (antiguo aseguramiento interno) como a sus clientes (antiguo aseguramiento externo) de su capacidad para suministrar productos que cumplan los requisitos

de forma consistente para que se mejore o realce la satisfacción de los clientes (Cortéz, 2017).

## **b) Principios de gestión de calidad**

Cortéz (2017) afirma que los principios son:

- Enfoque al cliente: todas las organizaciones dependen netamente de sus clientes y por lo tanto ellos deben entender con claridad sus necesidades actuales y futuras, cumplir con lo requerido y no solo tratar de alcanzar las expectativas sino excederlas (Cortéz, 2017).
- Liderazgo: los llamados líderes crean un ambiente en el cual las personas o llamados sus seguidores pueden involucrarse totalmente en los logros de la organización (Cortéz, 2017).
- Implicación de todo el personal: los individuos, a todos los niveles, son la vida o esencia de una empresa y su total implicación les permite utilizar sus habilidades en beneficio de esta (Cortéz, 2017).
- Enfoque de proceso: se va a lograr un resultado más eficiente cuando los recursos relacionados y las actividades se controlan o se manejan como un proceso (Cortéz, 2017).
- Enfoque de sistema a la gestión: se va a contribuir a la efectividad y eficiencia de la empresa si se identifica, entiende y maneja un sistema como procesos que están relacionados para lograr un determinado objetivo (Cortéz, 2017).
- Mejora continua: la mejora continua tiene que estar siempre como objetivo de las organizaciones para que vayan en constante crecimiento (Cortéz, 2017).



- Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones: las decisiones efectivas se centran en un análisis lógico e intuitivo de datos e información (Cortéz, 2017).
- Relación de mutuo beneficio con proveedores: la habilidad del ente y la de sus proveedores de crear valor se hace más amplio por la relación de mutuo beneficio, en él se le trata al proveedor como un socio más de la empresa (Cortéz, 2017).

### **c) Ventaja Competitiva**

La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecen precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva (Porter, 2015).

Para analizar las fuentes de la ventaja competitiva se necesita un medio sistemático para examinar todas las actividades que se realizan y su manera de interactuar. La cadena de valor está integrada a un flujo más grande de actividades

llamado sistema de valores; el criterio fundamental de la diferenciación es la compañía y la función que el producto que esta ofrece desempeña en la cadena de valor del cliente, de la cual dependen sus necesidades (Porter, 2015).

#### **d) La cadena de valor**

La cadena de valor y la forma en que realiza las actividades individuales reflejan su historial, su estrategia, su enfoque en el establecimiento de la estrategia y la economía en que se basan dichas actividades. El nivel adecuado para construir una cadena de valor se conforma con las actividades que se desempeñan en una industria particular (la unidad de negocios); en el nivel industrial o sectorial la cadena resulta demasiado extensa, pues opaca importantes fuentes de la ventaja competitiva. Las cadenas de valor de la competencia a menudo son dos iguales, aunque los miembros de una misma industria cuenten con cadenas parecidas (Porter, 2015).

#### **e) Estrategias para lograr una ventaja competitiva**

1. El liderazgo en costos: representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior; esta estrategia requiere una atención prioritaria finalizada a reducir los costos de producción (Porter, 2015).
2. La diferenciación: se basa en adoptar una opción atractiva para las empresas que quieren construir un propio nicho de mercado y no apuestas por un elevado porcentaje de consenso en términos generales, sino que son compradores que buscan características peculiares (Porter, 2015).

3. El enfoque: consiste en especializarse un segmento del mercado y ofrecer el mejor producto pensando expresamente en los reales requerimientos de nuestro segmento (Porter, 2015).

Porter (2015) afirma que la ventaja competitiva le brinda un papel de primer nivel a las tecnologías en el desarrollo organizacional, con especial referencia a las tecnologías de la comunicación, que se pueden aplicar con excelentes resultados a cualquier rubro de negocio y que constituyen un valioso aporte a la ventaja competitiva. De la correcta utilización de las nuevas tecnologías de la comunicación podemos obtener varias ventajas, como las que se mencionan a continuación:

- Buen manejo de nuestro plan organizacional.
- Buena programación de la organización.
- Buenas posibilidades de llevar a cabo indagaciones de mercado efectivas.
- Buen desempeño de gestión de producto de una medición más exacta del mercado.

Porter (2015) menciona que podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. La estrategia competitiva toma acciones ofensivas y defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión.

Riquelme (2017) afirma que el modelo de la ventaja competitiva, se lleva a cabo a través de estrategias competitivas que permitan tomar acciones ofensivas

para sobreponerse a otras empresas del mismo rubro y obtener una posición beneficiosa y defendible en una industria; tiene como finalidad ayudar a la empresa a hacer frente a la competencia y lograr tener éxito, lo, que se traducirá en beneficios y ganancias económicas.

Cegarra y Martínez (2017) mencionan que en el enfoque estructuralista o de contenidos, la ventaja competitiva de las empresas aparece de la utilización de recursos valiosos, raros, presentes a largo plazo, que son difícilmente imitables o sustituibles y que se pueden aprovechar para la organización; las empresas en este caso procuran identificar y explotar sus recursos diferenciados y deben evitar que otras empresas los imiten; la ventaja competitiva sabemos que no es estable y podría desaparecer.

### **2.3. Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes)**

Un restaurante es un establecimiento que dispone de zonas de cocina y salón comedor debidamente equipados, donde se sirve comida y bebida a cambio de un precio establecido de antemano; así mismo, estos establecimientos desarrollan su actividad ofreciendo servicios de almuerzos y cenas, sin embargo, también pueden ofrecer otros servicios como banquetes, comidas para llevar o a domicilio; también se dice que en los últimos tiempos la mayor exigencia y poder adquisitivo de los clientes hacen que aparte de ampliar la oferta gastronómica obliga a seleccionar adecuadamente el entorno donde asentar nuestro negocio de restauración (Flores, 2018).

## **Micro y pequeña empresa**

La ley N° 30056, ley que fue promulgada el 2 de julio del 2013 tiene como objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; incentivando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que impulsen el emprendimiento (LEY N° 30056, 2013).

Las micro y pequeñas empresas son un conjunto heterogéneo de unidades económicas, que ha aumentado sostenidamente en las últimas décadas; las micro y pequeñas empresas constituyen un creciente sector en la economía, llegando a representar en algunos países hasta el 90% de todas las unidades económicas (Ponce y Zevallos, 2015).

La importancia de las micro y pequeñas empresas se evidencia desde distintos puntos de apreciación; para empezar, es una de las primordiales fuentes generadoras de empleo y como segundo lugar se da oportunidad a las personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo; así mismo, lograr contribuir con la producción de la macroempresa (Tello, 2014).

## **Microempresa**

LEY N° 30056 (2013) afirma que la microempresa debe tener ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias.

## **Pequeñas empresas**

Thompson (2007) afirma que, la pequeña empresa a lo largo del tiempo ha demostrado que en la mayoría de países, ya sean desarrollados o no desarrollados es un componente importante de la economía, y en muchos casos, es el pilar para crecer como mediana y grande empresa.

### **Características de la pequeña empresa**

La pequeña empresa tiene ciertas características que la diferencian de otros tipos de empresa (micro, mediana o grande empresa). Según Fleitman (2017), autor del libro *Negocios Exitosos*, las primordiales características de la pequeña empresa son:

- Ritmo de crecimiento por lo común superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el de la mediana o grande (Fleitman, 2017).
- Mayor división del trabajo (que la microempresa) originada por una mayor complejidad de las funciones; así como la resolución de problemas que se presentan; lo cual, requiere de una adecuada división de funciones y delegación de autoridad (Fleitman, 2017).
- Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa) en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros (Fleitman, 2017).
- Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades que proporciona la red de internet, puede traspasar las fronteras con sus productos (especialmente si son digitales, como software y libros digitales) y servicios (Fleitman, 2017).

- Está en plena competencia con empresas similares (otras pequeñas empresas que ofrecen productos y/o servicios similares o parecidos) (Fleitman, 2017).
- Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación (Fleitman, 2017).

## **2.4. Marco Conceptual**

### **Competencia**

El desarrollo de la competencia conduce a adoptar decisiones de calidad, de un modo sistemático, sacando rendimiento de las potencialidades que ofrece la tecnología, comprometiéndose con la decisión tomada y siendo coherente con la misma (López, 2018).

### ***Mercado***

El mercado es el punto de reunión donde convergen infinitas necesidades, lugar apropiado para el desarrollo, crecimiento y mejoramiento de la sociedad, partiendo desde una producción razonada hacia un consumo saludable; sin la existencia del mercado la vinculación entre producción y consumo estaría limitada, ya que la canasta total de las producciones obtenidas en sus fechas de cosecha a lo largo y ancho del país no estaría al alcance de todas las personas (Ramos, 2015).

### ***Producto***

Es aquel que ha sido realizado para una persona concreta con un alto coste; el producto respeta los valores de la marca, la cual reivindica su lugar en el

mercado, enfatizando su personalidad y distinguiendo al cliente por la exquisitez de su elección (Castaño y Jurado, 2016).

### ***Servicio***

Un servicio es un conjunto de actividades realizadas por una empresa para responder a las necesidades del cliente; por lo tanto, los proveedores de servicios no suelen manejar grandes materias primas y cuentan con pocas restricciones físicas (ECURED, 2019).

### ***Ventaja***

La ventaja de las entidades aparece de la utilización de recursos valiosos, raros, presentes a largo plazo, que son difícilmente imitables o sustituibles y que se pueden aprovechar para la organización; las entidades en este caso procuran identificar y explotar sus recursos diferenciados y deben evitar que otras entidades los imiten (Cegarra y Martínez, 2017).



### **III. Hipótesis**

En el presente trabajo de investigación titulada: Gestión de calidad con el uso de la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil (restaurantes), en la ciudad de Huaraz, 2018; no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

## **IV. Metodología**

### **4.1. Diseño de la investigación**

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño de características más resaltantes de los representantes, las MYPES, la línea de investigación y la variable de estudio.

La investigación cuenta con un nivel de tipo cuantitativo porque permitió recolectar datos conforme la variable de estudio, así mismo permite realizar la comparación de resultados con otras tesis similares, permitiendo a su vez una mejor comprensión de los resultados obtenidos en el estudio.

El diseño presentado es no experimental – transversal debido a que no se manipulo ninguna variable de estudio, procediéndose a realizar una observación para la obtención de los resultados. Es transversal porque se realizó en un tiempo establecido, sin recurrir a un segundo estudio para la recolección de datos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

### **4.2 Población y muestra**

Para este estudio la población estuvo conformado por los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz, 2018. En cuanto a la determinación de la muestra, se utilizó datos proporcionados por la SUNAT, por lo que se identificó 685 restaurantes donde se tomó como tamaño de muestra a 285 restaurantes de las MYPE en la ciudad de Huaraz, tomando la siguiente formula:

Z = Nivel de confianza

p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.

q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado

N = Tamaño del universo

e = Error de estimación máximo acertado

n = Tamaño de la muestra

Z =	1.96
p =	50%
q =	50%
N =	685
e =	5%
n =	285

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (144) (0.50) (0.50)}{(0.05)^2 (144 - 1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

n = 285 representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes.

#### 4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala de medición
Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas	Son personas que están a cargo de la dirección de una micro y pequeña empresa.	Los representantes de las MYPES tienen características diversas, como la edad, género, grado de instrucción, cargo que desempeña, el tiempo que viene desempeñando el cargo.	Edad	a) 18 a 30 años b) 31 a 50 años c) 51 a más años	Rango
			Género	a) Masculino b) Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior no universitaria e) Superior universitaria	Ordinal
			Cargo que desempeña	a) Dueño b) Administrador	Nominal
			Tiempo que desempeña en el cargo	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Rango

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala de medición
Micro y Pequeñas Empresas	Se le considera como una unidad económica que está constituida, ya sea por persona natural o jurídica.	Las MYPES son negocios pequeños que tienen varios años en el rubro, cuentan con cierta cantidad de trabajadores, motivo por la cual se creó, como están constituidas.	Tiempo de permanencia en el rubro	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Rango
			Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores	Rango
			Las personas que trabajan	a) Familiares b) No familiares	Ordinal
			Objetivo de creación	a) Generar ganancias b) Subsistencia	Nominal
			Ingreso promedio	a) Hasta los S/.52,500.00 b) Más de S/.52,500.00 hasta S/.595,000.00 c) Más de S/.595,000.00	Rango
			Tipo de empresa según constitución	a) Persona Natural b) EIRL c) SRL d) SAC e) SAA	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Escala de medición</b>
Gestión de calidad	La gestión de calidad es un sistema que permite establecer ciclos de mejora continua en los proyectos (Guillet y Seno, 2014).	La gestión de calidad es una técnica que ayuda a cumplir procesos, efectúa cambios, aporta en la mejora de la empresa, ayuda a las mypes a diferenciarse de la competencia y garantiza buenos resultados.	Realizar un plan de procesos	a) Si b) No	Nominal
			Efectuar cambios	a) Si b) No	Nominal
			Realizar mejoras en la empresa	a) Si b) No	Nominal
			Diferencia de la competencia por los precios	a) Sí b) No	Nominal
			Garantizar buenos resultados	a) Si b) No	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Escala de medición</b>
Ventaja Competitiva	Crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar crecimiento; la estrategia de toda empresa es generar un valor adjunto para los compradores (Porter, 2015).	La ventaja competitiva depende de ofrecer una propuesta de valor única a partir de una cadena de valor adaptada, se caracteriza por colocar a las mypes como un participante destacado, emplea estrategias, muestra cómo se puede perjudicar la empresa y asegura la satisfacción de sus clientes.	Participante destacado en el mercado.	a) Si b) No	Nominal
			Estrategias para diferenciarse	a) Si b) No	Nominal
			Precios elevados perjudican a la empresa	a) Si b) No	Nominal
			Reacción de sus clientes es satisfactoria	a) Si b) No	Nominal

#### **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### **Encuesta**

Se utilizó la técnica de la encuesta, se aplicó a los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio y para recolectar los datos adquiridos para la investigación aplicada hacia las MYPES.

El instrumento es donde se aplicó un cuestionario con preguntas y respuestas cerradas la cual se aplicará a todos los gerentes mediante la técnica de encuestas, obteniendo los resultados de la investigación (Baptista, Fernández y Hernández, 2014).

##### **4.5 Plan de análisis**

El procesamiento de los resultados conseguidos fue mediante la aplicación de las técnicas y herramientas, recurriendo a las fuentes, fueron ingresados a los programas especiales de cómputo como SPSS 25 y el programa Word para los datos de los antecedentes, la presentación de gráficos, tablas y cuadros estadísticos.



#### 4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología y diseño de la investigación	Instrumento y procedimiento
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de la ventaja competitiva en las Micro y Pequeñas Empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz – 2018?</p>	<p><b>Objetivo General:</b>                      Describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de la ventaja competitiva en las Micro y Pequeñas Empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz -2018.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b>                      1.- Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018.                      2.- Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018.                      3.- Identificar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018.                      4.- Denominar las principales características de la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018.</p>	<p>Ventaja Competitiva</p>	<p><b>Población:</b>                      La población para esta investigación es de 685 gerentes de la ciudad de Huaraz.</p> <p><b>Fuente:</b>                      Municipalidad Provincial de Huaraz, 2018</p> <p><b>Muestra:</b>                      La muestra se desarrollará utilizando la técnica del muestreo de 285 encuestados.</p>	<p><b>Tipo y Nivel:</b>                      Es de tipo cuantitativo, porque se realiza la recolección de datos en la medición de variables las que se representarán a través de números las que serán analizadas mediante gráficos estadísticos.</p> <p>El nivel será descriptivo porque se relatan las características respecto a la gestión de calidad de la ciudad de Huaraz, 2018.</p> <p><b>Diseño:</b>                      La investigación es de diseño no experimental y transversal, porque se observa los fenómenos tal cual en su estado actual en y son estudiados en un solo momento y en un único tiempo.</p>	<p><b>Técnica:</b>                      Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b>                      Cuestionario</p>

#### **4.7 Principios éticos**

Comité institucional de ética en investigación (2019), el trabajo se realizó con fines académicos, también a las futuras generaciones les será de gran utilidad; además este trabajo éticamente se respaldó por el respeto mutuo de todo el ser humano, tanto intelectual y físicamente. Teniendo en cuenta que la persona es el fin y no el medio, siendo imprescindible garantizar el respeto y la protección de su privacidad es por ello que en el presente trabajo los datos obtenidos respecto a los gerentes de las MYPES servirán para futuras generaciones.

Con veracidad: los principios están relacionados con la redacción de datos o información los mismos que fueron llevados a cabo sin alterar o falsificar la información, asumiendo que a través de la correcta comprobación y fiabilidad los agentes que participan en la investigación tengan acceso a los resultados.

Protección a las personas: se brinda información solo de las personas encuestadas, más no la información personal de los encuestados ya que no estamos autorizados a darla por respeto a su privacidad y porque no se busca vulnerar sus derechos.

Podemos mencionar también al método analítico que es el método de investigación la cual consiste en la desmembración de un todo, el análisis que se realizó en este método es la evaluación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia.

## V. Resultados

### 5.1. Resultados

Tabla 1.

*Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.*

Datos Personales	n	%
<b>Edad</b>		
18 a 30 años	133	46,7
31 a 50 años	95	33,3
51 a más años	57	20,0
Total	285	100,0
<b>Género</b>		
Masculino	266	93,3
Femenino	19	6,7
Total	285	100,0
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0,0
Primaria	0	0,0
Secundaria	95	33,3
Superior no universitaria	152	53,3
Superior universitaria	38	13,3
Total	285	100,0
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	209	73,3
Administrador	76	26,7
Total	285	100,0
<b>Tiempo que desempeña en el cargo</b>		
0 a 3 años	152	53,3
4 a 6 años	133	46,7
7 a más años	0	0,0
Total	285	100,0

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Tabla 2.

*Características de las Micro y Pequeñas Empresas.*

De la empresa	n	%
<b>Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro</b>		
0 a 3 años	133	46,7
4 a 6 años	114	40,0
7 a más años	38	13,3
Total	285	100,0
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	129	45,3
6 a 10 trabajadores	137	48,1
11 a más trabajadores	19	6,7
Total	285	100,0
<b>Las personas que trabajan en su empresa son:</b>		
Familiares	76	26,7
Personas no familiares	209	73,3
Total	285	100,0
<b>Objetivo de creación</b>		
Obtener ingresos	209	73,3
Subsistencia	76	26,7
Total	285	100,0
<b>Ingreso promedio de la empresa</b>		
Hasta los S/. 52,500.00	228	80,0
Más S/. 52,500.00 hasta S/. 595,000.00	57	20,0
Más de S/. 595,000.00	0	0,0
Total	285	100,0
<b>Tipo de Mype de acuerdo a su constitución</b>		

Persona natural	190	66,7
EIRL	57	20,0
SRL	19	6,7
SAC	19	6,7
SAA	0	0,0
Total	285	100,0

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Tabla 3.

*Características de la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas.*

Gestión de Calidad	n	%
<b>Objetivos de la empresa y el plan de procesos</b>		
Si	247	86,7
No	38	13,3
Total	285	100,00
<b>Rendimiento de su empresa y existencia de cambios</b>		
Si	266	93,3
No	19	6,7
Total	285	100,0
<b>Realización de mejoras en su empresa</b>		
Si	152	53,3
No	133	46,7
Total	285	100,0
<b>Diferencia de competencia en los precios</b>		
Si	95	33,3
No	190	66,7
Total	285	100,0
<b>La atención a los clientes y existencia de buenos resultados</b>		
Si	190	66,7
No	95	33,3
Total	285	100,0

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Tabla 4.

*Características de la ventaja competitiva de las Micro y Pequeñas Empresas.*

Ventaja Competitiva	n	%
<b>Participante destacado en la empresa en el mercado</b>		
Si	95	33,3
No	190	66,7
Total	285	100,0
<b>Estrategias de diferencia en la competencia</b>		
Si	228	80,0
No	57	20,0
Total	285	100,0
<b>Los precios que perjudican en su empresa</b>		
S	228	80,0
No	57	20,0
Total	285	100,0
<b>La reacción de los clientes en su satisfacción.</b>		
Si	266	93,9
No	19	6,7
Total	285	100,0

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018.

## 5.2. Análisis de resultados

### **Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.**

Con respecto a la edad de los representantes: el 46.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 18-30 años (Tabla 1), dichos resultados coinciden con los resultados encontrados por Rivera (2016) debido a que el 38.5% tienen entre 26 a 35 años de edad lo cual está dentro del rango de edades de nuestros resultados obtenidos, también coinciden con los datos encontrados por Villanueva (2018) donde el 42.86% tienen entre 18 a 30 años, lo cual están dentro del rango de edades; pero contrastan con los resultados encontrados por Gutti (2018) donde el 65.7% tienen las edades entre 31 y 50 años; esto demuestra que hoy en día las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) están dirigidas tanto por personas adultas y jóvenes que están dispuestos a apostar por el crecimiento empresarial, ya que estas personas cuentan con experiencia en el rubro y están capacitadas para dirigir un negocio.

Con respecto al género de los representantes: se observa que el 93.3% son de sexo masculino (Tabla 1), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Torres (2016) donde el 87.5% de los representantes son del sexo masculino, también coinciden con los resultados encontrados por Villanueva (2018) donde el 71.43% de los representantes son del sexo masculino; pero contrastan con los resultados encontrados por Rivera (2016) debido a que el 45.4% de los representantes son del sexo femenino; demostrando que hoy en día los



negocios en el rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) son dirigidos por personas del sexo masculino

Con respecto al grado de instrucción de los representantes: se encontró que el 53.3% de los representantes tienen el grado de instrucción de superior no universitaria (Tabla 1), estos resultados coinciden con los resultados de Figueroa (2018) donde el 60.3% de los representantes tienen el grado de instrucción de superior no universitaria, también coinciden con los resultados encontrados por Rivera (2016) donde el 45.5% de los representantes tienen el grado de instrucción de superior no universitaria; pero contrastan con los resultados encontrados por Huarcaya y Huincho (2018) donde el 51.6% de los representantes tiene el grado de instrucción de superior universitaria; lo cual demuestra que no siempre se puede tener un negocio con un grado de instrucción alto, en el rubro de actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) se puede emprender ya sea con un grado de instrucción bajo.

Con respecto al cargo que desempeña el representante: se puede observar que el 73.3% son dueños de la empresa (Tabla 1), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Rivera (2016) donde el 70% de los representantes son dueños de su empresa, también coinciden con los resultados encontrados por Torres (2016) donde el 81.3% de los representantes son dueños del negocio; pero contrastan con los resultados encontrados por Huarcaya y Huincho (2018) donde el 65.3% de los representantes del negocio son administradores; esto demuestra que en la mayoría del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) los representantes son dueños.

Con respecto al tiempo que desempeña su trabajo el representante: se puede observar que el 53.3% de los representantes desempeñan su cargo de 0 a 3 años y 4 a 6 años (Tabla 1), estos resultados coinciden con los resultados encontrados con Rivera (2016) donde el 47.6% de los representantes desempeñan su cargo desde 2 a 3 años, lo cual está dentro de nuestro rango de tiempo que desempeñan su trabajo, también coinciden con los resultados encontrados por Figueroa (2018) donde el 35.7% de los representantes desempeñan su cargo de 3 a 6 años, lo cual está dentro del rango de tiempo que desempeñan su cargo; pero contrastan con los resultados encontrados por Gutti (2018), donde el 56.2% de los representantes desempeñan su cargo por más de 7 años; con los datos obtenidos se puede apreciar que los representantes del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) desempeñan su cargo hasta un máximo de 6 años.

### **Características de las micro y pequeñas empresas**

Referente al tiempo de permanencia de la empresa en el rubro: se puede ver que el 46.7% de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años y de 4 a 6 años de permanencia en el rubro (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Rivera (2016), donde el 53.3% de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, también coinciden con los resultados encontrados por Villanueva (2018), donde el 61.9% de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 6 años de permanencia en el rubro, también coinciden con los resultados de Torres (2016), donde el 34.5% de las micro y pequeñas empresas tiene de 0 a 4 años de permanencia en el rubro, también

coinciden con los resultados encontrados por Figueroa (2018), donde el 45.8% de la micro y pequeñas empresas permanecen en el rubro de 3 a 5 años; pero contrastan con los resultados encontrados por Gómez (2016), debido a que el 56.3% de las micro y pequeñas empresas permanecen en el rubro por más de 7 años; esto demuestra que en estos tiempos las empresas del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) han optado por permanecer en este negocio por más tiempo.

Referente al número de trabajadores: se encontró que el 46.7% de los restaurantes tienen de 1 a 5 trabajadores y de 6 a 10 trabajadores (Tabla 2) estos resultados tienen cierta similitud con el de Gómez (2016), donde el 45% de los restaurantes tienen de 1 a 10 trabajadores; pero contrastan con los resultados encontrados por Huarcaya y Huincho (2018), donde el 22.3% de los restaurantes tienen de 11 a más trabajadores; esto demuestra que en el rubro de actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes), la mayoría cuenta con una gran cantidad de trabajadores.

Referente a las personas que trabajan en la empresa: se puede observar que el 73.3% de los trabajadores son personas no familiares (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados de Torres (2016), donde el 54.7% de los trabajadores son personas no familiares; esto demuestra que en el rubro de actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas la mayoría de los dueños prefieren trabajar con personas que no sean familiares, para que no haya demasiadas discusiones.

Referente al objetivo de creación: el 73.3% de los representantes creó su empresa con el objetivo de obtener ingresos (Tabla 2), estos resultados concuerdan con los resultados encontrados por Villanueva (2018), donde el 57.1% de las mypes fueron creadas con la finalidad de generar utilidades, generar empleo y satisfacer necesidades; en las bases teóricas podemos encontrar que Tello (2014) menciona que las mypes son fuentes principales de empleo y generadoras de ingresos, logra también ayudar a los desempleados para que puedan generar su propio empleo; esto demuestra que los representantes crean su empresa para poder tener ingresos y además generar empleo para esas personas que no cuentan con un empleo, ayudándolos a crear su propia empresa para que puedan salir adelante.

Referente a los ingresos mensuales de la empresa: se encontró que el 80% de las empresas obtienen ingresos hasta S/.52,000.00 (Tabla 2), esto demuestra que en el rubro de actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) los ingresos son buenos para poder seguir trabajando en este rubro; además es una fuente generadora de empleo para los que lo necesitan, y gracias a esos ingresos pueden lograr posicionarse como un participante destacado en el mercado.

Referente a la constitución de la empresa: se encontró que el 66.7% de las empresas se constituyen como persona natural (Tabla 2), estos resultados concuerdan con los de Torres (2016), donde el 45.5% de las empresas se constituyen como persona natural, también concuerdan con los resultados de Figueroa (2018), donde el 34.6% de las empresas se constituyen como persona natural; esto demuestra que hoy en día en el rubro de actividades de restaurantes

y de servicio móvil de comidas (restaurantes) la mayoría se constituye como persona natural.

### **Características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas.**

Referente al plan de procesos: el 86.7% de los representantes si hacen un plan de procesos para poder cumplir los objetivos de la empresa (Tabla 3), estos resultados concuerdan con los de Villanueva (2018), donde el 47.6% de los representantes usa el plan de procesos para poder realizar una buena gestión de calidad que ayude a cumplir los objetivos de la empresa, también concuerdan con los resultados de Aranda (2017), donde el 88.9% de los representantes realizan un plan de procesos para establecer logros, criterios y estrategias al momento de brindar el servicio; esto demuestra que en el rubro de actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes), la mayoría de los representantes usan el plan de procesos para el mejoramiento de su empresa.

Referente a efectuar cambios: el 93.3% de los representantes si efectúan cambios cuando observan un bajo rendimiento en su empresa (Tabla 3), estos resultados concuerdan con los de Aranda (2017), donde el 96.3% de los representantes implementa los cambios en la empresa para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos; esto demuestra que los representantes del rubro de las actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) no se quedan atrás cuando ven que hay bajo rendimiento en su empresa y efectúan cambios para una mejora en su empresa.

Referente a las mejoras en la empresa: el 53.3% si creen que con el negocio que tienen pueden realizar mejoras en su empresa (Tabla 3), estos resultados concuerdan con los resultados de Aranda (2017), donde el 74.1% de los representantes creen en los aspectos de la mejora continua en las que se centra su empresa; estos resultados contrastan con los resultados de Huarcaya y Huincho (2018), donde el 21.2% de los representantes creen desfavorable el negocio en el rubro de actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas; esto demuestra que en el rubro de actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) ven rentable el negocio para el mejoramiento de la empresa.

Referente a la diferenciación: el 66.7% de los representantes no se diferencian solamente con los precios, sino por los diferentes servicios que ofrecen (Tabla 3), estos resultados concuerdan con los resultados de Arias (2015), donde el 70% no solo se diferencian en los precios, esto debido a que brindan varios servicios; estos resultados demuestran que los representantes del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) no solamente se diferencian por los precios sino por la variedades de servicios que ofrecen a sus clientes.

Referente a la atención al cliente: el 66.7% de los representantes de los restaurantes creen que con la buena atención al cliente les garantiza la obtención de buenos resultados (Tabla 3), estos resultados concuerdan con los resultados de Horna (2017), donde el 60% de los representantes, creen que la buena atención al cliente les dará buenos resultados si poseen información válida de los mismos,

también concuerdan con los resultados de Huarcaya y Huincho (2018), donde el 15% de los representantes creen que habrá un crecimiento de demanda de productos debido a la buena atención de clientes; estos resultados demuestran que los representantes de los restaurantes creen que el practicar la buena atención al cliente ayudarán al crecimiento de su empresa.

### **Características de la ventaja competitiva de las micro y pequeñas empresas.**

Referente a la participación en el mercado: el 66.7% de los representantes no se consideran como un participante destacado en el mercado (Tabla 4), estos resultados concuerdan con los resultados de Huarcaya y Huincho (2018), donde el 21.1% de los representantes considera que es muy desfavorable su participación en el mercado; estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Sotelo (2015), donde el 87.8% cuentan con mayor presencia en el mercado pero no cuentan con alguna certificación; esto demuestra que hay algunas empresas que quieren darse por vencidos al ver algunas falencias; así mismo, también se observa a empresas que quieren trabajar de todas maneras, arriesgándose a pagar multas debido a las no certificaciones.

Referente a las estrategias: el 80% de los representantes si emplean estrategias para diferenciarse de la competencia (Tabla 4), estos resultados concuerdan con los resultados de Huarcaya y Huincho (2018), donde el 18.2% usan diferentes estrategias para poder diferenciarse de sus competidores para poder estar entre las empresas importantes; esto demuestra que hoy en día los

representantes hacen uso de estrategias para poder seguir permaneciendo en el mercado y mantenerse en competencia.

Referente a los precios elevados: el 80% de los representantes de los restaurantes creen que los precios elevados perjudican a su empresa (Tabla 4), estos resultados concuerdan con Huarcaya y Huincho (2018), donde el 60.2% de los representantes creen que un elevado precio en los insumos perjudica a la empresa, y obtendrán pérdida de clientes; esto demuestra que los representantes buscan el precio más adecuado para que los clientes se sientan satisfechos con la atención.

Referente a la satisfacción de los clientes: el 93.3% de los representantes si observan que sus clientes se van satisfechos con la atención recibida (Tabla 4), estos resultados concuerdan con los resultados de Huarcaya y Huincho (2018), donde el 76.4% de los representantes observan la satisfacción de sus clientes al ser atendidos; esto demuestra que los representantes están siempre al pendiente de sus colaboradores a la hora de brindar el servicio a los clientes para que ellos puedan estar satisfechos y logren volver con más clientes.



## VI. Conclusiones

La mayoría simple (46.7%) de los representantes tienen edades entre 18 a 30 años, casi en su totalidad (93.3%) son del género masculino, la mayoría simple (53.3%) tienen grado de instrucción de superior no universitaria, también en su mayoría relativa (73.3%) son dueños de su propia empresa; así mismo, la mayoría simple (53.3%) se desempeñan en el cargo de 0 a 3 años.

La mayoría simple (46.7%) de las mypes permanecen en el rubro de 0 a 3 años, también la mayoría simple (48.1%) cuentan con 6 a 10 trabajadores; así mismo, la mayoría relativa (73.3%) trabajan con personas no familiares, la mayoría relativa (73.3%) crearon su empresa para obtener ingresos, casi en su totalidad (80.0%) obtienen ingresos hasta los S/. 52,500.00 y, por último, la mayoría relativa (66.7%) de los representantes crean a su empresa como persona natural.

La mayoría relativa (86.7%) de los representantes hacen un plan de procesos para cumplir los objetivos de la empresa, también casi en su totalidad (93.3%) efectúan cambios al observar bajo rendimiento en la empresa, la mayoría simple (53.3%) realizan mejoras con el negocio que tienen; así mismo, en su mayoría relativa (66.7%) no se diferencian de la competencia únicamente por los precios y finalmente, en su mayoría relativa (66.7%) creen que la buena atención al cliente le garantiza buenos resultados.

La mayoría relativa (66.7%) de los representantes no se consideran como participante destacado en el mercado, en su totalidad (80.0%) emplean estrategias para diferenciarse de la competencia; así mismo, la mayoría relativa (80.0%) creen que los precios elevados perjudican a la empresa y la mayoría relativa (93.9%) observan que sus clientes se sienten satisfechos con la atención recibida.

## **Aspectos complementarios**

Recomendar que siempre hagan un buen plan de procesos, ya que de acuerdo a ello podrán lograr cumplir sus objetivos sin tantas falencias, además, tienen que seguir realizando mejoras en su empresa para un mejor posicionamiento.

Hacer que sus colaboradores y clientes se sientan cómodos por el espacio, opten por efectuar cambios, ya que si lo hacen podrán generar más ingresos y además buenas referencias de sus comensales.

Hacer capacitaciones más a sus colaboradores, con la intención de mejorar en el aspecto del servicio al cliente, ya que es fundamental la buena atención al cliente para seguir obteniendo más clientes y así poder lograr una buena ventaja competitiva para con sus competidores.

Mejorar el servicio a un precio adecuado que les convenga tanto a la empresa como al cliente; además, no dejemos de lado la higiene personal que es muy importante para dar una buena imagen de la empresa a sus comensales.

## Referencias Bibliográficas

- Amat Royo, J. (6 de Abril de 2016). *Estrategia y Competitividad*. Recuperado el 2019, de Estrategia y Competitividad: <http://www.joaquinamat.es/globalizaci%C3%B3n/ventaja-competitiva-internacional/>
- Aranda Sernaque, J. E. (2017). *La gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016*. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Chimbote. 2019. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3340/MICROEMPRESAS\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_CALIDAD\\_TOTAL\\_ARANDA\\_SERNAQUE\\_JHON\\_ERICK.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3340/MICROEMPRESAS_GESTION_DE_CALIDAD_CALIDAD_TOTAL_ARANDA_SERNAQUE_JHON_ERICK.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arias Quispe, M. N. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el proceso de selección del personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de productos textiles (Boutiques) del distrito de Huaraz, 2016*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Huaraz. 2019. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5243/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_BOUTIQUES\\_ARIAS\\_QUISPE\\_MEYLIN\\_NERIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5243/GESTION_DE_CALIDAD_BOUTIQUES_ARIAS_QUISPE_MEYLIN_NERIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bardasuc, L. (2015). *Crear y mantener la ventaja competitiva - estudio sobre la ventaja competitiva por medio de la innovación y creatividad en las universidades*. Tesis para optar el grado de doctor en Economía y Empresa, Universidad Europea Laurete International Universities, Madrid. 2019. <https://abacus.universidadeuropea.es/handle/11268/5871>
- Castaño, J. J., & Jurado, S. (2016). *Venta técnica Ed. 2016*. Madrid: Editex.
- Cegarra Navarro, J. G., & Martínez Martínez, A. (2017). *Gestión del conocimiento*. Madrid: ESIC Editorial.

- Cortéz Sanchez, J. (2017). *Sistema de gestión de calidad*. Málaga: ICB Editores.
- De matos, P. M. (2013). *Ventajas Competitivas de Empresas Portuguesas en su internacionalización con IED en España*. Tesis para optar el grado de doctor en Economía Aplicada, Universidad Complutense de Madrid, Madrid. 2019. <http://eprints.ucm.es/20952/1/T34407.pdf>
- Domínguez Blanco, L. R. (2013). *La estrategia de abastecimientos internacionales y sus ventajas competitivas: análisis longitudinal y estudio de casos en empresas mexicanas de manufactura*. Tesis para optar el grado de doctor en Economía y Dirección de Empresas, Universidad de Deusto, San Sebastián. 2019. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=118107>
- ECURED. (2019). *Servicio*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Servicio>
- Figuroa Flores, S. I. (2018). *Gestión del conocimiento y marketing interno en el desarrollo de ventajas competitivas en el sector hotelero*. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huánuco. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2743/GESTION\\_DEL\\_CONOCIMIENTO\\_MARKETING\\_INTERNO\\_FIGUEROA\\_FLORES\\_SOFIA\\_ISABEL.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2743/GESTION_DEL_CONOCIMIENTO_MARKETING_INTERNO_FIGUEROA_FLORES_SOFIA_ISABEL.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Fleitman, J. (2017). *Las pequeñas empresas*. 2019. <http://keilaacu.blogspot.com/>
- Flores Alegría, A. (2018). *Servicio en restaurante*. Madrid: RA-MA Editorial.
- Gómez Yalán, A. B. (2016). *La localización de planta como ventaja competitiva para una empresa de alquiler de cargadores frontales*. Tesis para optar el grado de licenciado en administración de empresas, Universidad Autónoma de Ica, Ica. 2019. <http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/bitstream/autonomadeica/99/1/GOMEZ%20YALAN%20ANA%20BELEN-LOCALIZACION%20PLANTA%20COMO%20VENTAJA%20COMPETITIVA.pdf>

- Guillet-Goinard, F., & Seno, B. (2014). *La caja de herramientas... Control de Calidad*. México: Grupo Editorial Patria.
- Gutti Cabrera, J. J. (2018). *El marketing digital y la ventaja competitiva en las Mypes del C.C. Shopping Center, San Miguel*. Tesis para optar el título de licenciado en administración, Universidad Cesar Vallejo, San Miguel. 2020. [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23213/Gutti\\_CJJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23213/Gutti_CJJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, S., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta edición ed.). México: McGrawHillEducation.
- Horna Chavez, C. D. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Trujillo. 2019. [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Uladech\\_Biblioteca\\_virtual%20\(54\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(54).pdf)
- Huarcaya Taype, R., & Huincho Martínez, E. (2018). *La calidad de servicios y la ventaja competitiva en el banco de la nación agencia II Huancavelica, año 2017*. Tesis para optar el grado de licenciado en administración, Universidad Nacional de Huancavelica, Huancavelica. 2019. <http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/2553/TESIS-2018-ADMINISTRACI%c3%93N-HUARCAYA%20TAYPE%20Y%20HUINCHO%20MART%c3%8dNEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Comité institucional de ética en Investigación. (2019). *Código de ética para la investigación versión 002*. Chimbote. 2019. <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>

- Laurente, J. (20 de Febrero de 2017). Ventaja Competitiva: Bono demográfico en Perú se extiende hasta el 2047. *Andina, agencia peruana de noticias*.
- LEY N° 30056. (2 de Julio de 2013). Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Lima: Ministerio de producción y economía.
- López Jurado, P. M. (2018). *Mirando hacia el futuro: la competencia transversal del liderazgo*. Madrid: Editorial UNED.
- Miranda Gonzáles, F., Chamorro Mera, A., & Rubio Locoba, S. (2012). *Introducción a la gestión de calidad*. Madrid: Delta Publicaciones.
- Nuria Balagué, J. (2014). *Gestión de la calidad en la biblioteca*. Barcelona: Editorial UOC.
- Ponce Regalado, F., & Zevallos Vallejos, E. (2015). La innovación en la micro y la pequeña empresa (MYPE): no solo factible, sino accesible. 47-48.
- Porter, M. E. (2015). *Ventaja Competitiva*. México: Grupo Editorial Patria.
- Porter, M. E. (2017). *Ser competitivo: Edición actualizada y aumentada*. México: Grupo Planeta.
- Ramos Bravo, D. (2015). *Concepto Mercado*. Buenos Aires: Editorial Dunken.
- Ramos Sanchez, J. D., & Cipriano Marin, F. (2010). *Las ventajas competitivas y los profesionistas en México*. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Riquelme, M. (23 de Junio de 2017). *Teoría de la ventaja competitiva*. Obtenido de Teoría de la ventaja competitiva: <https://www.emprendices.co/teoria-la-ventaja-competitiva/>
- Rivera Espinoza, E. M. (2016). *Caracterización de la competitividad bajo la teoría de la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas Mype del sector servicio - rubro actividades de agencias de viajes y operadores turísticos del*

*distrito de Huaraz, 2014.* Tesis para optar el título de licenciada en administración, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Huaraz. 2019. [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Uladech\\_Biblioteca\\_virtual%20\(52\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(52).pdf)

Sánchez Azor, S. (2017). *Gestión de la calidad ISO 9001/2015 en comercio.* Málaga: Editorial Elearning, S.L.

Sanjinés M, F. (2002). *Ventajas comparativas y competitivas del comercio regional orureño.* La paz: FUNDACIÓN PIEB.

Sotelo Raffo, J. L. (2017). *La gestión por procesos en su papel de estrategia generadora de ventaja competitiva aplicada a los enfoques de asociatividad de las MyPES: caso peruano - 2016.* Tesis para optar el título de doctor en administración y dirección de empresas, Universitat Politècnica de Catalunya Barcelonatech, Barcelona. 2019. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/406961/TJLFSR1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

SUNARP. (21 de Julio de 2017). Sunarp capacitará a jóvenes emprendedores de Huaraz a constituir empresas. *Oficina general de comunicaciones - Sunarp.*

Tello Cabello, S. Y. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *Lex*, 203-204.

Thompson, I. (2007). *La pequeña empresa.* 2019. <https://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>

Torres Reátegui, R. C. (2016). *Ventajas Competitivas de las MYPES de calzado para la exportación del Distrito El porvenir.* Tesis para optar el título de licenciado en negocios internacionales, Universidad Cesar Vallejo, Lima. Recuperado el 2019, de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/12498>

Villanueva Guerrero, L. R. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio-rubro pollería del distrito de nuevo chimbote, provincia del Santa, año 2017.* Tesis para optar el

grado académico de bachiller en administración, Universidad Católica Los  
Ángeles                      Chimbote,                      Chimbote.                      2019.  
file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Uladech\_Biblioteca\_virtual%20(53).p  
df



Anexos

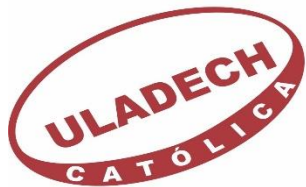
Anexo N° 01: Cronograma de actividades

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>															
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>Abril 2020</b>								<b>Mayo 2020</b>						
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
<b>Socialización Del Spa/Informe Final Del Trabajo De Investigación Y Artículo Científico</b>															
Informe Final De Investigación															
<b>Presentación del Primer Borrador del Informe Final</b>															
Cronograma															
Primer Borrador del Informe Final															
<b>Mejora de la Redacción del Primer Borrador del Informe Final</b>															
Segundo Borrador del Informe Final															
<b>Primer Borrador De Artículo Científico</b>															
Artículo Científico Turnitin															
<b>Programación de la Segunda Tutoría Grupal/ Mejoras a la Redacción del Informe Final y Artículo Científico</b>															
Levantamiento de Observaciones del Artículo Científico															
<b>Revisión Y Mejora Del Informe Final</b>															
Tercer Borrador del Informe Final															
Segundo Borrador del Artículo Científico															
Primer Borrador de la Ponencia															

<b>Revisión y Mejora del Artículo Científico</b>																			
Tercer Borrador del Artículo Científico																			
Segundo Borrador de la Ponencia																			
<b>Redacción del Artículo Científico y Sustentación del Informe Final</b>																			
Artículo de Investigación																			
Informe Final de Tesis																			
Ponencia del Informe de Investigación																			
<b>Calificación Sustentación del Informe Final, Artículo Científico y Ponencia Por El Ji</b>																			
<b>Calificación y Sustentación del Informe Final y Artículo Científico Por El Ji (2da. Revisión)</b>																			
Empastado																			
Sustentación del Informe de Investigación																			
<b>Calificación y Sustentación del Informe Final y Artículo Científico Por El Ji (2da. Revisión)</b>																			
Informe Final Turnitin																			
Sustentación del Informe de Investigación																			

Anexo N° 02: Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
<input type="checkbox"/> Impresiones	30.00	2	60.00
<input type="checkbox"/> Fotocopias	15.00	2	30.00
<input type="checkbox"/> Empastado	25.00	1	25.00
<input type="checkbox"/> Papel bond A-4 (500 hojas)	20.00	2	40.00
<input type="checkbox"/> Lapiceros	29.00	1	29.00
<b>Servicios</b>			
<input type="checkbox"/> Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			<b>284.00</b>
<b>Gastos de viaje</b>			
<input type="checkbox"/> Pasajes para recolectar información	10.00	1	10.00
<b>Sub total</b>			<b>10.00</b>
<b>Total, de presupuesto desembolsable</b>			<b>294.00</b>
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
<input type="checkbox"/> Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
<input type="checkbox"/> Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
<input type="checkbox"/> Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	3	120.00
<input type="checkbox"/> Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			<b>360.00</b>
<b>Recurso humano</b>			
<input type="checkbox"/> Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	2	126.00
<b>Sub total</b>			<b>126.00</b>
<b>Total, de presupuesto no desembolsable</b>			<b>486.00</b>
<b>Total (S/.)</b>			<b>780.00</b>



**UCT**

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “**Gestión de calidad con el uso de la Ventaja Competitiva en las Micro y Pequeñas Empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comida (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018**”. Para obtener el grado de bachiller en administración. Se le agradece anticipadamente por la información que usted proporcione.

**1. GENERALIDADES**

**1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.**

**1. Edad**

- a. 18 – 30 años.
- b. 31 – 50 años.
- c. 51 a más años.

**2. Género**

- a. Masculino.
- b. Femenino.

**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. Administrador.
- 5. Tiempo que desempeña en el cargo**
- 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 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 su empresa son:**
- a. Familiares
  - b. Personas no familiares
- 9. Objetivo de creación**
- a. Obtener ingresos.
  - b. Subsistencia.
- 10. Ingresos mensuales de la empresa**
- a. Hasta S/. 52,500.00
  - b. Más de S/. 52,500.00 hasta S/. 595,000.00
  - c. Más de S/. 595,000.00
- 11. Tipo de MYPE de acuerdo a su constitución**
- a. Persona natural
  - b. EIRL (Empresa Individual de Responsabilidad Limitada)
  - c. SRL (Sociedad de Responsabilidad Limitada)
  - d. SAC (Sociedad Anónima Cerrada)
  - e. SAA (Sociedad Anónima Abierta)

## **2. REFERENTE A LA GESTIÓN DE CALIDAD**

### **2.1. GESTIÓN DE CALIDAD**

- 12. Usted para poder cumplir los objetivos de la empresa, ¿hace un plan de procesos?**
- a. Si.
  - b. No.
- 13. Usted al ver bajo rendimiento en su empresa, ¿efectúa cambios?**
- a. Si.
  - b. No.
- 14. ¿Usted con el negocio que tiene puede realizar mejoras en su empresa?**
- a. Si.
  - b. No.
- 15. ¿Usted se diferencia de su competencia únicamente por los precios?**
- a. Si.
  - b. No.
- 16. ¿Usted cree que la buena atención al cliente le garantiza buenos resultados?**
- a. Si.
  - b. No.

### **2.2.REFERENTE A LA VENTAJA COMPETITIVA**

- 17. ¿Usted considera a su empresa como un participante destacado en el mercado?**
- a. Si.
  - b. No.
- 18. ¿Usted emplea estrategias para diferenciarse de la competencia?**
- a. Si.
  - b. No.
- 19. ¿Cree usted que los precios elevados perjudican a la empresa?**
- a. Si.
  - b. No.
- 20. ¿La reacción de sus clientes es satisfactoria al ser atendidos?**
- a. Si.
  - b. No.

Anexo N° 04: Directorio

<b>Relación de restaurantes con licencia municipal de funcionamiento</b>			
<b>N°</b>	<b>Nombres y Apellidos/Razón social</b>	<b>Actividad</b>	<b>Dirección</b>
1	HUERTA CHAVEZ MIRIAM MARIBEL	COMIDA AL PASO (RESTAURANTE)	AV. TORIBIO DE LUZURIAGA N° 627
2	VALVERDE AGUILAR ROXANA	VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN GENERAL	PJ. DANIEL CORAL VEGA N° 541
3	CLEMENTE TORRE ADOLFO LEONID	RESTAURANT DE COMIDA NACIONAL - INTERNACIONAL	JR. MARTIN Y JUAN DE LA CRUZ ROMERO - C-27- BELEN
4	NUÑEZ VILCHEZ ROCIO DEL CARMEN	DELIVERI DE COMIDAS, ANTICUCHOS	JR. JOSE DE LA MAR N° 854 ZONA ALUVIONICA
5	RAMIRES MACEDO ALCIRA ABDIAS	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SIMON BOLIVAR N° 926
6	LA CASITA HZ EIRL	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SAN MARTIN N° 1001
7	MORENO CAURURU JORGE CESAR	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL SUR N°662
8	AGUILAR COLONIA GIANANNA MAGALY	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJ. UNION N° 101
9	JORGE SANTOS PAZ LIÑAN	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. LUCAR Y TORRE N° 445
10	COCO AMADOR AMASIFUEN MACEDO	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. HUASCARAN N° 316
11	TAMAYO GARAY OLIMPO CESAR	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	MERCADO CENTRAL DE HUARAZ R-17 – HUARUPAMPA
12	DOMINGUEZ MUÑOZ ISABEL	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. GIRASOLES MZ-168 - LT -08 - VILLON ALTO
13	SERVICIOS GENERALES 13 BUHOS EIRL	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PJ. COPA N° 755 - PARQUE GINEBRA ZONA COMERCIAL
14	DE 10 S.A.C	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PJ. MANUEL VILLARAN Y LOLI S/N MZ- C- 02 LT - 09 ZONA COMERCIAL
15	RIOS VERGARA DAVID ENRIQUE	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LUZURIAGA N° 653
16	FELIX BLAS RUTH MAGALY	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JOSE DE SUCRE N°817
17	BARRENECHEA CHAMORRO CRISTO	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SIMON BOLIVAR N° 490
18	POLO SANCHEZ YESICA MARLENA	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRATERNIDAD INTER.OESTE N°908 CHALLHUA
19	TOLEDO MAVILA RODRIGO ANTONY	RESTAURANT Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. PEDRO VILLON MZ- 3- LT- 3 VILLON BAJO
20	MILLA MARCHENA DINA MARIA	VENTA DE COMIDAS	AV. 27 DE NOVIEMBRE S/N MZ- 17 LT- 18 VILLON BAJO

21	RUIZ MEZARINA REINER MARCELO	VENTA DE COMIDAS	JR. 28 DE JULIO N° 362 ZONA COMERCIAL
22	LEON CASTILLEJO DENITZA JUDITH	VENTA DE COMIDA VEGETARIANA Y PARRILLAS	PQ. GINEGRA MZ- UNICA N° 118 ZONA COMERCIAL
23	RAMIREZ VEGA MARILUZ BETTY	VENTA DE COMIDAS	AV. LUZURIAGA N° 631 INTERIOR: 4 PARQUE DEL PERIODISTA
24	ASIS GUERRERO YESICA MARLENI	RESTAURANT, VENTA DE COMIDAS TIPICAS	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL OESTE N°906 HUARUPAMPA
25	DON VITO RESTAURANT EIRL	VENTA DE COMIDA	AV. LUZURIAGA N° 483 - 2° PISO ZONA COMERCIAL
26	HUANCA POMIANO SERGIA BENEDICTA	VENTA DE COMIDAS	JR. SAN MARTIN N° 596 HUARUPAMPA
27	LOZADO CANO BLANCA SILVIA	VENTA DE COMIDAS EN GENERAL	JR. FRANCISCO BOLOGNESI N° 596 HUARUPAMPA
28	LOPEZ CASTROMONTE MELITA LUISA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL OESTE 510 - HUARUPAMPA
29	OBREGON CALVO ROMER	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. RAMON CASTILLA 911 - LA SOLEDAD
30	PAUCAR ABANTO CARLOS TELESFORO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SEBASTIAN DE BEAS 858 - ZONA COMERCIAL
31	SALCEDO PEREZ JOSE GUILLERMO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. RAMON CASTILLA 1012 - LA SOLEDAD
32	HUAMAN JAMANCA MARIA DEL PILAR	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJE. JOSE DE SAN MARTIN 406 - ZONA COMERCIAL
33	BAA YONA MARCA JESSICA ROSALI	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LUZURIAGA N° 655- 2° PISO - ZONA COMERCIAL
34	SALDAÑA GRISSON AMELIA REBECA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SAN MARTIN N° 1045 - BELEN
35	MEJIA CABALLERO JACKELINNE INDIRA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JULIAN DE MORALES N° 828 - SAN FRANCISCO
36	ASENCIOS CIRIACO OSCAR	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL ESTE MZ - 17 LTE- 88
37	ESCUDERO DIAZ GEOMAR NURIEV	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JULIAN DE MORALES N° 632
38	MENDOZA ECHEVARRIA JUANN RICHARD	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JULIAN DE MORALES N° 860
39	SOLIS CADILLO GENARO FERMIN	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LUZURIAGA N° 1054- 1° Y 2° PISO
40	GARRO CORTEZ CESAR ALFONSO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JOSE DE LA MAR N° 745- 2° PISO
41	VALVERDE YAURI SHEYLA ROXANA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. LEONISA LESCANO N° 687 - HUARUPAMPA
42	MANRIQUE FERNANDEZ LUIS JESUS	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SAN MARTIN N° 1213



43	RAMIREZ TAMA CORINA ZENAIDA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. GAMARRA N° 956
44	AMADO RIVERA NOIMY	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. RAFAEL DEL CASTILLO N° 522
45	FLORES TARAZONA JOSE LUIS	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJ. VALLUNARAJU S/N MZ - UNICA LOTE- 20 GINEBRA
46	GARCIA JUAN MANUEL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR JOSE LARREA Y LOREDO N° 761
47	ARIAS HUAMAN CRISTIAN JHONATTAN	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR JUAN DE LA CRUZ ROMERO N° 557
48	ROMERO RAMIREZ VIDAL ANCELMO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRATERNIDAD INTE. OESTE N° 335 - ZONA COMERCIAL
49	CELIS BARRIOS EDGAR	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJ. JOSE DE LA MAR N° 146
50	REYES MENDOZA NANCY SABINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR JULIAN DE MORALES N° 479
51	HUANE GARCIA HERNAN PATIÑO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. MARISCAL CACERES N° 321
52	CURO FLORES GERALDINE YARUMI	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. 28 DE JULIO N° 4574
53	ESTRADA Y ASOCIADOS SAC	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. AMADEO FIGUEROA N° 1285 SOLEDAD BAJA
54	HUAYANEY DE SIFUENTES CARMEN ROSA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJ. CAYETANO REQUENA N° 450
55	SAL Y ROSAS TRINIDAD GISELA MABEL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. 28 DE JULIO N° 978
56	CARLOS VEGA KARINA LIDIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. AGUSTIN GAMARRA N°982 - BELEN
57	RIMARACHIN MONTENEGRO NILBER	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. AGUSTIN GAMARRA N° 787
58	CALVO COLONIA KATHERIN FLORIANA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JOSE DE SUCRE N° 433
59	CHAVEZ ALLAUCA ALEX NICANOR	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. RAIMONDI N° 310
60	REYMUNDO PALOMINO JUNIOR OSWALDO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MÓVILES / CAFETERÍA	JR. JOSE DE SUCRE N° 458-C-HUARUPAMPA
61	HUERTA HERRERA CECILIA	RESTAURANT - POLLERIA	AV. LUZURIAGA N° 557
62	PICON FLORES TEOFILA	RESTAURANT - POLLERIA	PROLONGACION JOSE OLAYA N° 143
63	ESPINOZA AMADO NICIDA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL OESTE N° 906

64	DOMINGUEZ JARA IRWIN ANDRES	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. GAMARRA N°680
64	CHAVEZ FLORES FLORENTINO WILIAM	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJ. TOCLLARAJU - PRRQ EL PERIODISTA S/N
66	COLLAZOS QUIÑONEZ MMARINA PAULINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRATERNIDAD INTER. OESTE MZ-26 LT 12
67	SANTOS RODRIGUEZ LENIN NELSON	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SAN MARTIN N°662
68	PRUDENCIO BARRETO LIDIA BERTILA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJ. MANUEL MAGUIÑA N° 471
69	CUEVA TARAZONA CYNTHIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SIMON BOLIVAR N° 719
70	CUEVA TARAZONA CYNTHIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJ. CORAL VEGA N° 562
71	SILVIA NICHOS CARLOS JAVIER	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. LEONISA LESCANO N° 689
72	MORALES CHAVEZ ERNESTO LUIS	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. 13 DE DICIEMBRE N° 493
73	ANTEQUERA GAMARRA ACISCLA NORA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. MARISCAL CACERES N° 470
74	SALAS GALAN FREDY ORLANDO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PROLG. RAYMONDI N° 401
75	MALDONADO SANCHEZ ALEJANDRA VICTORIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. PRIMAVERA N° 200
76	NEIRA DEXTRE GLORIA NOEMI	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LAS AMERICAS N° 318
77	PINEDA RAMIREZ MELANIO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	MALECON SUR RIO QUIYCALL N° 1535
78	GUERRERO TREJO RODOLFO VICTORIANO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. ATUSPARIA MZ- 27 LT 14 PREDREGAL BAJO
79	CONSTRUCTORA E INVERSIONES TURÍSTICAS AGREDA E.I.R.L.	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. LARREA Y LAREDO N° 616 ZONA COMERCIAL
80	LOPEZ PAJUELO CLAUDIA MERCEDES	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. 27 DE NOVIEMBRE N° 682
81	GUERRERO ROJAS YENI CARMEN	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. RAYMONDI N° 118
82	TARAZONA RODRIGUEZ EFRAIN MARCIAL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. RAYMONDI N° 492 CONO ALUVIONICO
83	CAMONES GUILLERMO JESUS ALBERTO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. ANTONIO RAYMONDI N° 453 2° PISO ALUVIONICO OESTE

84	HUANCA POMIANO GLORIA MARIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SAN MARTIN N° 492- 2° PISO – ZONA COMERCIAL
85	TRUJILLO VALDIVIA LENI MARGOT	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRATERNIDAD INTER. ESTE
86	VASQUEZ ANTUNEZ BRAYAN JHOSEP	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. 28 DE JULIO N° 463
87	COFEMAQ SA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. COMFRATERNIDAD INTER. ESTE N° 2979
88	VALVERDE PICON JOEL SABINO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. CARAZ N° 337
89	ZAMBRANO LEON JONNI DAVID	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDA MOVILES - CEVICHERIA	JR. LAS MAGNOLIAS N° 171 LOTE 63 VILLON ALTO
90	GUZMAN MENACHO FRANKLIN GERARDO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDA MOVILES - CEVICHERIA	PASAJE GUZMAN ARENAS N° 662 SAN FRANCISCO
91	FELIX FLORES FERNANDO ELIAS	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDA MOVILES - CEVICHERIA	JR. EDUARDO LUCAR Y TORRE
92	COLONIA VILLANUEVA EMILIALA ANTONIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDA MOVILES – JUGUERIA	JR. JOSE DE SUCRE N° 453 ZONA COMERCIAL
93	RAPRAY VINO JULIO VICTOR	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDA MOVILES – POLLERIA	AV. RAYMONDI N° 1163 PUMACAYAN
94	VALVERDE PICON MIGUEL ANTONIO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDA MOVILES	JR. JUAN BAUTISTA N° 859 ZONA COMERCIAL
95	JAIMES ALVARADO MARTIN	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDA MOVILES – CHOCHERIA	JR. MANUEL GONZALES PRADA MZ- 183 LOTE- 8 PEDREGAL ALTO
96	VALENCIA AMADO CHRISTIAN HUGO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES – JUGUERIA - CAFETERIA	CALLE SEBASTIAN BEAS N° 871 ZONA COMERCIAL
97	AMADO CADILLO GINES FLORENCIO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO N° 1264 BELEN
98	CASTILLO LLANQUI CARLOS RICARDO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JOSE DE SUCRE N° 1268 LA SOLEDAD
99	VICENTE ESPINOZA MARIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. PEDRO VILLÓN N° 105 VILLON BAJO
100	TOLEDO CABELLO DENISSE LAURA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES – CEVICHERIA	AV. TARAPACA N° 2034 CHALLHUA
101	SALAS HUAMAN CELINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS MOVILES DE COMIDA	JR. FRANCISCO BOLOGNESI N° 236 – 2° PISO HUARUPAMPA
102	BAEZ DEPAZ MARLENE HILBERTA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRATERNIDAD INTER. OESTE N° 369 CONO ALUVIONICO
103	BARRETO LEON MANUEL PABLO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	ALAMEDA GRAU N° 926 SAN FRANCISCO

104	HUARAC MORENO MANUEL TEODOSIO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JOSE DE LA MAR N° 501
105	AGUIRRE LOPEZ TEOFILO ELIAS	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. MANUEL VILLARAN Y LOLI MZ- C2 LOTE 09 ZONA COMERCIAL
106	MALLQUI MORENO WILMER BALTAZAR	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. LUCAR Y TORRE N° 446 – 2° PISO
107	CADILLO PICON ROOSVELTH RICARDO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. JOSE LEONISA LESCANO N° 850 HUARUPAMPA
108	MEJIA GUERRERO COREY ROCIO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJ. OCSHAPALCA MZ G LOTE 28
109	FLORES SANCHEZ BETO ISAAC	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. VICTOR CORDERO N° 829 – BELEN
110	ESPINOZA CALIXTO YUSSBEL LILIANA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJ. HUAYNA CAPAC
111	LEON MORALES OLGA MARIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES – CEVICHERIA Y CHOCERIA	PSJ. HUAYNA CAPAC MZ. BLT:12-SAN ANTONIO
112	ADRIAZOLA GARCÍA CHRIS EDGARDO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. PEDRO VILLON MZ. 03LT. 3ª VILLON BAJO
113	VILLACORTA VILLANUEVA WILDER JACINTO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. 27 DE NOVIEMBRE N°602 HUARUPAMPA
114	CHIPY'S JUICES & FRIED S.R.L.	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SAN MARTIN N°480; MZ:C35 LT;08 ZONA COMERCIAL
115	ALBERTO TREJO BIBIANA JULIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES – JUGUETERÍA, CAFETERÍA	AV. 27 DE NOVIEMBRE N°602 HUARUPAMPA
116	SOLIS SILVIA RUBEN OSCAR	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES - CEVICHERIA	JR. AUGUSTO SORIANO INFANTE N°875; 1ER PISO BELEN
117	CALVO ROBLES CIRILA ELIDA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES - CHOCHO	JR. RICARDO PALMA N° 155 PEDREGAL ALTO
118	SOTOMAYOR FORONDA MARIANA KAROL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PASAJE MANUEL VILLARAN Y LOLI N° 138; MZ; C LT. 9-SAN FRANCISCO
119	MARQUEZ ARBAIZA BRITAZAIDA ESTEFANIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. ALBERTO GRIDILLA N° 361-VILLASOL
120	BUENO SANCHEZ VLADIMIR RICHARD	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL OESTE
121	TORRES QUITO DE MINAYA JANET YOLANDA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SAN MARTIN N° 833 ZONA COMERCIAL
122	MUÑOZ DE DEXTRE JUAQUINA PRIMITIVA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJ. ANTONIO RAYMONDI S/N MZ. U, LT, 1

123	FLORES FERNANDEZ LUZ REDINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SAN MARTIN N° 477 ZONA COMERCIAL
124	MARQUEZ LABRADOR LENNI YAMILETH	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SAN MARTIN N° 1108
125	JAMANCA MORALES ABRAHAM	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LUZURIAGA 2DO PISO N° 655 ZONA COMERCIAL
126	MAURICIO ORIHUELA WALDIR MARCOS	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JOSÉ DE SAN MARTIN N° 932 HUARUPAMPA
127	HINOZTROZA MELENDEZ JOSEFINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES - CEVICHERIA	JR. JULIAN DE MORALES N°452-B HUARUPAMPA
128	AGUEDO ROSAS DE MEJIA IRMA REGINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. ANDRÉS A. CACERES N° 234 HUARUPAMPA
129	MEZA PRUDENCIO FELICIANO MAXIMO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JULIAN DE MORALES N°541 ZONA COMERCIAL
130	HUANE LEON CINAN KEOMA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES – SNACK-CAFETERIA, PIZZERIA	JR. JOSE DE LA MAR N° 846 ZONA COMERCIAL
131	TREJO DUEÑAS ALEJANDRO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. 27 DE NOVIEMBRE N° 994 HUARUPAMPA
132	CASTILLO INFANTE LISSY IBEL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. 28 DE JULIO N° 1207 SOLEDAD BAJA
133	RONDAN ONCOY GRETTEY MELISA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. AGUSTÍN GAMARRA N° 795 SOLEDAD BAJA
134	CALVO POMA ALEXANDER MAXIMO EMILIO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. LUCAR Y TORRE 1° PISO INTERIOR N° 552 ZONA COMERCIAL
135	ALEJOS CABRERA BETTOBEN	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SEBASTIAN BEAS N° 871 ZONA COMERCIAL
136	SALAZAR GONZALES ANDRES FRANCESCO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL ESTE N° 2947 SOLEDAD BAJA
137	ROBLES MAGUIÑA NATALIA AMANDA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. RAMON CASTILLA S/N MC. C .LT 13
138	RAMIREZ VEGA MARILUZ BETTY	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PASAJE NN 78 WUAMASHRAJU 1° PISO S/N MZ. U. LT. 34 ZONA COMERCIAL
139	CARRION AGUILAR DANIEL ALCIDES	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JOSE DE SUCRE 1227 SAN FRANCISCO
140	HUAMAN PUMACHAYCO NERLIN MELISSA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PASAJE TEOFILO CASTILLO N° 585-BELEN
141	MAEDA SAM EIRL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LUZURIAGA N°1190- BELEN
142	RAMIREZ ASIS VILMA JUDIT	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. ANDRES AVELINO CACERES 1° PISO N°243 HUARUPAMPA

143	AGUILAR DEXTRE SILVIA PATRICIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. PEDRO VILLON N° 135-HUARUPAMPA
144	ROMERO LEON MAGDA NORMA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. COMERCIO N° 110 CONO ALUVIONICO ESTE
145	ARANDA CALDERON RAQUEL ROSMERY	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. ROSAS PAMPA N° 270 VILLASOL
146	EMPRESA SANTA VICTORIA SRL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LUZURIAGA 1° Y 2° PISO N° 492 ZONA COMERCIAL
147	JULCA SOTELO ESHER YANINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. MARISCAL CACERES N° 258- HUARUPAMPA
148	CORONADO CASTRO SUSY MILAGROS	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JULIAN DE MORALES 2° PISO N° 542- ZONA COMERCIAL
149	ROJAS ROSAS CRICEL ANTONIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. ESTEBAN CASTROMONTE 1° PISO N° 310- PEDREGAL MEDIO
150	ESPINOZA PAREDES GLAYS MARLENY	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SIMON BOLIVAR S/N MZ: 168 LT: 15, VILLON ALTO
151	ROJAS TUESTA RENE	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	LR. HORACIO ZEVALLOS S/N MZ; 168 LT:02- VILLON ALTO
152	FIGUEROA INGA MARIA ESTELA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. CARAZ N° 610- CONO ALUVIONICO ESTE
153	RIOS VERGARA DAVID ENRIQUE	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. MARISCAL TORIBIO DE LUZIRIAGA 2° PISO N° 629- ZONA COMERCIAL
154	VASQUEZ SALAZAR PEDRO CHANEL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PASAJE SAN MARTIN N° 432 ZONA COMERCIAL
155	VERGARA GABRIEL MIGUEL ANGEL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. VICTOR CORDERO N°817-BELEN
156	HUERTA AMBROCIO ERICK AMERICO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJ. MANUEL VILLARAN Y LOLI N° 276- ZONA COMERCIAL
157	LOZANO CANO BLANCA SILVIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. EDUARDO LUCAR Y TORRE 2° PISO N° 446- ZONA COMERCIAL
158	BERNACHEA CLAHUA ERNESTINA CIRILA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. COMERCIO 2° PISO N° 953 CONO ALUVIONICO ESTE
159	CARRILLO BEDON ELVA NOEMI	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL OESTE N° 901 – HUARUPAMPA
160	POLLERIA RESTAURANT DIANA EIRL	RESTAURANTES – POLLOS A LA BRASA (POLLERIAS)	JR. MARISCAL CACERES 1° PISO N° 460 HUARUPAMPA
161	POLLERIA RESTAURANT DIANA EIRL	RESTAURANTES – POLLOS A LA BRASA (POLLERIAS)	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO 1° PISO S/N MZ; 20; LT: 2; ZONA COMERCIAL
162	AGUEDO ROSAS IRMA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MÓVILES	ROSAS PAMPA N° 157

163	ALAMO CHINCHAY	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SANTA ROSA BARRIO PUMACAYAN
164	ALBINO IGNACIO BRAVO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRAT. INTERNACIONAL N° 1534
165	ALBORNOZ DEXTRE BERONICA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. RAYMONDI N° 490
166	ARTEAGA DEL POZO RONAL AUGUSTO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JOSE SAN MARTÍN N° 1275
167	ATOC SHOCUSH RUBEN HILARIO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. CARAZ N° 846
168	BARRENECHEA TARAZONA MANUEL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. MARISCAL CACERES N°226
169	BARTOLO ROMERO MARIS ISABEL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PJ. YARCASH
170	BAUTISTA MAGUÑA HERNAN TITO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRAT. INTERNACIONAL N° 1554
171	BAZAN PRINCE MARCO ANTONIO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PJ. ZARUMILLA S/N
172	BOSSHARD HEINRICH	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N° 116
173	CACHA YAURI SONIA JUANA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. VILLON ALTO S/N
174	CALVO MINAYA BAYLON VIDAL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N° 274
175	CALVO TINOCO EULOGIA MARGARITA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JOSÉ DE SAN MARTIN N° 821
176	CAMACHO RODRIGUEZ ANA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. FRANCISCO BOLOGNESI 530
177	CARBAJAL PUMASHONGO ESPERANZA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. JOSE DE SUCRE N° 434
178	CASTROMONTE LUNA ROLANDO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. CARAZ N° 216
179	CASTROMONTES SANCHEZ OLIMPIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. AMADEO FIGUEROA N° 1241
180	CEFERINO PALLACA RIVER WALTER	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. JOSE DE SUCRE N° 883
181	COCHACHIN ARIAS ELMER WILIAMS	RESTAURANTES Y CEVICHERIA	JR. LOS JASMINES S/N
182	DEPAZ PONTE MARGARITA REYNA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. VILLON ALTO N° 864

183	DEXTRE ROMERO OFELIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. FITZCARRALD N° 365
184	DOMINGUEZ CONTRERAS RUMALDO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. 28 DE JULIO N° 550
185	GABRIEL ESPINOZA JUANA EUDES	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. 27 DE NOVIEMBRE S/N
186	GOMEZ PACAHUALA EDGAR	VENTA DE COMIDAS	MERCADO CENTRAL
187	GRAOS SALAZAR CHRISTIAN	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PROLONGACIÓN ANTONIO RAYMONDI N° 1162
188	JAMANCA NORABUENA HUGO JOSE	RESTAURANT Y POLLERIA	AV. CARAZ S/N
189	JAVIER MAMANI CARMEN ROSA	VENTA DE COMIDAS	JR. JULIO VIVAR FARFAN N° 851
190	JUSTINO MONTAÑEZ EDWIN ISIDRO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. RAYMONDI N° 506
191	JUSTO ADRIANO JESSICA MAXIMINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LOENISA LESCANO N° 687
192	KAQUI VALENZUELA MADELEY	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. CAJAMARCA N° 106
193	LABADO GOMEZ EDITH	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. PEDRO VILLON N° 169
194	LAZARO DE LA CRUZ NOEMI	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JULIAN DE MORALES N° 826
195	LAZARO LUCIANO REVECA DORIS	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	13 DE DICIEMBRE N° 700
196	LEIVA ESPINOZA SARA ADELAIDA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	13 DE DICIEMBRE S/N
197	LINO RURUSH JIMMY ANTHONY	VENTA DE COMIDAS	SIMON BOLIVAR N° 407
198	LUCERO MACEDO MARGARITA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. 13 DE DICIEMBRE N° 556
199	MACEDO CASTILLO ZOILA MARIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	SIMON BOLIVAR N° 480
200	MAGUIÑA ROSALES EDWIN MOISES	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. FITZCARRALD N° 386
201	MAYHUAY COLONIA FRANCISCO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. CONFRAT. INTER. OESTE N° 896
202	MEJIA DIAZ ESTHER MERCEDES	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO N° 419
203	MELGAREJO HARO VILMA	VENTA DE COMIDAS	JR. 8 DE OCTUBRE N° 303
204	MENDEZ LAUYA ALEJANDRINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. ANTONIO RAYMONDI S/N



205	MENDOZA RAMIREZ ROXANA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. SIMON BOLIVAR N° 953
206	MINAYA BAUTISTA FLOR VANESA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. RAYMONDI N° 437
207	MINAYA OSORIO ARTEMIO	VENTA DE COMIDAS	AV. SIMON BOLIVAR N° 665
208	MONTORO CUEVA DORA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. SIMON BOLIVAR N° 959
209	MORALES DOMINGUEZ ROSA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JOSE DE LA MAR N° 620
210	MORALES MILLA EDVING SERGIO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JULIAN DE MORALES N° 511
211	MORI CARRANZA LEYDI MILAGROS	VENTA DE COMIDAS	JR. HUASCARAN N° 211
212	NIVIN RURUSH BIBIANA CEFERINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. PEDRO VILLON S/N
213	NIZAMA MACEDO MIGUEL ANGEL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. SIMON BOLIVAR N° 707
214	NORABUENA RIOS MARINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. SIMON BOLIVAR N° 480
215	OBISPO ZUÑIGA ALVINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LUZURIAGA N° 810
216	OBREGON RAMIREZ SANDRA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. 28 DE JULIO N° 648
217	OLORTEGUI DOMINGUEZ LIDIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. SIMON BOLIVAR S/N
218	ONOFRE VALVERDE ORFELINDA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. SIMON BOLIVAR N° 1102
219	PALACIOS PALACIOS WILMER	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. CARAZ N° 952
220	PALMA AGUIRRE ZOSIMO DAVID	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO N° 1264
221	PALOMINO VILLANUEVA ROGER	VENTAS DE COMIDAS	AV. ANTONIO RAYMONDI S/N
222	PASTOR SUARES DELINA AMALIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. AGUSTIN GAMARRA S/N
223	PEÑA TACURI ALFONZA MARIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. RAYMONDI N° 813
224	PINO GARRO NAYBETO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LUZURIAGA N° 1178
225	POMA HUAMAN JHON ALEX	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. MARISCAL CACERES N° 477

226	QUEZADA JARAMILLO WILDER	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PJ.SAN JUAN S/N
227	QUISPE LÓPEZ ELIANA YUDIT	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. PEDRO VILLON N° 892
228	QUITO MACEDO ESTEBAN MARIO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LUZURIAGA N°628
229	RAMIREZ CORREA DOMINGO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV.LAS AMERICAS N°166
230	RAMIREZ OBREGON RICARDO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. VILLON ALTO S/N
231	REYES OSORIO YOLANDA LUCIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LUZURIAGA N°1204
232	RIMAC VEGA DAVID NICOLAS	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. SIMON BOLIVAR N°926
233	RIMAC VEGA TEOLINDA JULIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. HUASCARAN N°114
234	RODRIGUEZ GARCIA DELFINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. VILLON ALTO S/N
235	RODRIGUEZ HERRERA EULALIO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PROLONGACIÓN ANTONIO RAYMONDI S/N
236	RODRIGUEZ HUAMAN ROSALINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PEDREGAL
237	ROJAS TOLEDO LUCIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	FRANCISCO BOLOGNESI N°105
238	ROMAN MORILLO CESAR	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JOSE DE SAN MARTIN N°628
239	ROSALES LUCIA VICTORIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	FRANCISCO BOLOGNESI N°274
240	ROSALES ROBLES MARLIT GADY	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JOSE SAN MARTIN N° 128
241	SABINO AYALA CARLOS DAVID	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LUZURIAGA S/N
242	SALAS ESPINOZA ESTHER	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. ANTONIO RAYMONDI N°6651
243	SALAZAR PALACIOS LUCIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	TARAPACA N°2050
244	SALVADOR LUGO ACADIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LUZURIAGA N°1204
245	SANCHEZ CRUZATE JINA ISABEL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. FRANCISCO BOLOGNESI N°434

246	SANTIAGO ASENCIOS LUCIANO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR.SAN MARTIN N°738
247	SEVILLA LAZARO CARMELA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. LUZURIAGA N°492
248	SILVERIO CELESTINO MARIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. FITZCARALD N°226
249	SOLANO SIMEON YESSICA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JOSE DE SAN MARTIN N°939
250	SOTO VILLANUEVA MARIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. SUCRE N°881
251	TAHUA RIOS CESAR ANDRE	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR.13 DE DICIEMBRE N°752
252	TARASONA OSORIO HARRY	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. JUAN BAUTISTA N°840
253	TICONA MONTES SALVADOR	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JOSE OLAYA N°162
254	TOLENTINO ALBORNOZ CARLOS	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. FRANCISCO BOLOGNESI N°210
255	VALENTIN SANCHEZ HUGO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. CARAZ N°843
256	VALVERDE DE PALMA JULIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. FITZCARALD N°386
257	VARGAS ARCE YOLANDA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JOSE DE SAN MARTIN N°508
258	VERDE SANCHEZ ELIZABETH	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJ. BOLOGNESI N°350 - HUARUPAMPA
259	RIMAC MELGAREJO OLINDA MARTRHA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PROL. ALBERTO GRIDILLA N° 408 - ROSAS PAMPA
260	CACHA AGUILAR FLORIANA LUZMILA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AVENIDA PEDRO PABLO ATUSPARIA 2°, 3° Y 4° PISO S/N MZ; A LT; 172; VILLON ALTO
261	ONCOY LA ROSA ANA MARIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JIRON SAN ANTONIO 1ER, 2DO Y 3ER PISO- MZ: D LT- 01 - AVITENTEL
262	YANAC TREJO EDWARD	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV.28 DE JULIO N°326
262	YANCE CASAS YULISSA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. RAYMONDI N°220
264	PRUDENCIO BARRETO NOEMI FELICITA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JIRÓN 28 DE JULIO NRO. 634 A
265	VALENTIN APARICIO TEODORO LUCAS	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AVENIDA 27 DE NOVIEMBRE MZA. 20 LOTE. 3-N

266	HURTADO DIAZ JAVIER ADOLFO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AVENIDA LAS AMERICAS 106
267	MALLQUI GUZMAN LUZ ANTONIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JIRÓN LLIUYAC TACAYCHIN NRO. 210
268	IRATO DE MORALES MARIA ALEJANDRINA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	ALAMEDA PARQUE GUARDIA CIVIL NRO. 928
269	TICONA MONTES MARCOS ANTONIO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AVENIDA AGUSTIN GAMARRA NRO. 640 2 PISO
270	LOPEZ VALENZUELA VIDAL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PASAJE SAN MARTIN NRO. 466
271	BETETA VELA MARIA ANTONIETA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. HUASCAR N° 615 - MZ. G - CHALLHUA
272	BARRIOS RUIZ EDUARDO MARTIN	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO ARNAO
273	ROSAS TORRES HILDA DARIA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. CAJAMARCA N° 361 - 3ER Y 4TO PISO - CONO ALUVIONICO
274	EVARISTO BARTOLO MARIO FELISION	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PJE. JOSE DE LAMAR N° 444 - 2DO PISO Y 3ER PISO - HUARUPAMPA
275	TARAZONA CADILLO HENRY ROLANDO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR 13 DE DICIEMBRE N°845 ZONA COMERCIAL
276	LOPEZ PADILLA BERTHA	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR JUAN DE LA CRUZ ROMERO N° 662 HUARUPAMPA
277	LINO CASTILLO CESAR LEONEL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR 27 DE NOVIEMBRE N° 138 ZONA COMERCIAL
278	POMA ROBLES DANTE ALEJANDRO	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR HUALCAN N° 252 2DO Y 3ER PISO
279	VICTOR LUCIO CORREA VARGAS	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	CARRETERA HUARAZ PATIVILCA S/N° KM 1,7
280	VERDE SANCHEZ, EDITH.	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. 27 DE NOVIEMBRE N° 533.
281	GONZALES DEPAZ, MIREYA YENY.	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJE. HERMENEGILDO DEL RIO N° 564- SAN FRANCISCO.
282	VARGAS SILVA GUISELA	VENTA DE COMIDAS	AV. AGUSTIN GAMARRA N°690
283	VASQUEZ AGUILAR	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV. RAYMONDI N°618
284	VEGA ARAUCANO FELIX	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JOSE DE SAN MARTIN N°800
285	VILLANUEVA MEDINA GIAN	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR. GINEBRA S/N

**Anexo N° 05: Consentimiento informado**

**Consentimiento Informado**

**Gestión de Calidad con el uso de la Ventaja Competitiva en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2018.**

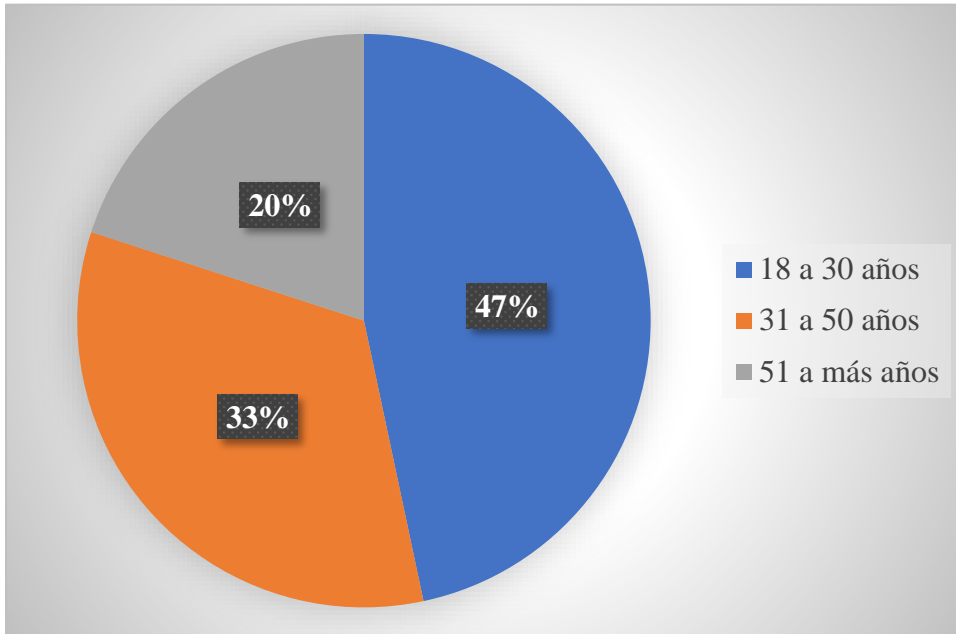
Yo ..... identificado con número de DNI: ..... acepto participar voluntariamente en el presente estudio, porque se me explicó y comprendo el propósito de la investigación. Mi participación consiste en responder con veracidad y llenar de forma escrita las preguntas planteadas en el cuestionario.

El, (a) investigador (a) se compromete a guardar la confidencialidad y anonimato de mis datos los resultados se informan de manera general guardando en reserva la identidad de las personas encuestadas.

Por lo general autorizo mi participación voluntaria y firmo este documento como señal de conformidad.

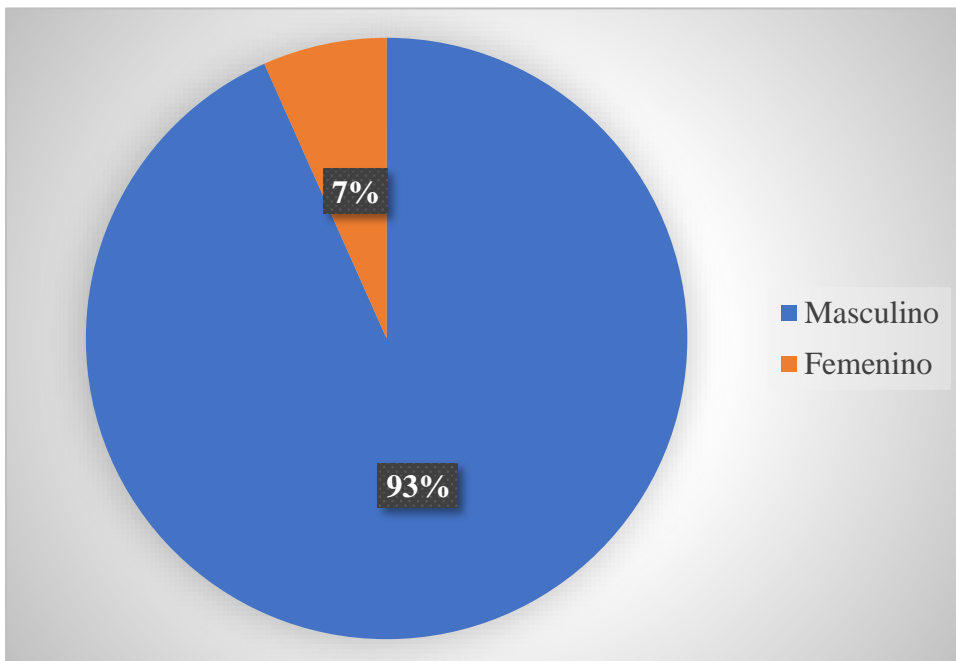
Anexo N° 06: Figuras

**Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.**



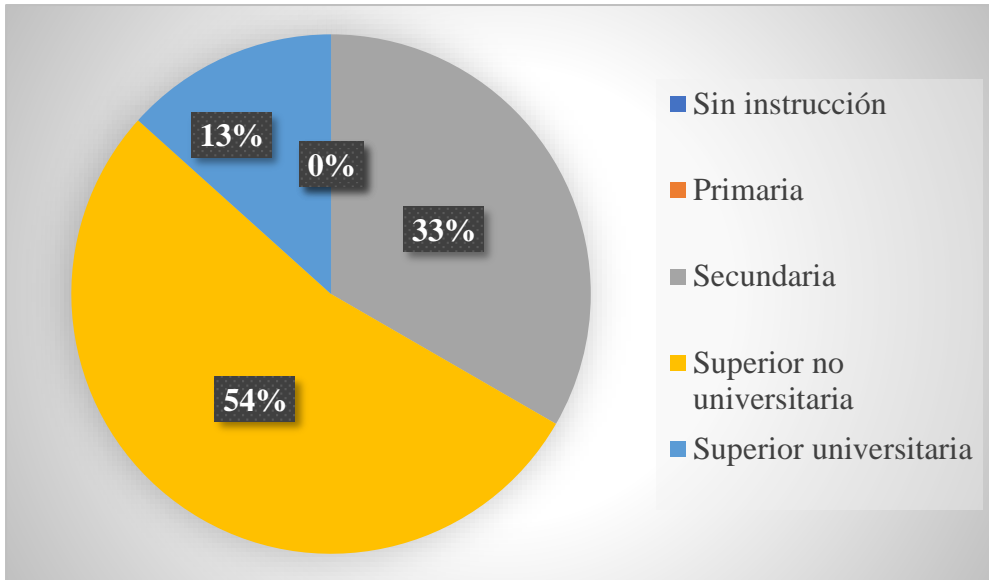
*Figura 1. Edad de los representantes.*

Fuente. Tabla 1.



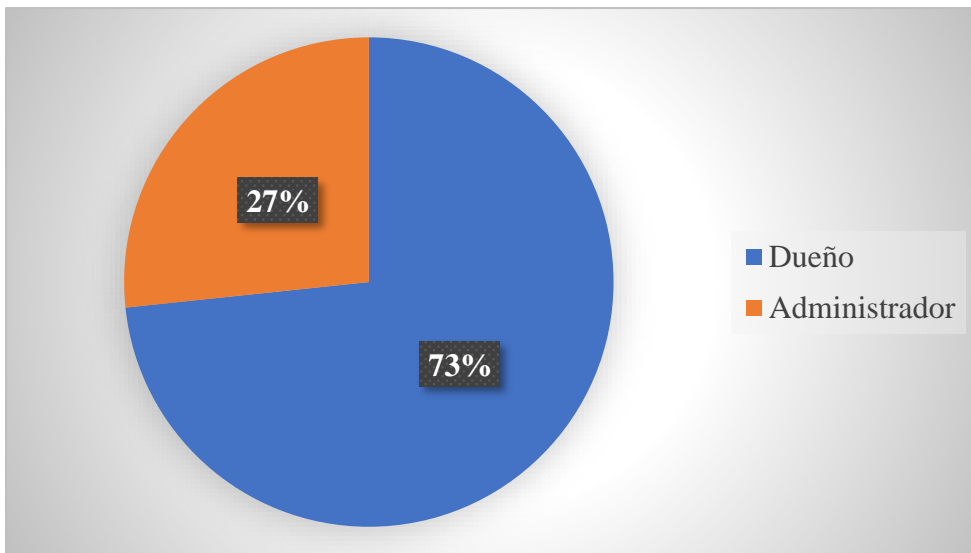
*Figura 2. Género de los representantes.*

Fuente. Tabla 1.



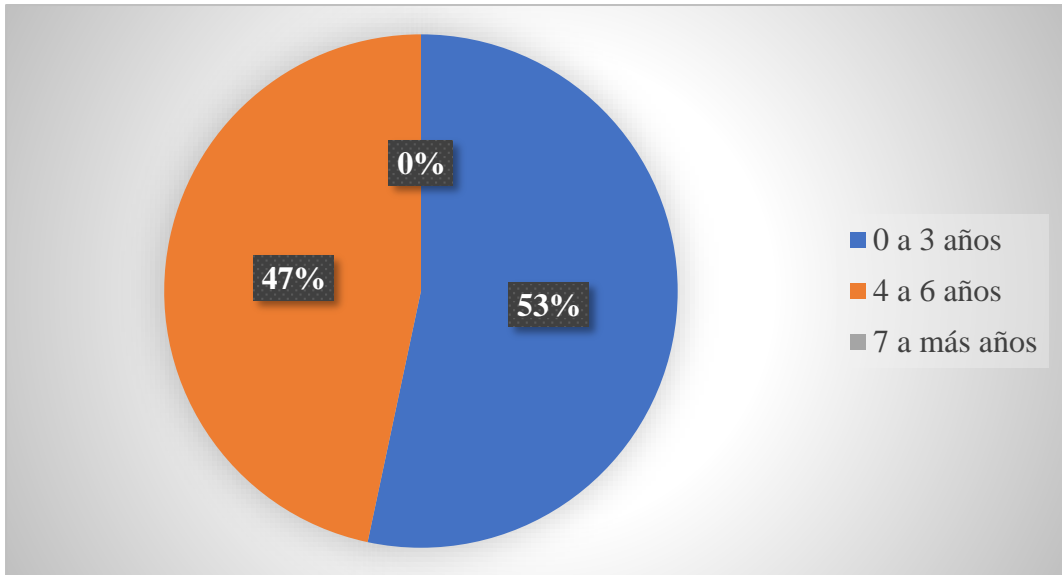
*Figura 3. Grado de instrucción de los representantes.*

Fuente. Tabla 1.



*Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes.*

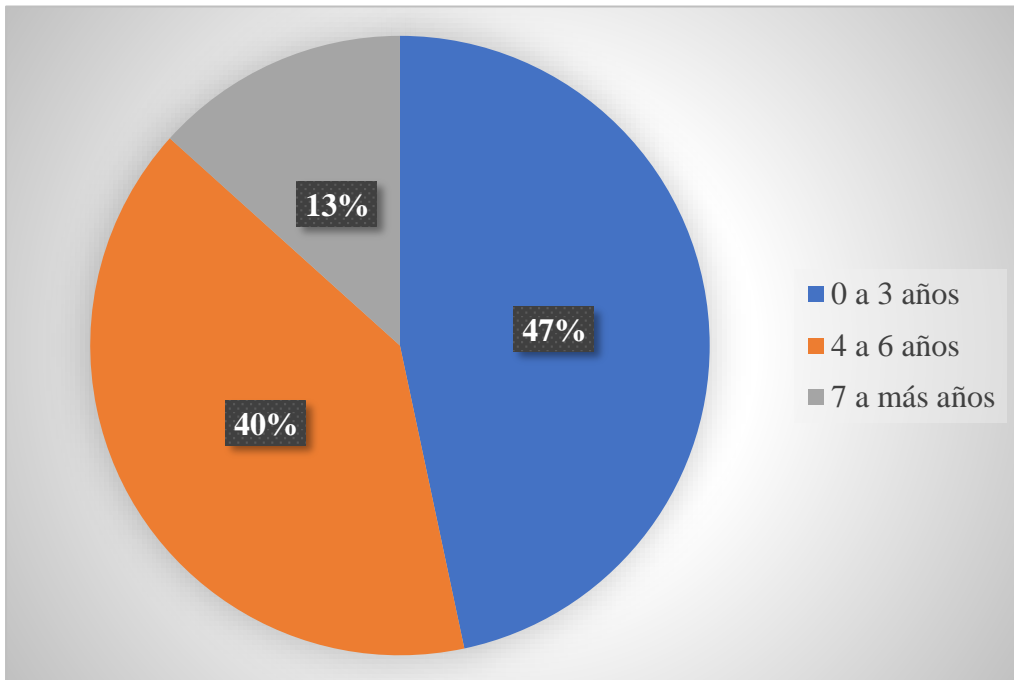
Fuente. Tabla 1.



*Figura 5. Tiempo de permanencia de los representantes.*

Fuente. Tabla 1.

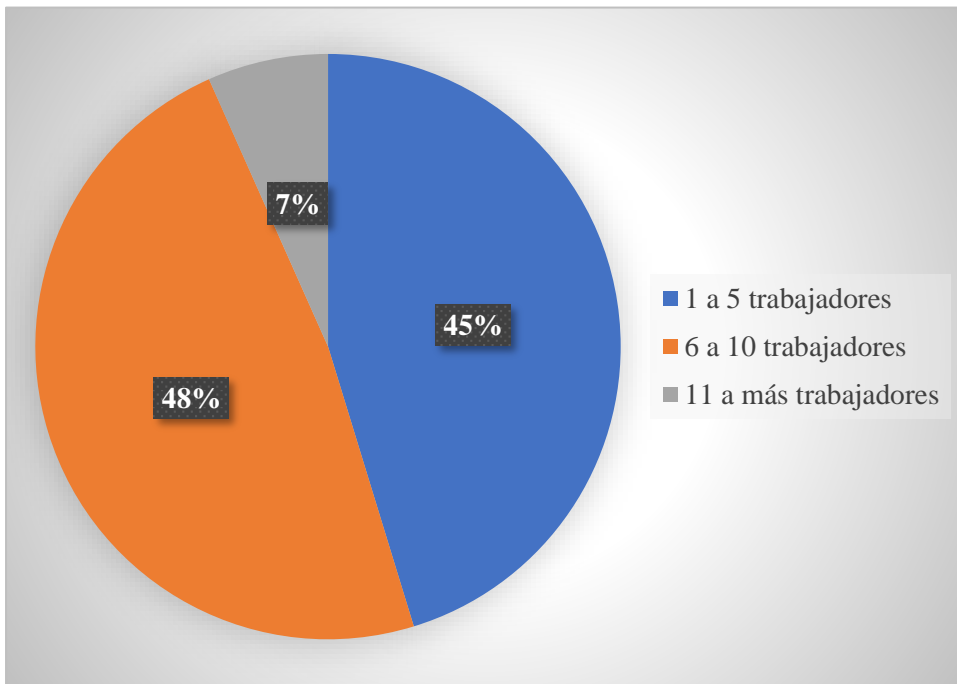
**Características de las micro y pequeñas empresas.**



*Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.*

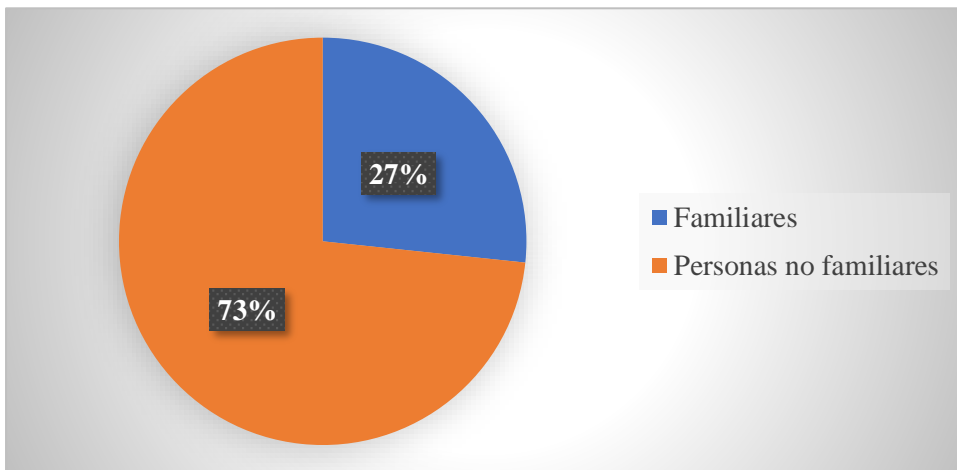
Fuente. Tabla 2.





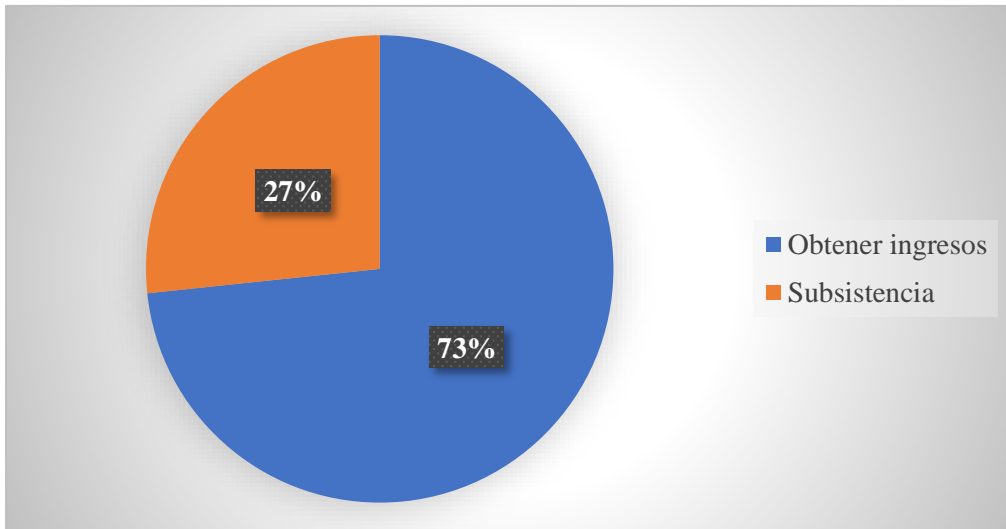
*Figura 7. Número de trabajadores.*

Fuente. Tabla 2.



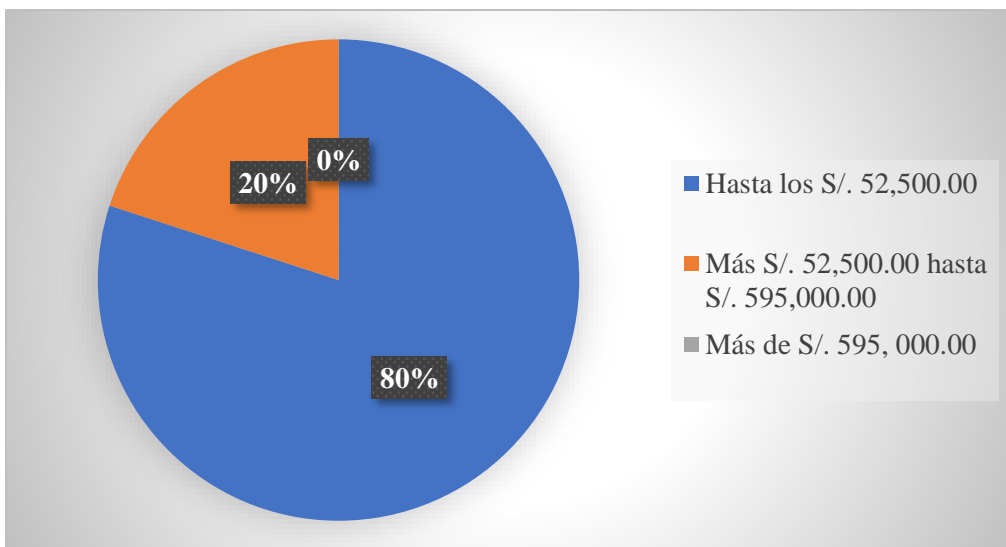
*Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa.*

Fuente. Tabla 2.



*Figura 9. Objetivo de creación.*

Fuente. Tabla 2.



*Figura 10. Ingresos mensuales de la empresa.*

Fuente. Tabla 2.

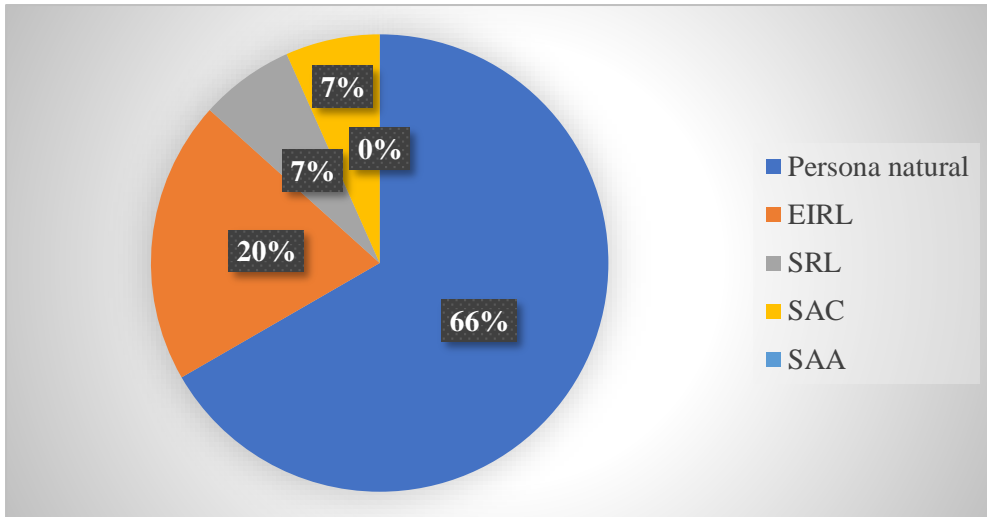


Figura 11. Tipo de MYPE de acuerdo a su constitución.

Fuente. Tabla 2.

### Características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas

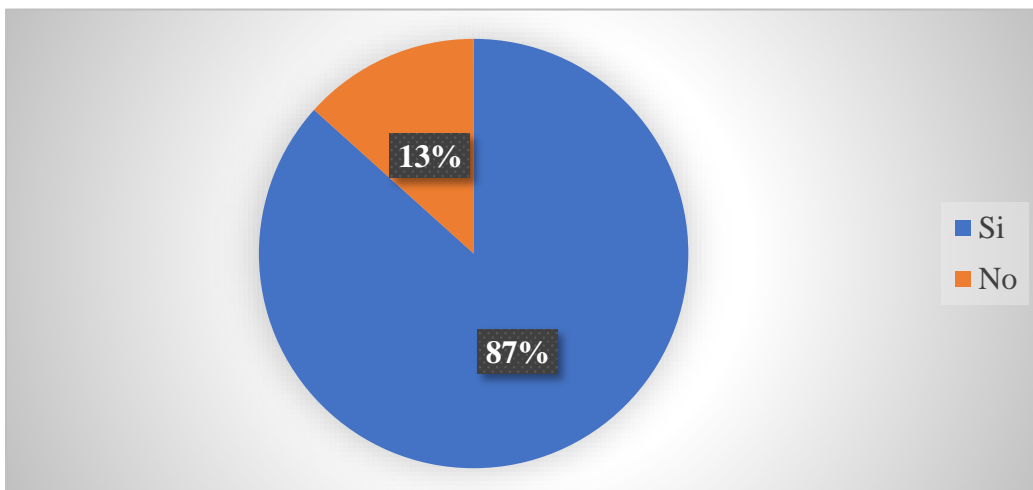
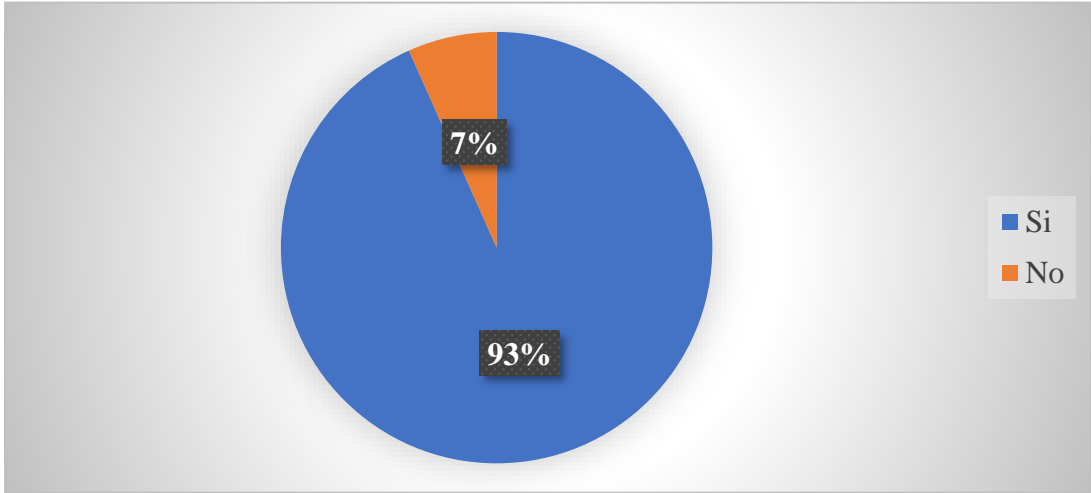


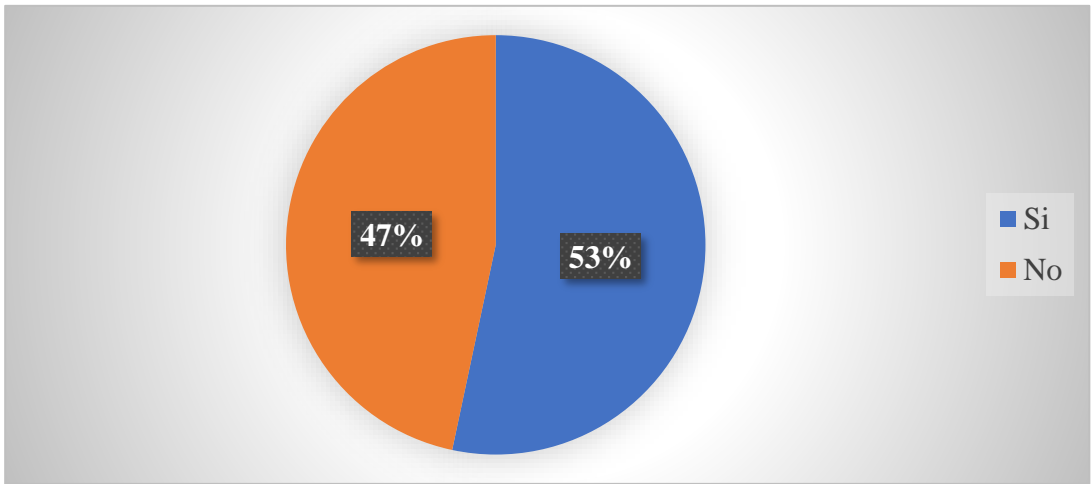
Figura 12. Hacer un plan de procesos.

Fuente. Tabla 3.



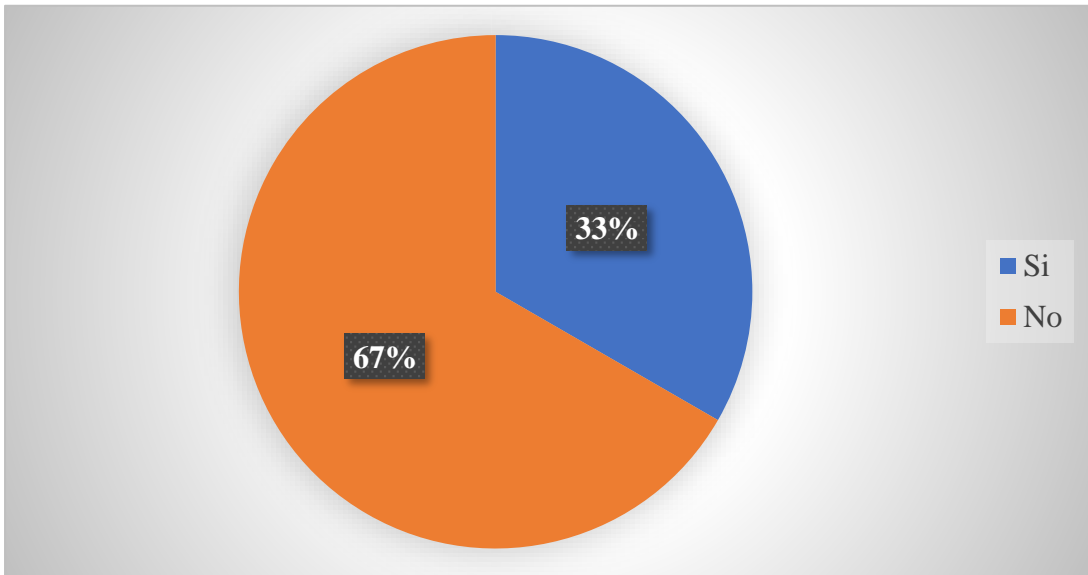
*Figura 13. Efectuar cambios.*

Fuente. Tabla 3.



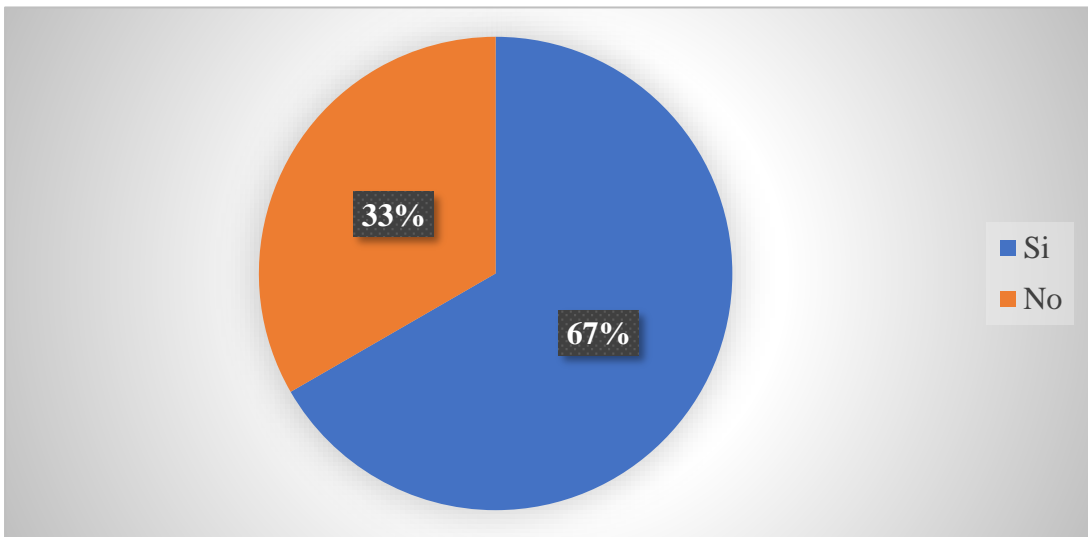
*Figura 14. Realizar mejoras en la empresa.*

Fuente. Tabla 3.



*Figura 15. Diferenciación por los precios.*

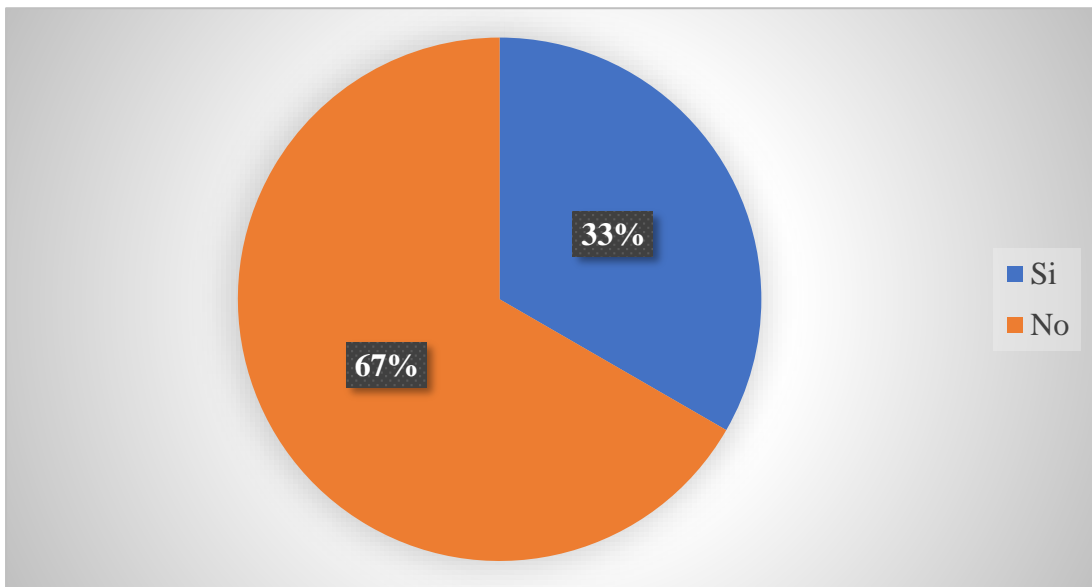
Fuente. Tabla 3.



*Figura 16. La buena atención al cliente garantiza buenos resultados.*

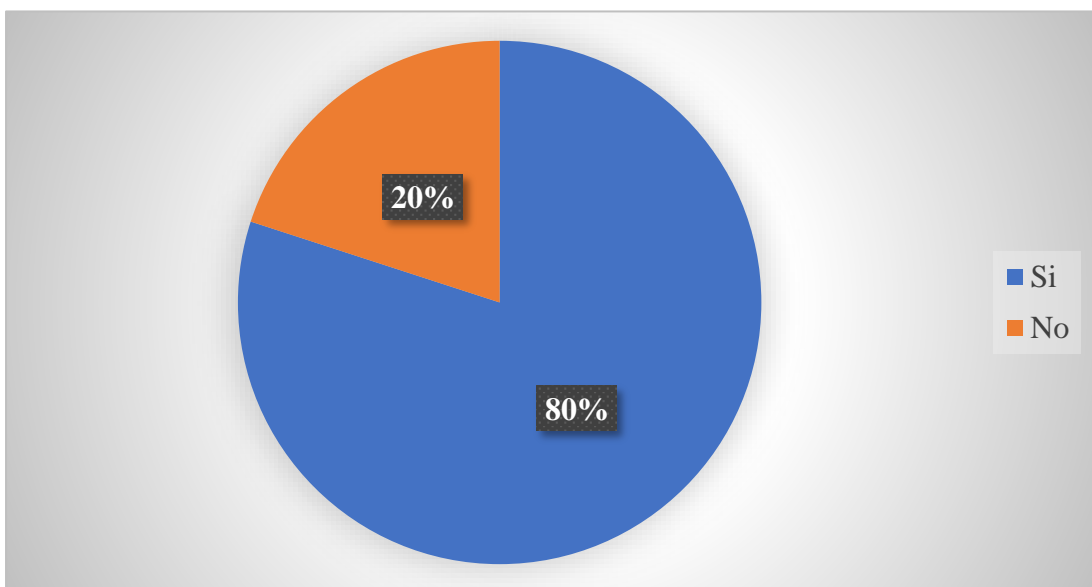
Fuente. Tabla 3.

**Características de la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas.**



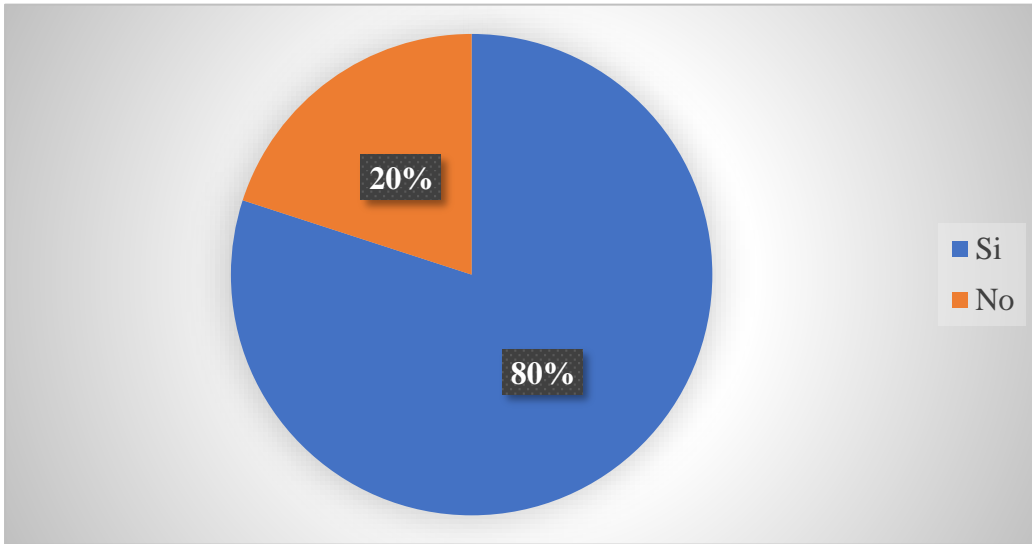
*Figura 17. Participante destacado en el mercado.*

Fuente. Tabla 4.



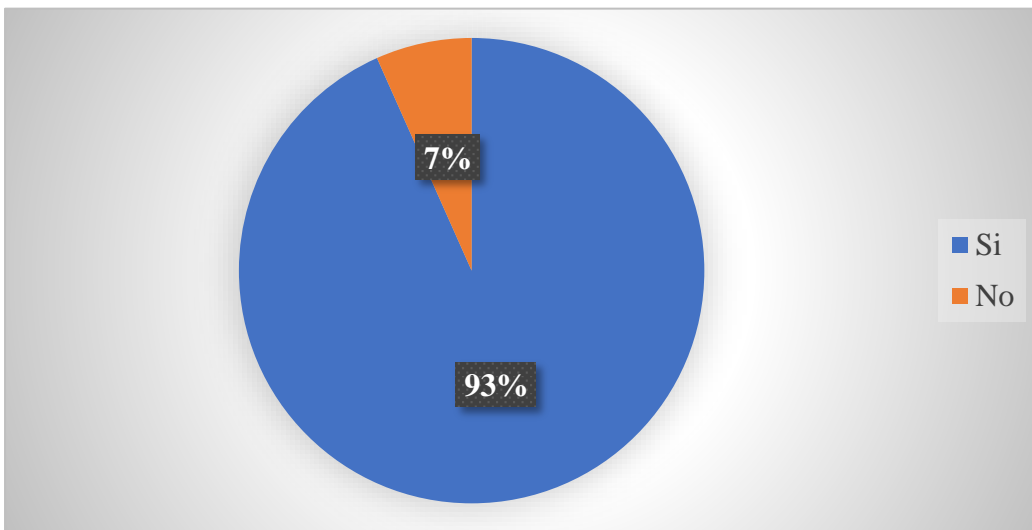
*Figura 18. Emplear estrategias.*

Fuente. Tabla 4.



*Figura 19. Precios elevados perjudican a la empresa.*

Fuente. Tabla 4.



*Figura 20. Reacción de los clientes es satisfactoria.*

Fuente. Tabla 4.