



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
PROPUESTA DE MEJORA DE LA PLANEACIÓN  
ESTRATEGICA PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO,  
RUBRO RESTAURANTE, CASO: LA ISLA DEL SABOR,  
IMPERIAL - CAÑETE, 2019.**

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

**AUTOR:**

**GOICOCHEA CENTENO, ZORINA BETSCY  
ORCID: 0000-0001-5040-2970**

**ASESOR:**

**RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA  
ORCID: 0000-0002-5034-7024**

**CAÑETE – PERÚ**

**2020**

**1. Título de la tesis:**

Propuesta De Mejora De La Planeación Estratégica Para La Gestión  
De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector  
Servicio, Rubro Restaurante, Caso: La Isla Del Sabor, Imperial -  
Cañete, 2019.

## **2. Equipo De Trabajo**

### **AUTOR**

Goicochea Centeno, Zorina Betscy ORCID: 0000-0001-5040-2970  
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Cañete, Perú

### **ASESOR**

Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna ORCID: 0000-0002-5034-7024  
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de  
Administración, Cañete, Perú.

### **PRESIDENTE**

ZENOZAÍN CORDERO, CARMEN ROSA  
ORCID ID: 0000-0001-6079-2319

### **MIEMBRO**

ESPINOSA OTOYA, VICTOR HUGO  
ORCID ID: 0000-0002-7260-5581

### **MIEMBRO**

MEZA DE LOS SANTOS, JUAN PABLO  
ORCID ID: 0000-0001-8852-1342

## Hoja De Firma De Jurado y Asesor

---

Dra. ZENOZAÍN CORDERO, CARMEN ROSA

ORCID ID: 0000-0001-6079-2319

**PRESIDENTE**

---

Lic. ESPINOSA OTOYA, VICTOR HUGO

ORCID ID: 0000-0002-7260-5581

**MIEMBRO**

---

Mgtr. MEZA DE LOS SANTOS, JUAN PABLO

ORCID ID: 0000-0001-8852-1342

**MIEMBRO**

---

Mgtr. RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA

ORCID: 0000-0002-5034-7024

**ASESOR**

## **AGRADECIMIENTO:**

A Dios, por otorgarme la vida, inteligencia, sabiduría y salud.

A mis padres, como agradecimiento a su esfuerzo, amor y apoyo incondicional, durante mi formación tanto profesional como personal.

Al empresario del restaurante “La Isla del Sabor, por permitirme realizar mi investigación en su Mype que dignamente representa.

A mi asesor Lizbeth Ralli Magipo; por su compromiso, tiempo y dedicación para culminar el informe de tesis.

## **DEDICATORIA:**

Mi vida ha sido un constante aprendizaje, de experiencias positivas, en ocasiones, no como las esperaba, sin embargo, mi actitud determina la manera de afrontarlas.

Con amor a mi razón de ser  
mis Padres: Alcividades  
Goicochea y Olga Centeno.

Hermanos, Edely,  
Elizabeth, Celenia y Enrique,  
que me apoyaron en todo  
momento, gracias a ellos hoy  
puedo ver alcanzada mi meta.

A una persona muy especial  
que me brindó su apoyo  
emocional en todo momento  
Y.H.Q.

*“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado, un esfuerzo total es una victoria completa.*

***Mahatma Gandhi***

## **5. Resumen:**

El presente trabajo de Investigación titulado: Propuesta de Mejora de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019. En el distrito de Imperial provincia de Cañete, son muchos los restaurantes que operan en el mercado, pero mucho de estos desconocen y no cuentan con suficiente información acerca de los procesos de Gestión de Calidad y cuán importante es aplicar la planeación estratégica para su empresa. Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Elaborar la Propuesta de Mejora de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019. La investigación fue de tipo cuantitativo – descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados. El 100% de los representantes indican que el restaurante no cuenta con un plan estratégico, el 100% de los representantes manifestaron que el restaurante no cuenta con un organigrama formal establecido y el 100% de los representantes señalan que el restaurante está enfocado en la satisfacción del cliente. Se puede concluir que la planeación estratégica es importante para una Mype, conocer los principios de la gestión de calidad ayudara a que la Mype sea más responsable con la calidad total y la ética.

**Palabras claves:** Gestión de Calidad, Mypes, Planeación Estratégica, Restaurante

### **3. Abstract:**

This research paper entitled: Proposal for Improving Strategic Planning for Quality Management of Micro and Small Companies in the service sector, Restaurant category, case: La Isla Del Sabor, Imperial - Cañete, 2019. In the Imperial district Cañete province, there are many restaurants that operate in the market, but many of them are unaware and do not have enough information about the Quality Management processes and how important it is to apply strategic planning for your company. To respond to the problem, the following general objective has been set: Prepare the Proposal for Improving Strategic Planning for Quality Management of Micro and Small Companies in the service sector, Restaurant category, case: La Isla Del Sabor, Imperial - Cañete, 2019. The research was of a quantitative-descriptive type, the survey technique and the questionnaire instrument were used. Obtaining the following results. 100% of the representatives indicate that the restaurant does not have a strategic plan, 100% of the representatives stated that the restaurant does not have an established formal organization chart and 100% of the representatives indicate that the restaurant is focused on satisfaction the client's. It can be concluded that strategic planning is important for a Mype, knowing the principles of quality management will help Mype to be more responsible with total quality and ethics.

**Keywords:** Quality Management, Mypes, Strategic Planning, Restaurant.

### 3. Contenido

1. Título de la tesis .....	i
2. Equipo De Trabajo .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
5. Resumen.....	vii
3. Abstract .....	viii
3. Contenido .....	ix
I. Introducción .....	1
II. REVISION DE LA LITERATURA .....	7
2. Antecedentes .....	7
2.4 Marco Teórico.....	23
2.5 Marco Conceptual .....	41
III. Hipótesis.....	43
IV. METODOLOGÍA .....	43
4.1 El tipo de investigación.....	43
4.2 Nivel de la investigación.....	43
4.3 Diseño de la investigación .....	44
4.4 Población y muestra .....	44
4.5 Definición y operacionalización de variables.....	34
4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
4.7 Plan análisis.....	36
4.8 Matriz de consistencia.....	36
4.9 Principios éticos .....	38
V. Resultados .....	40
5.2 Análisis de Resultados.....	61
VI. Conclusión .....	66
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS .....	70
Anexo N° 1.....	77
Anexo 2: Consentimiento informado.....	83
Anexo 3: Fotos de la ejecución .....	84
Anexo 4: Ficha Ruc de la Mype.....	88
Anexo 5: El instrumento .....	90

## ÍNDICE TABLAS

### **Variable independiente: Planeación estratégica**

<b>Tabla 1:</b> <i>Análisis Foda</i> .....	40
<b>Tabla 2:</b> <i>Ubicación</i> .....	41
<b>Tabla 3:</b> <i>Competencia</i> .....	42
<b>Tabla 4:</b> <i>Misión y Visión</i> .....	43
<b>Tabla 5:</b> <i>Objetivos</i> .....	44
<b>Tabla 6:</b> <i>Estrategias</i> .....	45
<b>Tabla 7:</b> <i>Organigrama</i> .....	46
<b>Tabla 8:</b> <i>Manual de funciones</i> .....	47
<b>Tabla 9:</b> <i>Políticas</i> .....	48
<b>Tabla 10:</b> <i>Plan</i> .....	50
<b>Tabla 11:</b> <i>Seguimiento</i> .....	51
<b>Tabla 12:</b> <i>Medios</i> .....	51
<b>Tabla 13:</b> <i>Evaluar</i> .....	52

### **Variable dependiente: Gestión de Calidad**

<b>Tabla 1:</b> <i>Producto</i> .....	53
<b>Tabla 2:</b> Servicio .....	54
<b>Tabla 3:</b> <i>Satisfacción</i> .....	55
<b>Tabla 4:</b> <i>Comunicación</i> .....	56
<b>Tabla 5:</b> <i>Trabajo en equipo</i> .....	58
<b>Tabla 6:</b> Evaluación .....	58
<b>Tabla 7:</b> Ambiente Laboral .....	59
<b>Tabla 8:</b> <i>Capacitación</i> .....	60

## ÍNDICE DE FIGURAS

### Variable independiente: Planeación estratégica

<b>Figura 1:</b> <i>Análisis Foda</i> .....	40
<b>Figura 2:</b> <i>Ubicación</i> ... ..	41
<b>Figura 3:</b> <i>Competencia</i> .....	42
<b>Figura 4:</b> Misión y Visión.....	43
<b>Figura 5:</b> Objetivos .....	44
<b>Figura 6:</b> Estrategias .....	45
<b>Figura 7:</b> Organigrama.....	46
<b>Figura 8:</b> Manual de funciones .....	47
<b>Figura 9:</b> Políticas.....	48
<b>Figura 10:</b> Plan .....	50
<b>Figura 11:</b> Seguimiento. ....	51
<b>Figura 12:</b> Medios.....	51
<b>Figura 13:</b> Evaluar .....	52

**Variable dependiente: Gestión de Calidad**

<b>Figura 1:</b> <i>Producto</i> .....	53
<b>Figura 2:</b> Servicio .....	54
<b>Figura 3:</b> <i>Satisfacción</i> ... ..	55
<b>Figura 4:</b> <i>Comunicación</i> .....	56
<b>Figura 5:</b> <i>Trabajo en equipo</i> ... ..	58
<b>Figura 6:</b> Evaluación.....	58
<b>Figura 7:</b> Ambiente Laboral .....	59
<b>Figura 8:</b> <i>Capacitación</i> .....	60

## **I. Introducción**

En la actualidad las Micro y Pequeñas empresas en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, tienen una gran significación por que aportan con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que genera; sin embargo, el desarrollo de dichas empresas se encuentra estancado, principal mente por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permita superar problemas de formalidad de estas empresas y que motiven el crecimiento sostenido de las mismas. La mayoría de los países de América Latina se encuentran afectados por problemas sociales, como los de extrema pobreza, es en este contexto en el cual se desarrollan la mayoría de micro y pequeñas empresas, las cuales se encuentran en zonas urbanas, zonas rurales y en todos los sectores de la economía. Estas empresas representan un gran potencial para el crecimiento económico, desarrollo social y generación de empleo en la región. (Sánchez, 2014, p. 127)

INEI (2019), indica que la actividad de restaurantes (servicios de comidas y bebidas) creció en 5,38%, en julio del presente año y sumó 28 meses de resultado positivo; así lo dio a conocer el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Según la encuesta Mensual de Restaurantes que consideró una muestra de 999 empresas, esta actividad presentó una variación acumulada de 4,45% entre los meses de enero y julio de este año.

Según el Diario el peruano (2019), sostiene que, el patrimonio nacional culinario puede desempeñar un papel importante en la diplomacia pública debido a que nos ayuda a aumentar la conciencia de la marca País. Un país no

necesita miles de tanques ni millones de soldados para ser considerado una potencia. Una nación con su cultura también puede ejercer el “poder blando”, es decir, la capacidad de atraer a otras y persuadirlas hacia sus políticas o valores con el propósito de influenciar en sus decisiones, afirma el profesor de Harvard Joseph Nye.

Cabe resaltar que, el Perú considera como política de Estado que la cocina tradicional ingrese en la lista como muestra de nuestra identidad y diversidad cultural, que ya se conoce en el orbe. La Cancillería peruana cuenta con una lista de más de 2,000 restaurantes de comida nacional en el extranjero que comienzan a tener una apreciable influencia en las inversiones y el comercio.

Por lo anterior la gastronomía peruana, en las últimas semanas, ha recibido opiniones muy positivas de organizaciones internacionales que han puesto de relieve sus características e importancia. Por ejemplo, la reconocida revista National Geographic consideró a Lima –la única ciudad en América Latina– como uno de los diez destinos gastronómicos para visitar en el mundo en 2016. (Diario el Peruano, 2016).

Al respecto, Mincetur indica que la calidad turística se debe realizar a través de las capacitaciones ya que forman parte de la implementación del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP), principal herramienta del Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR) que impulsa el Mincetur. De esta manera, se busca que los prestadores de servicios turísticos se inserten en un proceso de mejora continua, a través de capacitación y asistencia técnica, para la aplicación de buenas prácticas de gestión de servicio. (Mincetur, 2018)

Por último, el método de trabajo, en los restaurantes son con colaboradores

que cuenta con una larga experiencia en cada labor que realizan, por ejemplo en la atención a los usuarios, el personal se ayudan mutuamente o trabajan en equipo, en pocas palabras la atención es rápida; mientras que los restaurantes que inician una aventura o recién empiezan lo realizan con lentitud, es decir, los trabajadores no tienen esa dinámica o experiencia del día a día como los que ya se encuentran en el mercado, ocasionando incomodidad por parte del cliente. Teniendo como resultado a que los clientes reclamen una atención inmediata o por lo contrario a que se retiren, ocasionando que se realice poca oferta de clientes y pocas ventas en la respectiva MYPE. (Peña, 2016, p. 14)

Así mismo, la mayoría de los microempresarios están apostando en la ampliación, renovación y creación de establecimientos dedicados a la venta de bienes y servicios, entre ellos los restaurantes que se han convertido en gran oportunidad de negocio, para los emprendedores, estas MYPE empiezan como emprendimiento familiar y su funcionamiento en forma empírica, es decir sin los conocimientos básicos de gestión como es planificar, organizar, dirigir y controlar, las diversas actividades que se deben realizar en toda organización. (Peña, 2016, p.2)

Por lo tanto, en la actualidad existe una alta competencia gastronómica y con ello un aumento en la exigencia en la calidad de servicio, los restaurantes deben ofrecer un servicio de calidad brindado a los clientes, por parte de los colaboradores su trato debería ser personalizado, es decir una atención rápida y oportuna, seguridad un ambiente agradable, para que así los clientes queden satisfechos, regresen y recomienden el lugar por la buena atención y su variedad de comida. Al analizar el problema se observa que las Micro y Pequeñas

empresas no implementan empíricamente la planeación, esto se debe a que los dueños de los restaurantes no tienen una guía de instrucción adecuada para la elaboración y desarrollo de un plan estratégico que ayude a enfrentarse a nuevos retos en el mercado, cumpliendo así con el objetivo y desarrollo de la empresa.

En el distrito de Imperial provincia de Cañete, son muchos los restaurantes que operan en el mercado, pero mucho de estos desconocen y no cuentan con suficiente información acerca de los procesos de Gestión de Calidad y cuán importante es aplicar la planeación estratégica para su empresa.

Es por ello que se realizó este trabajo de investigación que tiene como título: *Propuesta de Mejora de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019*. Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación fue: ¿Cuál es la Propuesta de Mejora de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: LA ISLA DEL SABOR, Cañete – 2019?.

Para lograr lo anterior se planteó el objetivo general:

- Elaborar la Propuesta de Mejora de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.

Para poder conseguir el objetivo general se han planteado los siguientes objetivos específicos:

- Describir las características de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.

- Determinar las características de la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.

- Determinar la propuesta de mejora de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.

Así mismo; la presente investigación se justifica de manera teórica, porque el desarrollo del informe de investigación se tiene como fuente de información la bibliografía actualizada, revistas científicas relacionados al tema y los datos que se obtienen de internet donde se adaptan teorías, características, principios entre otros; permitirá proponer una propuesta de mejora para el restaurante “La Isla del Sabor”, ubicada en el distrito de Imperial, provincia de Cañete.

En cuanto a su justificación metodológica, proponer estrategias que puedan mejorar la planeación estratégica y la gestión de calidad, para lograr los objetivos de estudio se acude al empleo de instrumentos o procedimientos estadísticos para la recolección de datos, como la encuesta, la cual permitirá tener un resultado muy confiable, respetando el método científico. Servirá como fuente de información para que, en el futuro, puedan surgir nuevos emprendedores de negocios innovadores, que ayuden a incrementar la economía del País, así de esta manera el aporte de conocimiento para los universitarios

futuros profesionales. De igual forma, se justifica de manera práctica, porque de acuerdo con los objetivos de estudio, su resultado permitirá no solo solucionar los diversos problemas que aquejan al restaurante La Isla del Sabor, sino que a través de ello se podrá fidelizar al cliente y mejorar la publicidad del restaurante.

Después de efectuarse la encuesta tanto a los representantes de la Micro y Pequeñas Empresas como a sus colaboradores del sector servicio, rubro Restaurante del caso “LA ISLA DEL SABOR”, ubicado en el distrito de Imperial – Cañete, 2019, fueron procesados y analizados obteniendo los siguientes resultados: el 100% de los representantes indican que el restaurante no cuenta con un plan estratégico, el 100% de los representantes manifestaron que el restaurante no tiene definido su misión y visión. El 100% de los representantes manifestaron que el restaurante no cuenta con un organigrama formal establecido. Asimismo, el 100% de los representantes señalan que el restaurante está enfocado en la satisfacción del cliente, ya que genera buenas relaciones entre sus colaboradores para así ellos brinden un buen servicio. Los resultados nos permiten concluir, que el restaurante no cuenta con un plan estratégico ni organigrama establecido por lo tanto se requiere implementarlo y definirlo porque a través de ello se elaborara las diferentes estrategias con el fin de cumplir el objetivo del restaurante

## **II. REVISION DE LA LITERATURA:**

Después de una revisión de trabajos de investigaciones, artículos científicos y libros realizados sobre el tema relacionado a la Planeación Estratégica y Gestión de Calidad en las Mypes, se seleccionaron lo más relevante, la misma que a continuación se mencionan por considerar que proporcionan suficientes aportes para sustentar esta investigación.

### **2. Antecedentes:**

#### **2.1 Antecedentes internacionales:**

Celi (2015) en investigación titulado: *Propuesta de un plan estratégico para el restaurant manila de la ciudad de Loja en el periodo 2015 - 2019*. Trabajo de grado para optar al título Ingeniería comercial.

Tiene como objetivo General: Elaborar un plan estratégico para el Restaurant Manila de la Ciudad de Loja.

La metodología de la investigación es de tipo cualitativo y cuantitativo de nivel descriptivo, técnicas, observación, entrevista y encuesta.

Luego de haber realizado el trabajo de investigación ha llegado a la siguiente conclusión: Los Directivos del Restaurant Manila de la ciudad de Loja no aplican planeación estratégica ya que todas las actividades las realizan en forma empírica, debido que no ha realizado un plan estratégico. Los Directivos del Restaurant no brindan ningún tipo de capacitación al personal que laboran en la misma, lo que ha limitado el perfeccionamiento de sus conocimientos y habilidades para

desenvolverse de mejor manera en cada puesto de trabajo. De acuerdo al análisis FODA, he determinado que el Restaurant no tiene definido planes de publicidad, promoción y difusión de los servicios que brinda el Restaurant, trayendo consigo que gran parte de la ciudadanía Lojana no tengan conocimientos de la existencia de los servicios que ofrece la empresa. (p. 179)

Veloz (2016). En su tesis titulada: *Diseño De Un Plan Estratégico Administrativo Para El Restaurante Rincón Norteño De La Ciudad De Esmeraldas*. Trabajo de grado para optar al título Ingeniería comercial.

Tiene como objetivo general: Diseñar un plan estratégico administrativo para el restaurante “Rincón Norteño”, con el propósito de elevar la productividad de la empresa. La metodología que se utilizo es de tipo cualitativo y cuantitativo de nivel descriptivo, técnicas observación, entrevista y encuesta.

Llego a la siguiente conclusión: Esta investigación propone un plan estratégico que parte de la aplicación de siete estrategias con temas de organización y mercadeo, así como el planteamiento de siete indicadores para monitorear en adelante la gestión de la empresa, las mismas que detallo a continuación: Incrementar las ventas valiéndose de promociones y descuentos para hacerlo competitivo y productivo. Diseñar herramientas administrativas, elaborar una estructura organizativa para el buen manejo del negocio. Mejorar la comunicación y Coordinación del restaurante mediante Manuales de

funciones Administrativas. Establecer políticas directrices para el buen desempeño de los trabajadores del restaurante. Fortalecer las relaciones personales con los jefes de las instituciones para asegurar alianzas y firmar contratos para la entrega de alimentos. Generar la productividad del restaurante mediante estrategias de venta, estrategias de promoción y estrategias de publicidad. (pp. 71 – 72)

Haro y Basurto (2016) en su artículo de revista: *Evaluación De La Planeación Estratégica De Las Pymes En Allende, Nuevo León.*

Tiene como objetivo: Evaluar la Planeación Estratégica de las PYMES en Allende Nuevo León para conocer las áreas en las que éstas deben trabajar para convertir las actividades de la empresa en planes de acciones que conlleven al logro de los objetivos organizacionales y por ende logren el crecimiento y desarrollo de las mismas. Su metodología; nivel descriptivo, diseño de la investigación corte transversal, y técnica la encuesta.

Ha llegado a la siguiente conclusión: Los gerentes y empleados deben darse cuenta continuamente del progreso que se hace hacia el logro de los objetivos de la empresa. A medida que los factores esenciales para el éxito cambian, los miembros de la organización deberían participar en determinar las acciones correctivas apropiadas. Sin duda alguna la planeación estratégica es baja en las PYMES que participaron en esta investigación ya que elementos clave para el crecimiento como la filosofía (misión y visión), análisis interno, análisis externo, administración del desempeño, ejecución y

asignación de recursos fueron dimensiones evaluadas con bajo puntaje.

Un ejemplo de ello es que en la dimensión de filosofía las empresas participantes resultaron con una evaluación “Algo estratégica” en la misión, pero en la visión que es el sueño de a dónde quieren llegar la empresa tienen una evaluación “Regular”. Saber lo que estamos haciendo en el presente no nos ayuda a crecer para el futuro. (p. 62)

Metaute (2018) en su tesis: *Plan Estratégico para el Restaurante Picaña Parrilla-Bar*. Trabajo de grado para optar al título de: Ingeniero administrador.

Tiene como objetivo general: Proponer el plan estratégico para la empresa Picaña Parrilla-Bar para el periodo 2019 y 2021. La metodología de la investigación es de tipo cualitativo con un nivel descriptivo. Así mismo, llega a la siguiente conclusión: La gastronomía se encuentra en un momento de gran desarrollo, los restaurantes cada vez toman más fuerza, esta es una de las razones por la cual la competencia es alta, exigiendo empresas gastronómicas organizadas y planificadas para poder subsistir en el medio. En este orden de idea, se realizó el plan estratégico del restaurante Picaña Parrilla – Bar y se llegó a la siguiente conclusión, en el diagnóstico interno:

En el análisis de la cadena de valor organizacional: se requiere desarrollo tecnológico, y la preparación del personal para su

incorporación habitual en los ámbitos de facturación, inventario, cierre contable, entre otros.

En la matriz de factores internos: es necesario implementar planes de acción derivados de esta planeación estratégica (planeación, control de almacenamiento, implementación de software) un plan de gestión humana y motivación para mejorar la estabilidad y el clima laboral, y, por último, una campaña de mercadeo.

Continuando con el diagnóstico de factores externos se concluye:

La matriz de las fuerzas competitivas se concluye, que la calidad del servicio del restaurante se encuentra calificada en rango medio, esto se debe a que está relacionado con el concepto de satisfacción del servicio. Al analizar la matriz de factores externos, es necesario que en el restaurante Picaña Parrilla – Bar, identificar las necesidades del consumidor, para ofrecer productos o servicios que sean aceptados por el mercado. (p. 44)

López (2018) en su tesis: *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil.*

Trabajo de grado para optar Magíster en Administración de Empresas.

Tiene como objetivo general: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente.

La metodología de la investigación es cuantitativa con un nivel descriptivo. Así mismo, llega a la siguiente conclusión:

A través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. Referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio. En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos. En el estudio realizado se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy's se evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido. Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va a aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al

cliente. (p. 80)

## **2.2 Antecedentes nacionales:**

Dios (2017) en su tesis, *Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el distrito de corrales 2017*. Presentada para obtener el grado de bachiller.

La investigación tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017. Con una metodología de investigación de tipo Descriptiva, nivel Cuantitativa y diseño No Experimental; técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario.

Se concluye que la calidad de los servicios ofrecidos en los restaurantes, si

son los adecuados; ya que cuentan con personal calificado que les informa todo respecto a los servicios brindados, demuestra estar capacitado para ofrecer los productos y/o servicios mostrando cordialidad, se preocupan por la satisfacción de los clientes, pero en otros restaurantes los servicios brindados no son los adecuados. En la atención al cliente ofrecido en algunos restaurantes los clientes si han tenido alguna insatisfacción con el producto y/o servicio brindado, pero en otros restaurantes no se ha tenido ninguna insatisfacción y al mismo tiempo los clientes si recomendarían el servicio brindados a

otras personas, pero otros clientes no lo recomendarían. Se concluye que los precios ofrecidos en los restaurantes si están acorde con el servicio brindado y al mismo tiempo que si conocen otros restaurantes que ofrezcan los mismos precios por sus servicios, ofrecen constantes promociones, ofertas o beneficios adicionales que atraiga a los clientes, pero otros clientes nos dicen que no conocen otros restaurantes. (p. 61)

Sánchez (2018) en su tesis, *Gestión De Calidad Con El Uso Del Planeamiento Estratégico En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio-Rubro Agencias De Viaje Y Guías Turísticas, Huaraz, 2017*. Presentada para obtener el título de Licenciado en Administración.

La investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características de las gestiones de calidad con el uso planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro agencias de viaje y guías turísticas de la ciudad de Huaraz, 2017.

La metodología de investigación fue de tipo descriptivo, de diseño fue no experimental- transversal, técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario.

Conclusiones Las empresas del rubro agencias de viaje y guías turísticas, realizan una gestión de calidad inadecuado cumpliendo solo con algunos aspectos, con un conocimiento y manejo deficiente del planeamiento estratégico. En cuanto a las características de los

gerentes, tienen más de 56 años de edad, son de sexo masculino y de profesión u ocupación profesores u otros, y cuentan con más de 6 años de experiencia. En relación a las características de las Micro y pequeñas empresas, la mayoría absoluta tiene más de 3 años dedicados a esta actividad empresarial y cuentan con un promedio de 1 a 5 colaboradores. Los resultados permiten concluir en razón a la gestión de la calidad, las empresas casi siempre tienen diseñada los objetivos y asignan los recursos para implantar, regularmente manejan procedimientos, midiendo el nivel de eficiencia de estas, para ser evaluadas y establecer mejoras en la gestión. Respecto al planeamiento estratégico, establecen y revisan regularmente la misión y visión, pero nunca realizan el análisis FODA, solo a veces cuentan con políticas en las que se orienta, y casi siempre asignan recursos para implementar la estrategia, estableciendo mecanismos para evaluar, y a veces realizar acciones correctivas en las estrategias. (p. 73)

Ramírez (2019) en su tesis: *Gestión De Calidad Y Eficacia De Los Procesos Administrativos En Las Mypes Del Sector Comercial, Rubro Joyería Distrito De Callería, Año 2019*. Presentada para obtener el título de Licenciado en Administración. Tuvo por objetivo Investigar la relación de uso de la eficacia de los procesos administrativos con la gestión de calidad en las Mypes del sector comercial rubro joyería del distrito de Callería, 2019. La metodología de la investigación fue de tipo mixto (cuantitativo y cualitativo), de diseño no

experimental/transversal, se aplicó el instrumento del cuestionario y técnica la encuesta. Llega a la siguiente conclusión:

La eficacia de los procesos administrativos tiene relación con la gestión de calidad porque cada proceso desarrollado dentro de la Mypes brinda calidad en los servicios, en el desarrollo de actividades y permite el cumplimiento de los objetivos. La organización que realizan las Mypes del sector comercial rubro joyería tienen relación con la gestión de calidad, lo que se observa que no lo están aplican correctamente, por el hecho que simplifican las labores de trabajadores, sin tener áreas marcadas para la producción y las funciones no están distribuidas por trabajadores o por desempeño que realizan.

Por último, el control en las Mypes rubro joyera tiene relación con la gestión de calidad, pero los micro empresarios no tienen interés en el control o manejo de resultados, en la eficiencia y eficacia del desarrollo de las actividades dentro de la Mypes. (p.83)

García (2019) en su tesis: *Gestión De Calidad Y Eficacia De Los Procesos Administrativos En Las Mypes Del Sector Servicios, Restaurant Turístico Yarinacocha, 2019*. Presentada para obtener el título de Licenciado en Administración. Indica que el objetivo general es: Determinar la relación entre la gestión y la eficacia de los procesos administrativos en las Mypes del sector servicios, restaurant turístico-Yarinacocha, 2019.

La metodología de investigación fue del tipo cuantitativa, de nivel

descriptivo-correlacional y diseño no experimental, transversal y correlacional.

De acuerdo al objetivo general, se concluye que existe relación entre la gestión de calidad y la eficacia de los procesos administrativos, de acuerdo a la aplicación del coeficiente de correlación de Pearson cuyos valores de significancia alcanzados lo confirman. También que existe relación entre la dimensión enfoque al cliente (gestión de calidad) y la administración dinámica/proceso dirección (variable procesos administrativos). Por último, se concluye que existe relación entre gestión de procesos (variable gestión de calidad) y la administración mecánica/proceso organización (variable procesos administrativos). (p. 74)

Mendoza (2019) en su tesis: *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes en Máncora, año 2018*. Presentada para obtener el título de Licenciado en Administración.

Presentó como objetivo general determinar las características de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes en Máncora, año 2018. Se empleó la metodología de tipo descriptiva y de nivel cuantitativo con diseño no experimental, de corte transversal, se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario.

Ha llegado a las siguientes conclusiones:

Respecto a los aspectos determinantes de la competitividad; se concluye que la mayoría de clientes señalan que el éxito del

restaurante depende directamente del conocimiento y habilidades del administrador.

Respecto a los principios de la gestión de calidad; se concluye que la mayoría de clientes si evidencia el cumplimiento de normativas del sector; asimismo evidencian la falta de habilidades y conocimientos para un desempeño adecuado; sienten que los restaurantes no cumplen sus expectativas y necesidades, no observan un nivel de compromiso alto en sus funciones, no se muestran eficientes con los recursos del restaurante, no perciben un ambiente laboral adecuado, el personal no consulta a su superior ante eventualidades, no perciben mejora en el desempeño de su gestión, y finalmente no observan esfuerzos por fidelizarlos. (p. 64)

### **2.3 Antecedentes locales:**

Hilario (2019) en su tesis: *Gestión De Calidad En La Capacitación De La Mype, Sector Comercio, Rubro Venta Minorista De Artefactos Electrodomésticos Linea Blanca, Estudio De Caso: “Nuevo Milenium” Del Distrito De Imperial - Cañete, Año 2018*. Presentada para obtener el título de Licenciado en Administración.

Presento como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión, de Calidad en Capacitación del personal que labora en las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Comercio, Rubro Venta Minorista de Artefactos de Artefactos

Electrodomésticos”, línea blanca, estudio de caso “Nuevo Milenium” Distrito de Imperial 2018. Se empleó la metodología de tipo cualitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y transversal, técnica la entrevista. Y el instrumento el cuestionario. Llego a la siguiente conclusión: La empresa, “saben lo que significa una gestión de calidad, utilizan la técnica de las 5s, asimismo tienen dificultades para implementarlas, aplican la técnica de la observación y mejora el rendimiento del negocio. Asimismo, la totalidad de las Micro y Pequeñas empresas (MYPES), si recibió capacitación para mejorar en cuanto en atención al cliente, se considera la capacitación como inversión, su personal si recibió algún tipo de capacitación y de acuerdo a la opinión del administrador y secretario, mencionaron que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa, se concluye que según aplicación de entrevista en relación al objetivo 3”. (p. 50)

Soto (2019). en su Tesis: *Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, estudio de caso “Moda Urbana Mary” Del Distrito De San Vicente, Provincia De Cañete, Departamento De Lima, Periodo 2019*. Presentada para obtener el título de Licenciado en Administración.

Presento como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad en la Competitividad de las MYPES del sector comercio-rubro tienda de ropa para damas, estudio de caso “Moda

Urbana Mary” del Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, Departamento de Lima, periodo 2019.

Se empleó una metodología de diseño no experimental – transversal, tipo de investigación fenomenológico – estudio de caso, nivel descriptivo.

Llego a la siguiente conclusión:

De acuerdo a mi entrevista realizada se concluye que la empresa debe contar con un estándar de calidad donde permita llevar el proceso de los elementos de la planificación, control y mejora de la calidad, se concluye que la MYPE en estudio trabaja estos elementos de una manera empírica de acuerdo a su experiencia en el rubro ya que conocen el manejo en el mercado. De acuerdo a mi investigación se concluyen en forma general que la planificación de la calidad es un elemento importante en la gestión de estas, sin embargo, en la empresa en estudio se encontró que efectivamente sus objetivos se basan en la satisfacción de sus clientes, de acuerdo a sus necesidades y así cumplir sus expectativas. Sin embargo, no mantiene un patrón o un estándar de calidad, que evalué la planificación; es decir lo manejan de forma empírica; sin la ayuda de un tercero experto en el tema para la aplicación de su empresa. (p. 44)

Quispe y Vera (2016), en su tesis: *Aplicación del planeamiento estratégico en la ventaja Competitiva de los comerciantes de frutas de la provincia de chincha*. Presentada para obtener el título de Licenciado en Administración.

Presento como objetivo general: Determinar la influencia de la aplicación del planeamiento estratégico en la ventaja competitiva de los comerciantes de frutas de la Provincia de Chincha en el año 2016. Se empleó una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, correlacional y descriptivo, diseño no experimental-transversal. Llegaron a la siguiente conclusión, los comerciantes de frutas de Chincha necesitan aplicar el planeamiento estratégico que oriente sus recursos y acciones para que alcancen los objetivos junto con el desarrollo económico, social, ambiental e institucional, ya que ellos toman estrategias de manera intuitiva o por la experiencia pero no en conocimientos estudiados, y con todo esto permitirá tener un mejor control en su valor agregado a los productos y generar así una ventaja competitiva eficaz y eficiente para poder contrarrestar a los competidores. (p. 93)

Niño (2019). en su Tesis: *La gestión de calidad en satisfacción al cliente en Comercialización de la Mype del sector industria Rubro textil - caso: Confecciones D´Manel – del distrito de chincha alta, periodo 2018*. Presentada para obtener el título de Licenciado en Administración.

Presento como objetivo general: Determinar las características de La Gestión de Calidad en Satisfacción al Cliente en comercialización de la MYPE del Sector Industria Rubro Textil-Caso: Confecciones D´Manel-del Distrito de Chincha Alta, Periodo-2018.

Se empleó una metodología de diseño no experimental –

transversal, tipo de investigación fenomenológico – estudio de caso, nivel descriptivo. Llego a la siguiente conclusión:

- Cuenta con un plan de contingencia (aunque no lo tiene escrito).
- Describe la capacidad de organización con el área de ventas y el área de confección.
- Describe las principales funciones de los miembros de su equipo de trabajo tanto en el área de producción, así como el área de comercialización.
- Describe la importancia del Marketing On Line que viene usando para la comercialización de sus productos.
- Reconoce también como se viene implementando la capacitación con su personal para la mejora de la atención al cliente, así como la mejora continua en el área de producción. (p. 45)

## **2.4 Marco Teórico:**

### **2.4.1 Planeación Estratégica:**

Robbins y Coulter (2014), manifiestan que, “La planeación es la función administrativa que involucra la definición de los objetivos de la organización, el establecimiento de estrategias para lograrlos y el desarrollo de planes para integrar y coordinar las actividades laborales”. (p. 220)

Al respecto Chiavenato (como se citó en Valencia y Erazo, 2016) indica que la importancia de la planeación estratégica se entiende en la capacidad que puede generar para que la empresa pueda realizar análisis del entorno y tomar decisiones acertadas en un mundo global.

Por otra parte, Michael Porter (como se citó en Guadalupe, 2014) describe la esencia de la estrategia como las actividades con las cuales una organización elige distinguirse: Finalmente, todas las diferencias entre compañías en costo o precio se derivan de cientos de actividades requeridas para crear, producir, vender, y distribuir productos. La diferenciación surge de la elección de actividades y de cómo son ejecutadas. La esencia de la estrategia radica en elegir la ejecución de actividades de forma diferente a los competidores para brindar una propuesta de valor único. (p. 14)

Así mismo, la planeación como un gran proyecto que entiende el empleo adecuado y racional de los recursos disponibles para ponerlos a disposición de operaciones que buscan el desarrollo organizacional (cumplimiento de la misión, propósito, objetivos y metas) dado a través

de la identificación de fortalezas y debilidades organizacionales y oportunidades y amenazas del entorno. También se puede entender como un proceso a través del cual la organización define o redefine sus cursos de acción hacia un futuro, que le permite ordenar sus objetivos y los medios de acción para alcanzarlos y concretarlos. Estos cursos de acción que se definen son el producto del análisis amplio de las condiciones internas, así como del entorno. (Cano, 2017, p.31)

### **Importancia de la planeación estratégica:**

En los tiempos donde la información, la tecnología y las tendencias, son dinámicas y cambiantes, es muy difícil predecir cuales serían los acontecimientos que sucederían en el futuro, lo cual la planeación trata de prevenir cualquier imprevisto o acontecimiento para dar un plan de mejora o un plan de acción, anticipando el futuro y poder lograr los objetivos planteados. Por lo tanto, se puede planear cómo manejar mejor los recursos con eficiencias y eficacia. Y algunos de estos aspectos:

- Se puede planificar las decisiones que tiene que tomar las organizaciones como una ruta para alcanzar los objetivos.

- Se planea reducir las dudas o incertidumbres para la toma de decisiones cuando se quiere conseguir un objetivo.

- Se planea como controlar las variables inesperadas durante las etapas para conseguir los objetivos.

- Se planea las políticas internas y los lineamientos para lograr los objetivos planteados de la empresa. (Ramírez, 2019, p. 21)

### **Tipos de planes:**

Las formas de describir los planes organizacionales son a través de:

Su Alcance (estratégicos y operativos):

- Planes estratégicos, son planes que abarcan a toda la organización y determinan los objetivos generales.
- Planes operativos, abarcan únicamente a un área operativa de la organización.

Marco temporal (corto o de largo plazo):

- Planes de corto plazo, cuyo marco temporal se extiende por un año o menos.
- Planes de largo plazo, se extiende más allá de tres años.

Especificidad (direccionales o específicos):

- Direccionales, planes que son flexibles y solo establecen lineamientos generales.
- Específicos, están definidos con claridad y no dejan lugar para la interpretación.

Frecuencia de uso (de una sola vez o permanentes).

- Planes de un solo uso, se implementan una única vez y son especialmente diseñados para satisfacer las necesidades planteadas.
- Planes permanentes, es de implementación continua que ofrecen guía para el desempeño de actividades.

(Robbins y Coulter, 2014, pp. 222 -223)

### **Proceso de la planeación estratégica:**

Chiavenato (2011) indica que es el proceso que sirve para formular y ejecutar las estrategias de la organización con la finalidad de insertarla, según su misión, en el contexto en el que se encuentra.

Para Drucker “la planeación estratégica es el proceso continuo, basado en el conocimiento más amplio posible del futuro considerado, que se emplea para tomar decisiones del presente, las cuales implican riesgos futuros en la razón de los resultados esperados. (p. 25)

### **Formulación de la estrategia**

Se considera al documento donde se plasma por escrito las ideas básicas y creencias, las mismas que dieron inicio al negocio, y de las cuales subyacen la declaración de la misión y visión. En tal sentido los responsables o directivos de los negocios en crecimiento o desarrollo lo ven necesario reformular y actualizar las creencias, aunque a menudo la creencia e idea que dieron inicio al negocio se ven manifestadas en la misión y visión actualizadas. (David, 2008, p. 56)

### **Implementación de Estrategias**

Involucra a toda la organización, implica y afecta a todas las áreas tanto divisionales como funcionales, igualmente la implantación varía relativamente según el tamaño del negocio u organización. La administración adopta como temas fundamentales en la fase de implementación, el establecimiento de los objetivos anuales, asimismo la asignación de recurso y las políticas concebidas. Los cambios serán más relevantes en la administración de un negocio cuando la estrategia

enrumba a nuevas gestiones importantes. (David, 2008, pp. 262-264)

### **Evaluación estratégica**

Las variaciones constantes en las organizaciones tanto en los factores internos como externos, afectan o influyen en las mejores estrategias convirtiéndolos en obsoletos, para estos es fundamental el constante monitoreo y control oportuno del planeamiento estratégico evaluando y revisando su implementación. Las malas decisiones conllevarían a perjuicios irreversibles en la empresa, en el planeamiento estratégico la consecuencia de las decisiones es duradera y reveladora. Es así que la evaluación de la estrategia es primordial en favor de la organización que pretende implementar una estrategia. Se contempla tres acciones básicas en la evaluación de la estrategia:

- Profundizar en las bases que dan origen a la estrategia de un negocio.
- Establecer un punto de comparación de los resultados esperados con los resultados tangibles. Administrar actividades correctivas garantizando que el desempeño se alinea con los planes. (David, 2008, p. 336).

### **Taxonomía aplicada a la planeación estratégica:**

El significado que se adjudica a palabras como objetivos, metas, política o programas no siempre es el mismo. Quién propone una taxonomía de los términos relativos a la estrategia la cual adaptaremos al largo de este texto.

1. **Estrategia:** es el patrón que integra las principales políticas, metas y acciones de la organización.
2. **Objetivos o metas:** son los resultados que serán alcanzados en un determinado periodo.
3. **Valores:** son aquellos aspectos del comportamiento importante para la organización, reflejan lo que esta pretende privilegiar en sus actividades y en el comportamiento de las personas.
4. **Políticas:** son reglas que marcan los límites dentro de los cuales deben ocurrir las acciones,
5. **Programas:** constituyen una secuencia, paso a paso, de las acciones necesarias para alcanzar los objetivos.
6. **Tácticas:** las estratégicas se descomponen en tácticas para el mediano plazo la cual permite efectuar realineaciones para poder alcanzar de inmediato algunos objetivos limitados.
7. **Planes operacionales:** se descomponen en planes operacionales, cuyas características en que se enfocan en una tarea o actividad y en el corto plazo. (Chiavenato, 2011, p. 44)

#### **Diagnostico interno:**

El diagnostico interno de la organización, también llamado análisis organizacional auditoria interna, es una evaluación de la competitividad de sus principales áreas de potencialidad, de los puntos fuertes que debe explorar con más intensidad y de sus debilidades o los puntos flacos que debe corregir o mejorar. (Chiavenato, 2011, p. 105)

#### **Diagnóstico externo**

David (citado por Metaute, 2018), señala que todo aquello que es ajeno a la empresa como organización. No obstante, a menudo se presentan dificultades para determinar con certeza o exactitud dónde están las fronteras o los auténticos límites de la empresa con respecto a lo que se conoce como medio exterior. El entorno así definido, es algo extraordinariamente amplio que desde un punto de vista operativo sería casi imposible de analizar por su amplia generalidad. Es por ello, que se puede convenir que el entorno se refiere a todos aquellos factores externos a la empresa que tenga una influencia significativa en la estrategia empresarial y que la misma no puede controlar. (p. 7).

#### **Análisis FODA:**

El análisis FODA es uno de los pasos más importantes para formular la estrategia. Al usar la misión de la organización como contexto, los gerentes evalúan las fortalezas internas (competencias distintivas) y debilidades, así como las oportunidades y amenazas externas. La meta es entonces desarrollar adecuadas estrategias que explotan las oportunidad y fortalezas, neutralizan las amenazas y evitan las debilidades.

**Fortalezas de una organización:** son habilidades y capacidades que permiten a una organización concebir e implementar sus estrategias.

Las fortalezas pueden incluir cosas como un conjunto profundo de talento gerencial, excedente de capital, reputación única y nombre de marca, así como los canales de distribución. (Griffin, 2011, p. 239)

#### **Debilidades de una organización:**

Son habilidades y capacidades que no permiten a una organización elegir e

implementar estrategias que respalden su misión. Una organización tiene esencialmente dos formas de abordar debilidades. Primero necesita hacer inversiones para obtener fortalezas requeridas para implementar estrategias que respalden su misión. Segundo, modificar su misión, para que puedas ser alcanzada las habilidades y capacidades que la organización ya posee.

**Oportunidades de una Organización:** Son las áreas que pueden generar más alto desempeño.

**Amenazas de una organización:** Son áreas que aumentan la dificultad de que una organización se desempeñe a un nivel superior. (Griffin, 2011, p. 241)

#### **2.4.2 Gestión de calidad:**

Es como nuevo enfoque gerencial, que permite a las organizaciones a convertirse en entidades avanzada en los senderos de la gestión del conocimiento, basada principalmente en el recurso más importante, el recurso humano y sus conocimientos. Es decir, la verdadera capacidad empresarial no está representada en la cantidad de información con que cuenta, sino en la capacidad para utilizarla. (Hernández, Barrios y Martínez, 2018, p. 191)

#### **Importancia de la calidad:**

La calidad afecta a una empresa en 4 maneras:

- 1) Costos y participación del mercado: las mejoras en calidad llevan a una mejor participación en el mercado y ahorros en los costos por disminución de fallas, reproceso y garantía pro devoluciones.

- 2) Prestigio de la organización: la calidad surgirá por las percepciones que los clientes tengan sobre los nuevos productos de la empresa y también por las prácticas del colaborador y relaciones con los productos.
- 3) Responsabilidad por los productos: las organizaciones que diseñan y elaboran productos o servicios defectuosos pueden ser responsabilizados por daños o lesiones que resulten de su uso,
- 4) Implicaciones internacionales: en este momento de globalización, la calidad es un asunto internacional. Tanto para una compañía como para un país. (Carro y Gonzales, 2012, pp. 2 – 3)

### **La familia de normas ISO 9000**

La ISO 9000 no es, *stricto sensu*, una norma, sino una familia de normas. El Comité Técnico ISO/TC 176) da cuenta de sus cuatro miembros básicos, que describe de la siguiente manera:

- Norma ISO 9000: describe los fundamentos de los sistemas de gestión de la calidad y especifica su terminología.
- Norma ISO 9001: detalla los requisitos para los sistemas de gestión de la calidad, aplicables a toda organización que necesite demostrar su capacidad para proveer productos que cumplan los requerimientos de sus clientes y los aspectos reglamentarios aplicables. El objetivo básico es aumentar la satisfacción del consumidor.

- Norma ISO 9004: proporciona directrices que consideran tanto la eficacia como la eficiencia del sistema de gestión de la calidad. El objetivo de esta norma es la mejora del desempeño de la organización y la satisfacción de los clientes y de otras partes interesadas.
  - Norma ISO 19011: brinda orientación relativa a las auditorías de sistemas de gestión de la calidad y de gestión ambiental.
- (Lizarzaburu, 2016, p. 38)

### **Características Gestión de la Calidad.**

Algunos aspectos relacionados con la Gestión de calidad:

#### **a) Establecimiento de la calidad y su nivel**

El producto y el servicio es adecuado, verifica si el cumplimiento de las características satisface sus necesidades es el propio cliente.

#### **b) Información, educación y motivación**

La información es base; la motivación es la acción o actitud que involucra a las personas, así mismo implica la comunicación con los clientes.

#### **c) El liderazgo activo de la dirección**

La gestión de la calidad debe contar con todo el apoyo y liderazgo de la alta dirección y ésta, a su vez, debe implicarse practicando con el ejemplo en la consecución de los objetivos de la calidad de forma activa y constante.

#### **d) Ventaja competitiva**

Constituye un factor básico para obtener ventaja competitiva. Así mismo la empresa debe optar por una estrategia que persiga la calidad de sus servicios y productos.

**e) Implicación de todos los recursos humanos**

Es necesario que toda la organización esté involucrada y participe en el proyecto común que será beneficiada para el empleador y colaborador.

**f) Los Proveedores**

Los proveedores constituyen el primer eslabón de la cadena y sobre ellos habrá que actuar para obtener la calidad desde el origen.

**g) Ética de la calidad**

La ética de la calidad, tiene los siguientes principios:

- Hacerlo bien desde el principio.
- Prevenir la aparición de los fallos.
- Apreciar y resaltar el aspecto positivo y educativo que aportan los defectos como forma de aprender y avanzar.
- Ante los errores repetitivos, resulta más efectiva una información adecuada y objetiva que una amonestación o crítica.
- La calidad persigue la satisfacción plena de los consumidores.

- La calidad debe implicar un clima de sensibilidad y preocupación en la Empresa por el entorno social y medioambiental. (Cuatrecasas, 2010, pp. 31-33).

### **Principios de gestión de la calidad**

Los principios de la gestión de calidad son:

- 1. Enfoque al cliente:** las empresas dependen de sus clientes; por lo tanto, deben comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfaciendo así las necesidades del consumidor.
- 2. Liderazgo:** los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de objetivos de la empresa.
- 3. Participación del personal:** el colaborador es un factor importante para la empresa. Ya que, a través de sus destrezas, habilidades traen un beneficio para la empresa.
- 4. Enfoque basado en procesos:** un resultado deseado se alcanza con más eficiencia cuando los recursos y tareas relacionados se gestionan como un proceso.
- 5. Enfoques del sistema para la gestión:** identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos. (Lizarzaburu, 2016, pp. 39 – 40).

### **Los principios de Deming y la calidad total:**

Según Benavides y Quintana (citado por Luna 2016). Los principios de Deming establecían que, mediante el uso de mediciones estadísticas,

una compañía habría ser capaz de graficar como un sistema en particular estaba funcionando para luego desarrollar maneras para mejorar dicho sistema. A través de un proceso de transformación en avance, y siguiendo los Catorce Puntos y Siete Pecados Mortales, las compañías estarían en posición de mantenerse a la par con los constantes cambios del entorno económico. Edwards W. Deming revolucionó la gestión en las empresas de fabricación y de servicios al insistir en que la alta dirección es responsable de la mejora continua de la calidad; conocido internacionalmente como consultor, cuyos trabajos introdujeron en la industria japonesa los nuevos principios de la gestión y revolucionaron su calidad y productividad. En agradecimiento a su contribución a la economía japonesa, la Unión de Ciencia e Ingeniería Japonesa (JUSE) instituyó el Premio Anual Deming para las aportaciones a la calidad y fiabilidad de los productos.

### **1. Crear constancia en el propósito:**

Crear un propósito constante hacia la mejora del producto y del servicio, con el objetivo de llegar a ser competitivos, consolidar la empresa y proporcionar empleos. Este punto indica que una empresa tiene que tener bien claro el propósito y su función que desempeña, mejorándolo constantemente, implementando la innovación, la mejora continua, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades de la empresa.

### **2. Adoptar una nueva filosofía**

Implementar una nueva filosofía en la empresa, representa un cambio en la educación de todos los involucrados, entrenamiento y alegría en el trabajo, junto con la responsabilidad de cambiar la forma de pensar y trabajar respecto a la calidad.

**3. Cesar la dependencia de la inspección en masa:**

Tratar de evitar la inspección masiva, en vez de ello controlar los procesos a medida que el producto vaya avanzando y evitar retrabajos y desperdicios que se traducen en mayores costos y aumentar la calidad de los procesos.

**4. Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio solamente. En vez de ello minimizar los costos totales trabajando con un solo proveedor.**

En vez de buscar un proveedor que nos brinde el precio más bajo, buscar aquel o aquellos que representen más confiabilidad en su entrega, en la calidad de sus productos y a buen precio, muchas de las veces dejamos toda la responsabilidad en un solo proveedor que nos deja poco satisfechos con su desempeño.

**5. Mejorar constante y continuamente todos los procesos de planificación, producción y servicio.**

Una empresa tiene que estar en una mejora constante para asegurar la calidad mediante el uso de herramientas estadísticas, tales como los gráficos de control y programas de

mantenimiento que ayudan a eliminar las causas especiales.

Mejoramiento del producto y el proceso van mano a mano con mayor comprensión y mejor teoría.

#### **6. Implantar la formación en el trabajo.**

Implementar las capacitaciones en el trabajo a todo el personal de acuerdo a sus funciones eliminando el entrenamiento entre los trabajadores. Muchas de las veces el entrenamiento en las empresas entre trabajadores no es muy recomendable ya que se les enseña a los nuevos empleados únicamente el conocimiento que tiene un trabajador de mayor rango y nunca se le transmite el conocimiento completo.

#### **7. Adoptar e implantar el liderazgo.**

Implementar el liderazgo en los supervisores y en la gente de mayor rango significa buena señal de que las cosas pueden salir bien. Un líder debe tener la capacidad necesaria para reconocer las destrezas de los que tiene a su alrededor, talentos y habilidades de los que trabajan con él; en pocas palabras, ayudar donde se necesita. Un líder sabe cómo mejorar el sistema en el cual él y su gente trabajan, no amenaza ni implora. Trata de crear en todo el mundo interés y reto en el trabajo, y alegría para realizarlo.

#### **8. Desechar el miedo.**

Eliminar el temor fortaleciendo la seguridad en sus trabajadores, proveer la seguridad y un ambiente de confianza en los trabajadores, así se eliminarán muchos problemas con la calidad. Cuando el miedo es utilizado para mejorar el desempeño individual, esta meta no se logra. El uso del miedo evita que la gente piense, les roba el orgullo y la alegría de trabajar y mata toda forma de motivación intrínseca. El miedo es causa de incalculable desperdicio y pérdidas.

#### **9. Derribar las barreras entre las áreas de staff.**

Promover el trabajo en conjunto; es decir, que todos los departamentos trabajen con el objetivo de lograr una meta en común, para evitar problemas de comunicación y mantener la misión de la empresa.

Diseñar en equipo descubre los valores de las personas. La Gerencia debe ayudar a utilizar los talentos y las habilidades de la gente en beneficio de la Empresa, y lograr la voluntad para destinar el tiempo necesario para comprender el problema, y evitar que años de tradición y cultura organizacionales entraben el proceso para trabajar juntos. El rol del gerente es:

- Comprender el sentido del sistema.
- Fomentar en su gente el deseo de aprender.
- Saber que tiene tres fuentes de poder:
  1. Formal

2. Conocimiento

3. Personalidad y poder de persuasión.

- Crear confianza.

**10. Eliminar los slogans, exhortaciones y metas para la mano de obra.**

Evitar la presión en los trabajadores para aumentar la productividad, con reglas amenazantes y lemas fuera de lugar, permitiendo que los trabajadores formulen sus propios lemas, así como evitar los slogans fraudulentos que no cumplan con la realidad interna de la empresa.

**11. Eliminar los cupos numéricos para la mano de obra y los objetivos numéricos para la dirección.**

Eliminar las tasas de producción obligatorias hace que los empleados se sientan menos presionados y realicen su trabajo mecánicamente, sin tomar en cuenta otros aspectos como la calidad y más si no se les proporcionan herramientas ni recursos necesarios para lograrlos.

**12. Eliminar las barreras que privan a las personas de sentirse orgullosas de su trabajo.**

Desechar las culpas al trabajador, muchas de las veces, las fallas en calidad se dan por errores en el sistema y la mala elección o implementación del mismo y se deben analizar todos esos puntos para establecer un criterio acertado de cuáles son las causas de los problemas.

**13. Estimular la educación y la auto mejora de todo el mundo.**

Implementar la capacitación y educación dentro de la empresa, resaltando el trabajo en equipo y aplicar el estudio de nuevas tecnologías y técnicas matemáticas que ayuden a mejorar la productividad que los ayuden a ser más competitivos y explotar al máximo las habilidades del personal y ser más competitivos en el mercado.

**14. Poner a trabajar a todas las personas de la empresa para conseguir la transformación.**

Trabajar desde la alta gerencia hasta operadores, todos en conjunto para la aplicación de estos puntos y tener personal especializado en la implementación de los mismos para levantar el interés y entusiasmo en todas las personas que conforman esta empresa. (pp. 14 – 16)

## **2.5 Marco Conceptual:**

### **2.5.1 Planeación Estratégica:**

Según Chiavenato (2011) indica que “Es el proceso que sirve para formular y ejecutar las estrategias de la organización con la finalidad de insertarla, según su misión, en el contexto en el que se encuentra”. (p. 25)

### **2.5.2 Gestión de calidad:**

La calidad puede ser un concepto confuso debido en parte a que las personas consideran la calidad de acuerdo con diversos criterios basados en sus funciones individuales dentro de la cadena de valor de producción-comercialización. Además, el significado de calidad sigue evolucionando conforme la profesión de la calidad crece y madura. (Evans y Lindsay, 2008, p. 12)

### **2.5.3 Calidad:**

La calidad en el sector servicios hace referencia al acceso, interacción, buen trato del personal y su preparación para servir, recibir respuestas satisfactorias, ser escuchado para opinar sobre la calidad del servicio y apreciar mejoras en el mismo. En términos de un buen clima organizacional proporciona un ambiente propicio para favorecer una cultura de calidad enfocada en las metas de la organización y apropiada a su entorno saludable. (Hernández, Barrios y Martínez, 2018, p. 191)

#### **2.5.4 MYPES**

Sunat (2003) El artículo N°2 indica que la Micro y Pequeña Empresa La Micro y Pequeña Empresa, es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (p. 1)

#### **2.5.5 Restaurante**

El patrimonio nacional culinario puede desempeñar un papel importante en la diplomacia pública debido a que nos ayuda a aumentar la conciencia de la marca País. Un país no necesita miles de tanques ni millones de soldados para ser considerado una potencia. Una nación con su cultura también puede ejercer el “poder blando”, es decir, la capacidad de atraer a otras y persuadirlas hacia sus políticas o valores con el propósito de influenciar en sus decisiones, afirma el profesor de Harvard Joseph Nye. Cabe resaltar que, el Perú considera como política de Estado que la cocina tradicional ingrese en la lista como muestra de nuestra identidad y diversidad cultural, que ya se conoce en el orbe. La Cancillería peruana cuenta con una lista de más de 2,000 restaurantes de comida nacional en el

extranjero que comienzan a tener una apreciable influencia en las inversiones y el comercio. (Diario el peruano, 2019)

#### **2.5.6 Cliente:**

Barquero, Rodríguez y Huertas. (2007). Indican que, “La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer”. (p.1)

### **III. Hipótesis:**

De acuerdo a lo indicado por Hernández, Fernández y Baptista (2014), afirma que en todas las investigaciones cuantitativas no se plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio. (p. 104)

## **IV. METODOLOGÍA:**

### **4.1 El tipo de investigación:**

El tipo de investigación fue cuantitativo, según, Hernández, Fernández, y Baptista (2014), se refieren a “Un conjunto de proceso, siendo secuencial y probatorio”. (p. 4)

### **4.2 Nivel de la investigación:**

Según, Arias (2012), la investigación que se presenta en este proyecto fue descriptiva ya que “Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”.

(p. 24)

#### **4.3 Diseño de la investigación:**

La investigación fue transversal - no experimental, según, Hernández, Fernández y Baptista (2014), señalan que, “Son investigaciones que recopilan datos en un momento único, su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (p. 154).

#### **4.4 Población y muestra:**

##### **Población:**

En la presente investigación la población está constituida por 30 Mypes del sector servicio, rubro restaurantes caso: LA ISLA DEL SABOR, Imperial - Cañete, 2019. La información fue obtenida de la Municipalidad Distrital de Imperial.

Bisquerra (2009), indica que “Es un conjunto de todos los individuos en los que se desea estudiar un fenómeno” (p. 143)

##### **Tipo de Muestra:** No probabilística

**Muestra:** Para la variable Planeamiento estratégico y Gestión de calidad, está conformada por 4 representantes de las Mypes del restaurante a estudiar, porque son ellos quienes planifican y gestionan directamente los procesos. Por otra parte, según Fàbregues, Meneses, Rodríguez, y Hélène, (2016), señalan que “La muestra, al fin y al cabo, no es más que un subconjunto del número total de unidades definidas como población, en referencia a la cual estableceremos siempre nuestros resultados”. (p. 44)

#### 4.5 Definición y operacionalización de variables:

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición conceptual	Indicadores:	Escala	Fuente
<b>Planeación estratégica:</b>	La planeación es la función administrativa que involucra la definición de los objetivos de la organización, el establecimiento de estrategias para lograrlos y el desarrollo de planes para integrar y coordinar las actividades laborales. (Robbins y Coulter, 2014, p. 220)	Análisis	Griffin (2011) Es uno de los pasos más importantes para formular la estrategia. (p. 239)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Foda</li> <li>- Ubicación</li> <li>- Competencia</li> </ul>	Likert	Representante
		Formulación	Robbins y Coulter (2014) Es una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. (pp. 222 -223)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Misión y visión.</li> <li>- Objetivos</li> <li>- Estrategias</li> </ul>	Likert	Representante
		Implementación	Robbins y Coulter (2014) Es un plan permanente de implementación continua que ofrece guía para el desempeño de actividades. (pp. 222 -223)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organigrama</li> <li>- Manual de funciones</li> <li>- Políticas</li> </ul>	Likert	Representante
		Ejecución	Michael Porter (como se citó en Guadalupe, 2014) La esencia de la estrategia radica en elegir la ejecución de actividades de forma diferente a los competidores para brindar una propuesta de valor único. (p. 14)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan</li> <li>- Seguimiento</li> <li>- Medios</li> <li>- Evaluar</li> </ul>	Likert	Representante

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición conceptual	Indicadores	Escala	Fuente
<b>Gestión de Calidad:</b>	Es como nuevo enfoque gerencial que permite a las organizaciones a convertirse en entidades avanzada en los senderos de la gestión del conocimiento, basada principalmente en el recurso más importante, el recurso humano y sus conocimientos. (Hernández, Barrios y Martínez, 2018, p. 191)	Calidad	Es el grado de satisfacción que experimenta un cliente, la manera de como el producto o servicio será entregado. (Hernández, Barrios y Martínez, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto</li> <li>- Servicio</li> <li>- Satisfacción</li> </ul>	Likert	Representante
		Liderazgo	Es el conjunto de habilidades que un individuo tiene para influir en la forma de ser o actuar de las personas, en un determinado grupo de trabajo, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo hacia el logro de sus metas y objetivo. (Benavides y Quintana (citado por Luna 2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación</li> <li>- Trabajo en Equipo.</li> </ul>	Likert	Representante
		Participación del personal	El colaborador, es un factor importante para la empresa, ya que, a través de sus habilidades, conocimiento, una evaluación constante traen un beneficio para la empresa. (Lizarzaburu, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación</li> <li>- Ambiente laboral</li> <li>- Capacitación</li> </ul>	Likert	Representante

#### **4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

##### **4.6.1 Técnicas:**

- La técnica de la investigación fue la encuesta.

##### **4.6.2 Instrumento de recolección de datos:**

- Para el recojo de información se utilizó el instrumento del cuestionario.

Al respecto, Fàbregues, Meneses, Rodríguez y Hélene (2016) señalan que, “Un cuestionario es el instrumento estandarizado que empleamos para la recogida de datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas. (p. 24)

#### **4.7 Plan análisis**

Al respecto, el análisis de la presente investigación fue descriptivo, en el cual se hizo uso del programa Excel básico, lo cual permitió hacer las tablas y figuras, luego de haber obtenido la información a través de la encuesta, recolección de datos y la observación a utilizar.

Se registró la información en los formatos designados, este procedimiento permitió ordenar y sistematizar la información obtenida.

Se realizó un análisis descriptivo de las variables en estudio una vez obtenido los resultados en gráfico y las tablas. Permitted ordenar y sistematizar la información obtenida.

#### **4.8 Matriz de consistencia:**

<b>Título: Propuesta de mejora de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: La Isla del Sabor, imperial – cañete, 2019.</b>				
<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES DE ESTUDIO</b>	<b>METODOLOGIA DE INVESTIGACION</b>	<b>POBLACION Y MUESTRA</b>
<p><b>ENUNCIADO GENERAL</b></p> <p>¿Cuál es la Propuesta de Mejora de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: LA ISLA DEL SABOR, Imperial - Cañete, 2019?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Elaborar la Propuesta de Mejora de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir las características de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.</li> <li>- Determinar las características de la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.</li> <li>- Determinar la propuesta de mejora de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.</li> </ul>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b></p> <p>Planeación estratégica</p> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b></p> <p>Gestión de calidad</p>	<p><b>Tipo de Investigación:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño de investigación</b> No experimental- Transversal</p> <p><b>Técnica:</b> La encuesta.</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>	<p><b>Población:</b> está constituida por 30 Mypes del sector servicio - rubro Restaurante. (Fuente: Municipalidad de Imperial)</p> <p><b>Tipo de muestra:</b> No Probabilística.</p> <p><b>Muestra:</b> Fue conformada por 4 representantes de la Mype del sector servicio - rubro Restaurante, caso: LA ISLA DEL SABOR.</p>

#### **4.9 Principios éticos:**

La presente investigación que fue realizada a las Micro y Pequeñas empresas (Mypes), fue fundamentada por principios éticos:

**4.9.1 Protección a las personas:** la persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas se debe respetar la dignidad humana, protegiéndose la identidad de los individuos que participan en el estudio, la diversidad, la confidencialidad y respetando así la privacidad.

**4.9.2 Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas, animales, debe tomar medidas para evitar daños.

**4.9.3 Libre participación y derecho a estar informado:** las personas que desarrollan actividades de investigaciones el derecho a estar informado sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan o en la que participan. Asimismo, en toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre inequívoca y específica.

- 4.9.4 Beneficencia y no maleficencia:** se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones.
- 4.9.5 Justicia:** el investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren practicas injustas.
- 4.9.6 Integridad científica:** deben regir no solo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio de profesional. (Uladech, pp. 3-4)

## V. Resultados:

### 5.1 Resultados:

Tabla 1: Análisis *Foda*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
<sup>(1)</sup> Totalmente desacuerdo	0	0%
<sup>(2)</sup> En desacuerdo	100	100%
<sup>(3)</sup> Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
<sup>(4)</sup> De acuerdo	0	0%
<sup>(5)</sup> Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado al representante legal.

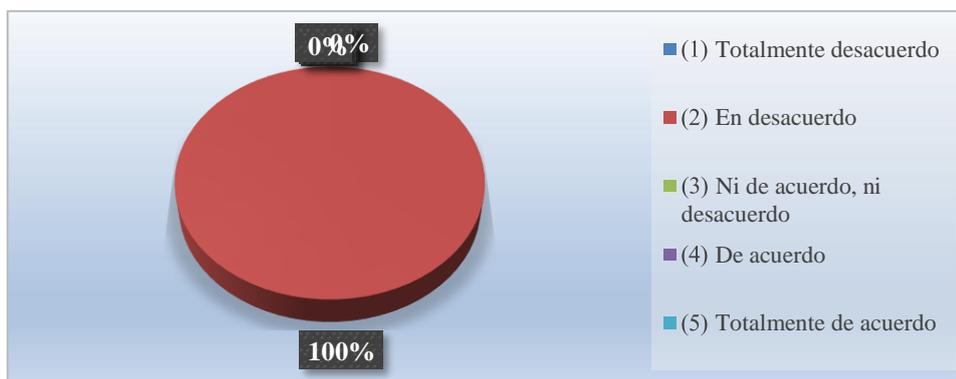


Figura 1: Análisis *Foda*

**Fuente:** Tabla 1.

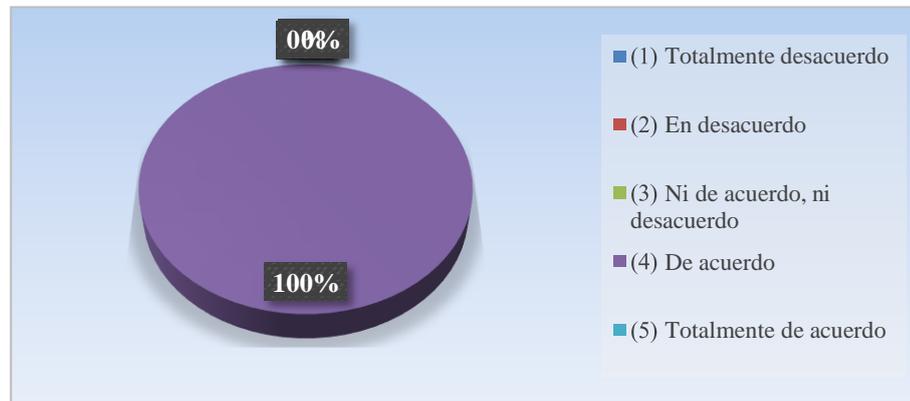
#### Interpretación:

En la tabla N°1 y figura 1 se visualiza que el 100% de los representantes están en desacuerdo ya que el restaurante “La Isla del Sabor” no realiza un *análisis Foda*, no conoce cuales son su fortalezas y debilidades así mismo desconoce las oportunidades y amenazas que existe en el mercado, todo lo hace empíricamente.

**Tabla 2: Ubicación.**

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
<sup>(1)</sup> Totalmente desacuerdo	0	0%
<sup>(2)</sup> En desacuerdo	0	0%
<sup>(3)</sup> Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
<sup>(4)</sup> De acuerdo	4	100%
<sup>(5)</sup> Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado al representante legal.*



**Figura 2: Ubicación.**

**Fuente:** Tabla 2

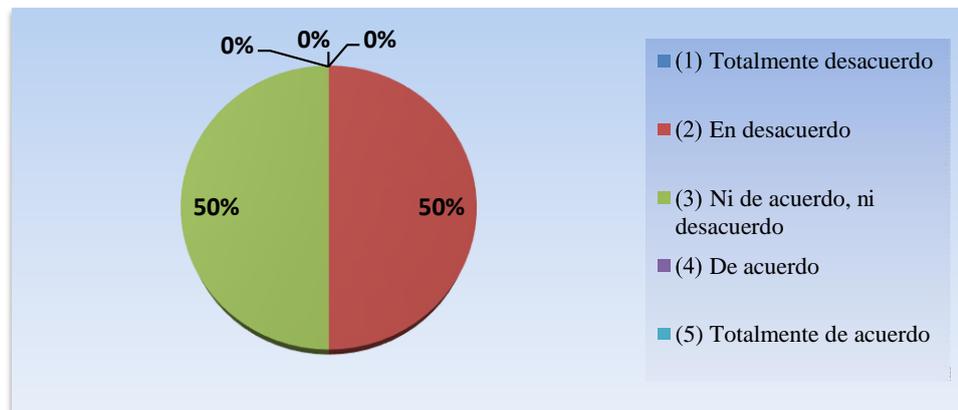
**Interpretación:**

En la tabla N°2 y figura 2, el 100% de los representantes indica que el restaurante “La Isla del Sabor”, posee una **ubicación** geográfica estratégica, cerca de centros comerciales, farmacias, clínicas, cajas financieras, con alto potencial de demanda, lo cual puede ser explotado para incrementar el conocimiento del negocio y la concurrencia de los clientes.

**Tabla 3: Competencia.**

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
(1) Totalmente desacuerdo	0	0%
(2) En desacuerdo	2	50%
(3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo	2	50%
(4) De acuerdo	0	0%
(5) Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado al representante legal.*



**Figura 3: Competencia.**

**Fuente:** Tabla 3

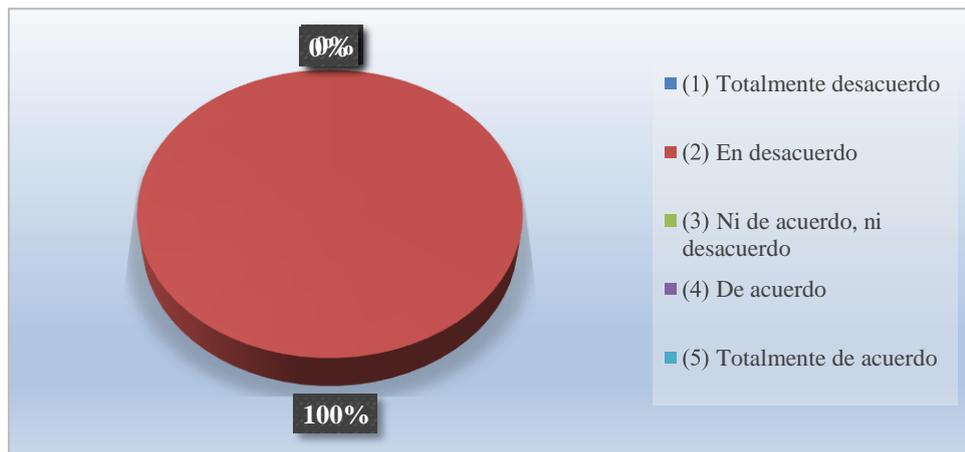
**Interpretación:**

En la tabla N°3 y figura 3, el 50% los representantes indican estar en desacuerdo, ya que no se siente amenazado ante la **competencia** puesto que tiene una cartera de clientes que prefieren a su restaurante.

**Tabla 4: Misión y Visión**

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
<sup>(1)</sup> Totalmente desacuerdo	0	0%
<sup>(2)</sup> En desacuerdo	4	100%
<sup>(3)</sup> Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
<sup>(4)</sup> De acuerdo	0	0%
<sup>(5)</sup> Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado al representante legal.*



**Figura 4: Misión y Visión**

**Fuente:** Tabla 4.

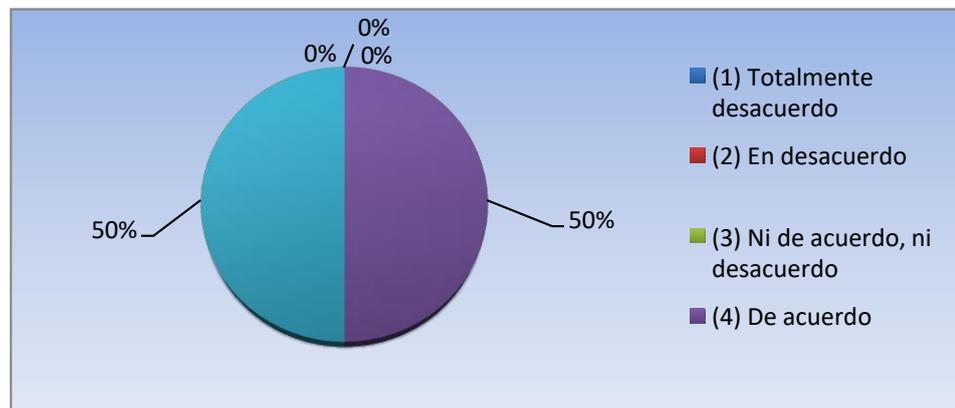
**Interpretación:**

En la tabla N° 4 y figura 4, el 100% de los representantes manifestaron que el restaurante no tiene definido su *misión y visión*, la cual hace que el colaborador trabaje sin ninguna orientación adecuada. Se requiere organizar y definir la estructura misional del Restaurante.

**Tabla 5: Objetivos**

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
(1) Totalmente desacuerdo	0	0%
(2) En desacuerdo	0	0%
(3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
(4) De acuerdo	2	50%
(5) Totalmente de acuerdo	2	50%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado al representante legal.*



**Figura 5: Objetivos**

**Fuente:** Tabla 5.

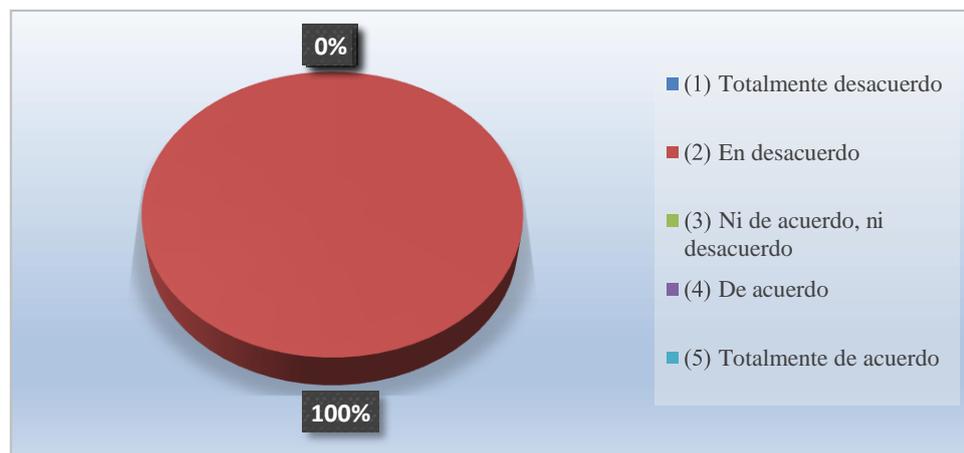
**Interpretación:**

En la tabla N° 5 y figura 5, el 100% de los representantes del restaurante indican que la Mype si cuenta con objetivos a largo plazo pero que aún no está establecido formalmente.

**Tabla 6: Estrategias.**

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
(1) Totalmente desacuerdo	0	0%
(2) En desacuerdo	4	100%
(3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
(4) De acuerdo	0	0%
(5) Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado al representante legal.*



**Figura 6: Estrategias.**

**Fuente:** Tabla 6

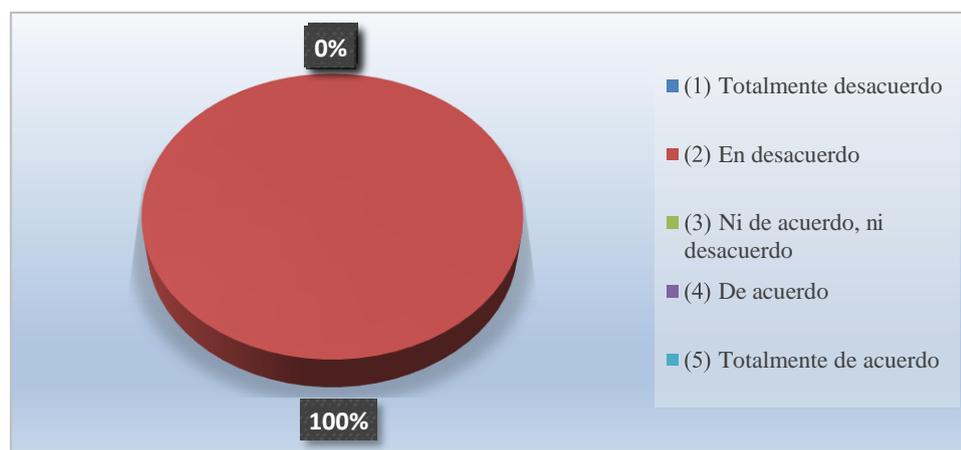
**Interpretación:**

En la tabla N° 6 y figura 6, el 100% de los representantes indican que al no tener un análisis Foda establecido no puede realizar un análisis ni establecer las estrategias que la Mype desea.

**Tabla 7: Organigrama.**

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
<sup>(1)</sup> Totalmente desacuerdo	0	0%
<sup>(2)</sup> En desacuerdo	4	100%
<sup>(3)</sup> Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
<sup>(4)</sup> De acuerdo	0	0%
<sup>(5)</sup> Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado al representante legal.*



**Figura 7: Organigrama.**

**Fuente:** Tabla 7

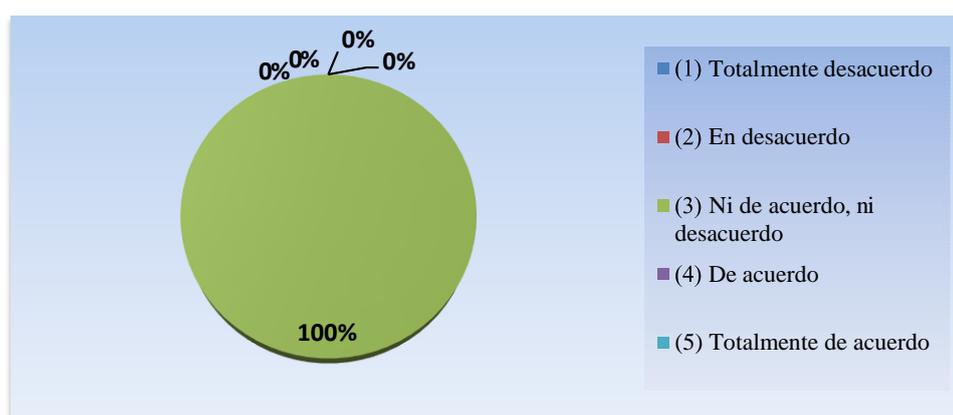
**Interpretación:**

En la tabla N° 7 y figura 7, el 100% de los representantes manifestaron que el restaurante no cuenta con un organigrama formal establecido, así mismo indica que existen personas encargadas de diferentes áreas pero que aún no lo han implementado en un organigrama.

**Tabla 8:** *Manual de función*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
(1) Totalmente desacuerdo	0	0%
(2) En desacuerdo	0	0%
(3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo	4	100%
(4) De acuerdo	0	0%
(5) Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado al representante legal.



**Figura 8:** *Manual de función.*

**Fuente:** Tabla 8

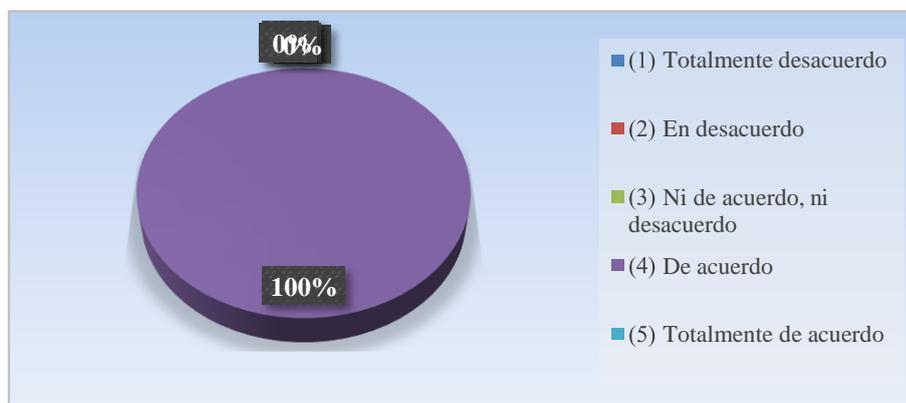
**Interpretación:**

En la tabla N° 8 y figura 8, el 100% de los representantes del restaurante su respuesta es neutral, no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, con respecto a si el restaurante cuenta con un manual de funciones. Dando a conocer la falta de conocimiento a la importancia de este manual que es de gran ayuda para su Mype.

**Tabla 9:** Política

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
<sup>(1)</sup> Totalmente desacuerdo	0	0%
<sup>(2)</sup> En desacuerdo	0	0%
<sup>(3)</sup> Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
<sup>(4)</sup> De acuerdo	4	100%
<sup>(5)</sup> Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado al representante legal.



**Figura 9:** Política

**Fuente:** Tabla 9.

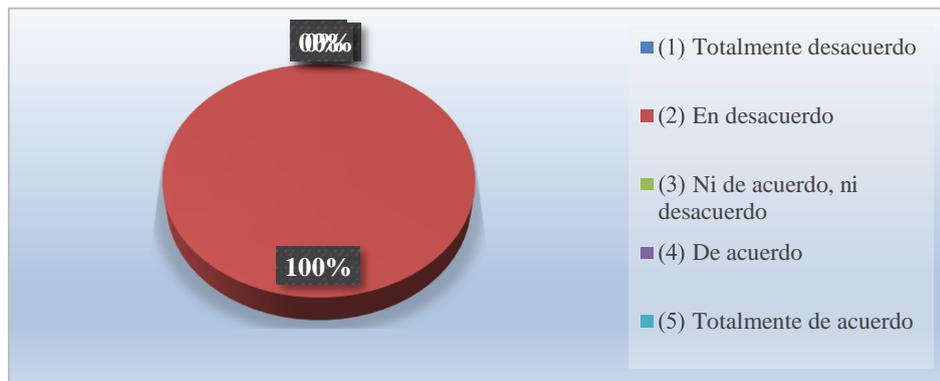
**Interpretación:**

En la tabla N° 9 y figura 9 se visualiza que el 100% de los representantes están de acuerdo, en cuanto las políticas que se maneja y en las que el restaurante está orientado es la de planificar, organizar dirigir y controlar las actividades de cada uno de las áreas y a cada individuo que trabaja.

**Tabla 10: Plan Estratégico**

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
<sup>(1)</sup> Totalmente desacuerdo	0	0%
<sup>(2)</sup> En desacuerdo	0	0%
<sup>(3)</sup> Ni de acuerdo, ni desacuerdo	4	100%
<sup>(4)</sup> De acuerdo	0	0%
<sup>(5)</sup> Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado al representante legal.*



**Figura 10: Plan Estratégico**

**Fuente:** Tabla 10.

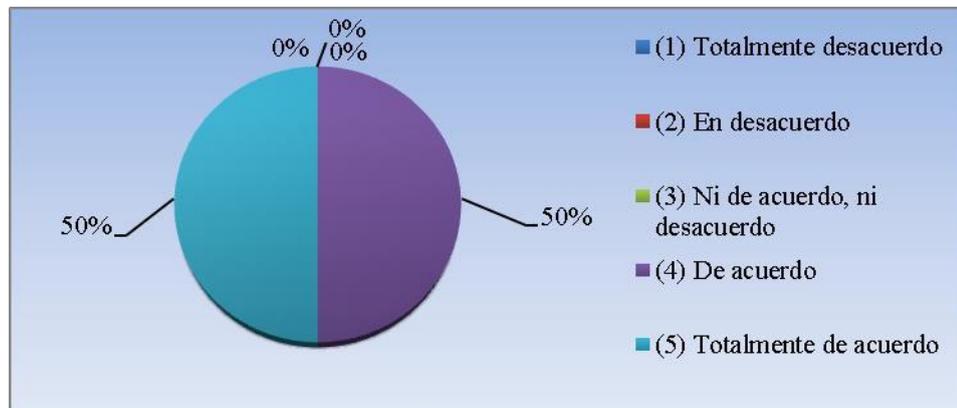
**Interpretación:**

En la tabla N° 10 y figura 10, el 100% de los representantes indican estar en desacuerdo ya que el restaurante no cuenta con un plan estratégico por lo tanto se requiere implementarlo y definirlo porque a través de ello se elaborará las diferentes estrategias con el fin de cumplir el objetivo del restaurante, así mismo permite evaluar y detectar las falencias, y poder tomar decisiones más adecuadas que vayan en beneficio tanto de los clientes internos como externos.

**Tabla 11: Seguimiento**

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
<sup>(1)</sup> Totalmente desacuerdo	0	0%
<sup>(2)</sup> En desacuerdo	0	0%
<sup>(3)</sup> Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
<sup>(4)</sup> De acuerdo	2	50%
<sup>(5)</sup> Totalmente de acuerdo	2	50%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado al representante legal.*



**Figura 11: Seguimiento**

**Fuente:** Tabla 11

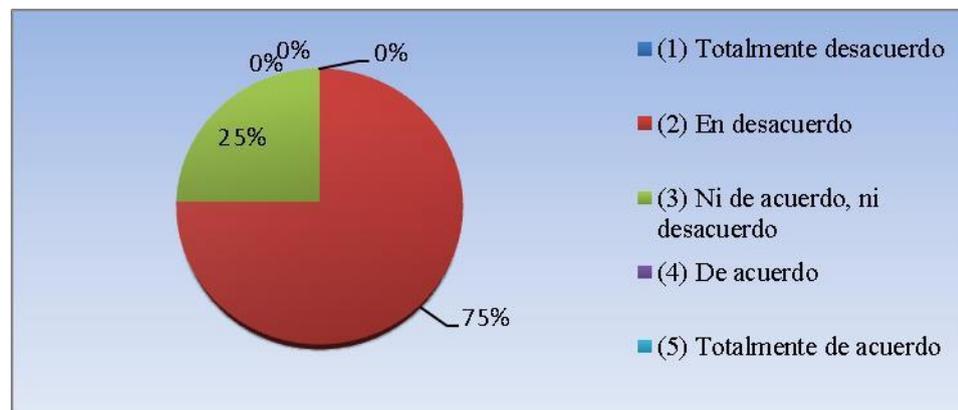
**Interpretación:**

En la tabla N° 11 y figura 11, el 100% de los representantes señalan que realizan un seguimiento continuo de las actividades que realiza el personal, ya que ayuda a crear una cultura de planeación en todos los niveles de la Mype, para el desarrollo y crecimiento del restaurante.

**Tabla 12: Medios**

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
<sup>(1)</sup> Totalmente desacuerdo	0	0%
<sup>(2)</sup> En desacuerdo	3	75%
<sup>(3)</sup> Ni de acuerdo, ni desacuerdo	1	25%
<sup>(4)</sup> De acuerdo	0	0%
<sup>(5)</sup> Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado al representante legal.*



**Figura 12: Medios. .**

**Fuente:** Tabla 12

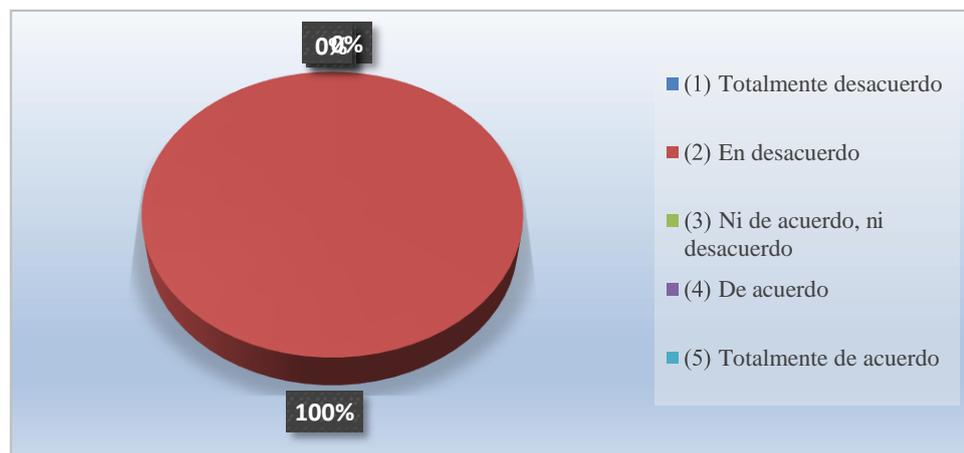
**Interpretación:**

En la tabla N° 12 y figura 12, el 75% de los representantes señalan que si existen los medios necesarios para verificar el cumplimiento de las metas, como el desarrollo de trabajo de los colaboradores y directivos, como las herramientas o materiales que utilizan para la realización de su trabajo, mientras que el 25% restante su respuesta es neutral, no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

**Tabla 13:** *Evaluar.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
(1) Totalmente desacuerdo	0	0%
(2) En desacuerdo	4	100%
(3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
(4) De acuerdo	0	0%
(5) Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado al representante legal



**Figura 13:** *Medios.*

**Fuente:** Tabla 13.

**Interpretación:**

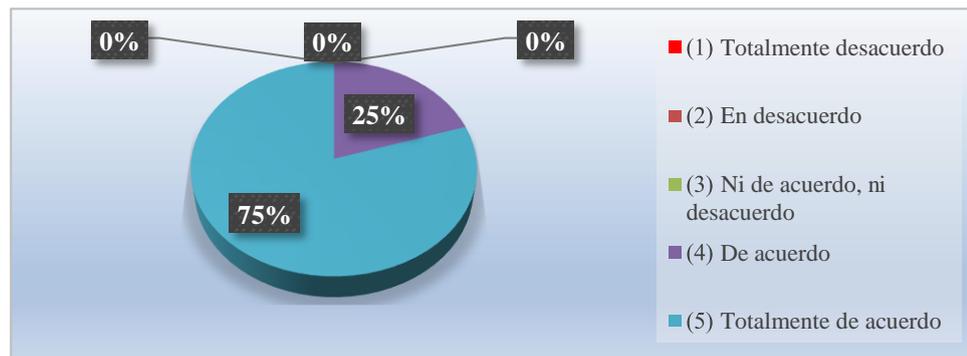
En la tabla N° 13 y figura 13, el 100% de los representantes señalan que la Mype no establece mecanismos para evaluar la efectividad del análisis Foda, ya que el gerente general no ha implementado ni realizado el análisis Foda de la Mype.

## Variable dependiente: Gestión de Calidad

**Tabla 1:** *Producto.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
(1) Totalmente desacuerdo	0	0%
(2) En desacuerdo	0	0%
(3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
(4) De acuerdo	1	25%
(5) Totalmente de acuerdo	3	75%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** *Cuestionario aplicado al representante legal*



**Figura 1:** *Producto.*

**Fuente:** Tabla 1.

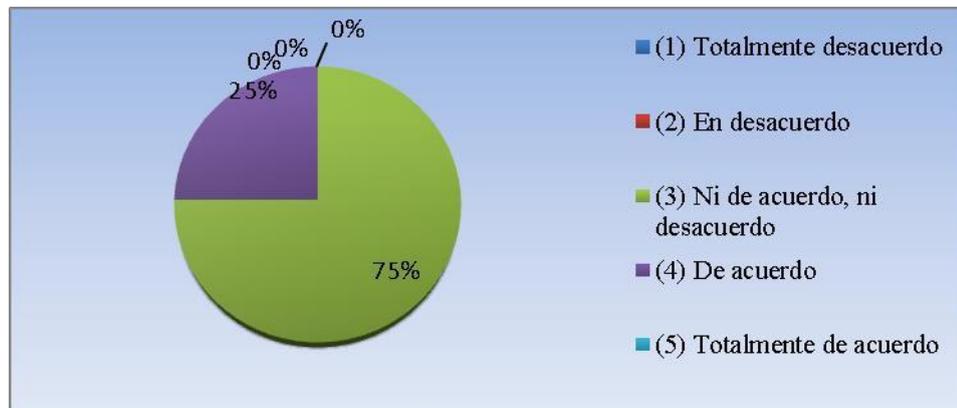
### **Interpretación:**

En la tabla N° 1 y figura 1, el 100% de los representantes manifiestan que la presentación y el sabor del producto va de acuerdo a lo que ofrece el restaurante, contando con dos aspectos, lo tangible que son las características del producto en cuanto a las utilidades, presentación y difusión y el aspecto intangible, a la experiencia emocional que se puede generar al cliente.

**Tabla 2:** Servicio.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
(1) Totalmente desacuerdo	0	0%
(2) En desacuerdo	0	0%
(3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo	1	25%
(4) De acuerdo	3	75%
(5) Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado al representante legal



**Figura 2:** Servicio.

**Fuente:** Tabla 2

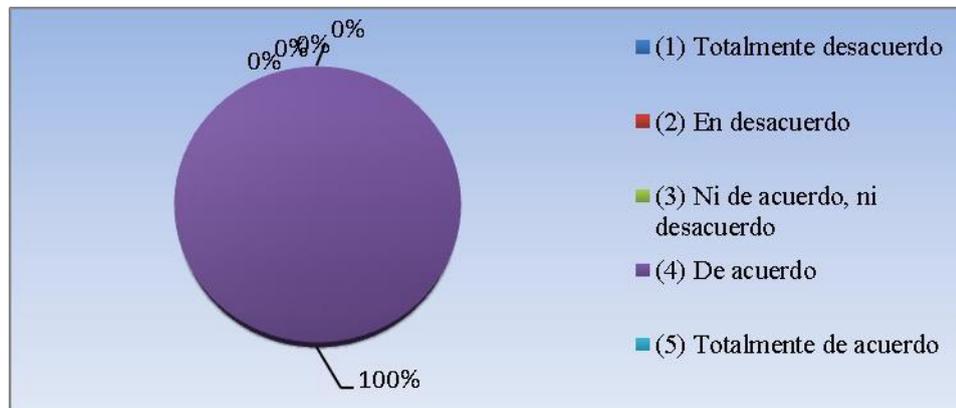
**Interpretación:**

En la tabla N° 2 y figura 2, el 75% de los representantes manifiestan que el servicio que ofrece el restaurante cumple con los estándares del restaurante, mientras que el 25% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Tabla 3:** *satisfacción.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
(1) Totalmente desacuerdo	0	0%
(2) En desacuerdo	0	0%
(3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
(4) De acuerdo	4	100%
(5) Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado al representante legal.



**Figura 3:** *satisfacción.*

**Fuente:** Tabla 3

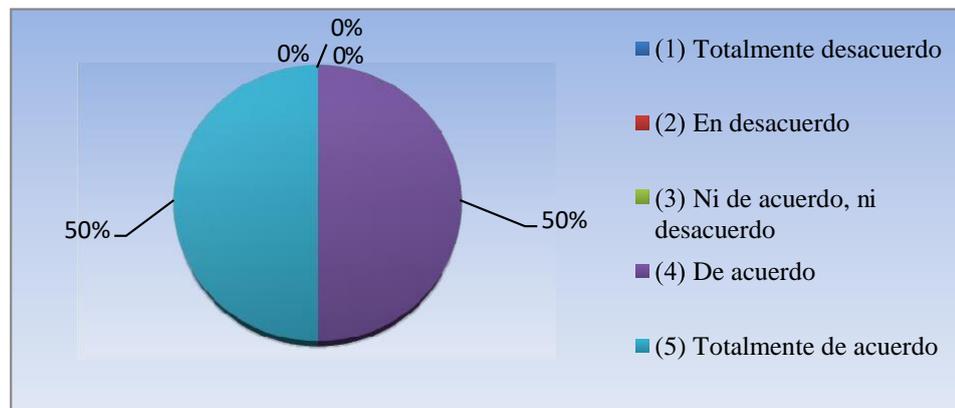
**Interpretación:**

En la tabla N° 3 y figura 3, el 100% de los representantes señalan que el restaurante está enfocado en la satisfacción del cliente, ya que genera buenas relaciones entre sus colaboradores para así ellos brinden un buen servicio, esto conlleva a que exista una mejor convivencia grupal y profesional, sentando las bases sólidas de una organización

**Tabla 4:** *Comunicación.*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b> %
<sup>(1)</sup> <b>Totalmente desacuerdo</b>	0	0%
<sup>(2)</sup> <b>En desacuerdo</b>	0	0%
<sup>(3)</sup> <b>Ni de acuerdo, ni desacuerdo</b>	0	0%
<sup>(4)</sup> <b>De acuerdo</b>	2	50%
<sup>(5)</sup> <b>Totalmente de acuerdo</b>	2	50%
<b>TOTAL</b>	4	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado al representante legal.



**Figura 4:** *Comunicación.*

**Fuente:** Tabla 4.

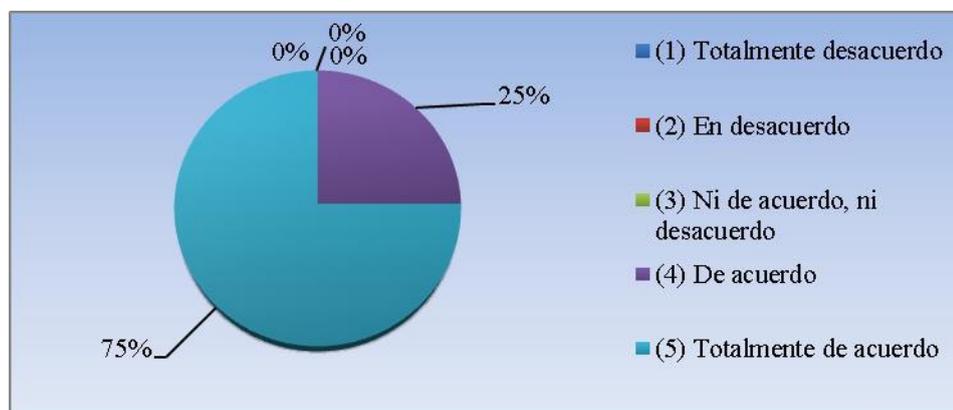
**Interpretación:**

En la tabla N° 4 y figura 4, el 100% de los representantes indican que la comunicación es eficaz en la Mype, ya que crea relaciones óptimas con los consumidores, así como, dotar al local de una fama acorde con la satisfacción de las personas que acudan al local.

**Tabla 5: Trabajo en equipo.**

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
<sup>(1)</sup> Totalmente desacuerdo	0	0%
<sup>(2)</sup> En desacuerdo	0	0%
<sup>(3)</sup> Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
<sup>(4)</sup> De acuerdo	1	25%
<sup>(5)</sup> Totalmente de acuerdo	3	75%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado al representante legal.*



**Figura 5: Trabajo en equipo.**

**Fuente:** tabla 5.

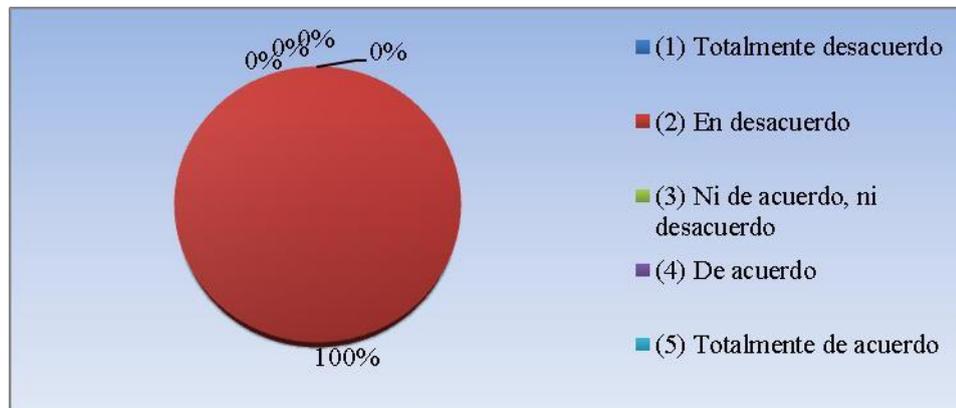
**Interpretación:**

En la tabla N° 5 y figura 5, 100% de los representantes manifestaron que el personal trabaja en equipo para el cumplimiento de sus objetivos y metas de la empresa, asimismo; es una forma de comportamiento coherente que ayudan al desarrollo eficiente dentro de la compañía.

**Tabla 6:** Evaluación de desempeño.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
(1) Totalmente desacuerdo	0	0%
(2) En desacuerdo	4	100%
(3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
(4) De acuerdo	0	0%
(5) Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado al representante legal.



**Figura 6:** Evaluación de desempeño.

**Fuente:** tabla 6

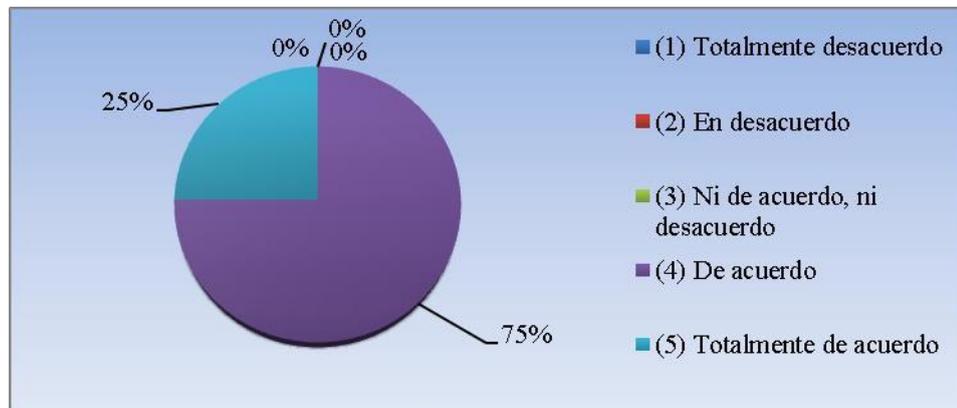
**Interpretación:**

En la tabla N° 6 y figura 6, se observa que el 100% de los representantes indican que no ha realizado alguna evaluación de desempeño a sus colaboradores.

**Tabla 7:** Ambiente laboral.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
(1) Totalmente desacuerdo	0	0%
(2) En desacuerdo	0	0%
(3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
(4) De acuerdo	3	75%
(5) Totalmente de acuerdo	1	25%
TOTAL	4	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado al representante legal.



**Figura 7:** Ambiente laboral.

**Fuente:** Tabla 7.

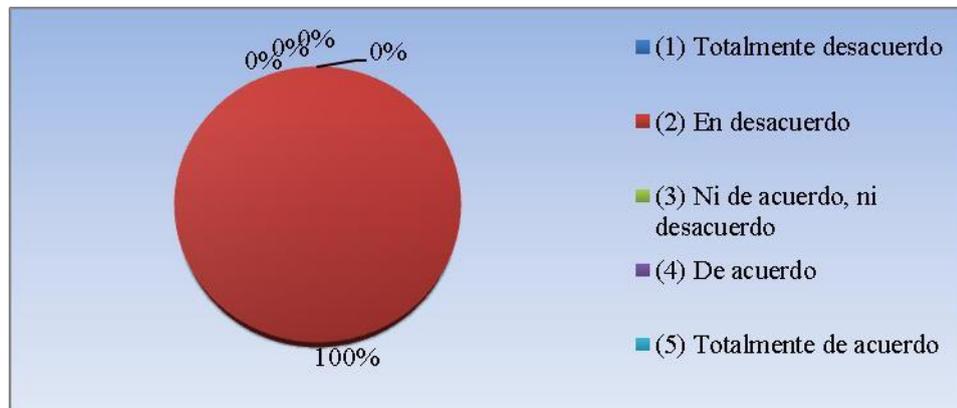
**Interpretación:**

En la tabla N° 7 y figura 7, el 100% de los representantes manifestaron que el ambiente laboral es propicio para que el personal logre desarrollar sus tareas, ya que se practica el respeto entre compañeros y el personal se llevan bien.

**Tabla 8:** *Capacitación.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
(1) Totalmente desacuerdo	0	0%
(2) En desacuerdo	4	100%
(3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%
(4) De acuerdo	0	0%
(5) Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado al representante legal.



**Figura 8:** *Capacitación.*

**Fuente:** Tabla 8.

**Interpretación:**

En la tabla N° 8 y figura 8, el 100% de los representantes manifiestan que la empresa no cuenta con un programa de capacitación para el personal.

## 5.2 Análisis de Resultados:

Según el **objetivo general**: Elaborar la Propuesta de Mejora de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.

El resultado obtenido de la tabla N° 10 y figura 10, el 100% de los representantes indican estar en desacuerdo ya que el restaurante no cuenta con un plan estratégico por lo tanto se requiere implementarlo y definirlo porque a través de ello se elaborará las diferentes estrategias con el fin de cumplir el objetivo del restaurante. Datos que al ser comparado con Celi (2015) en su tesis “Propuesta De Un Plan Estratégico para el Restaurant Manila De La Ciudad De Loja En El Periodo 2015-2019”, llega a la siguiente conclusión, los Directivos del Restaurant Manila de la ciudad de Loja no aplican planeación estratégica ya que todas las actividades las realizan en forma empírica, debido que no ha realizado un plan estratégico. Los Directivos del Restaurant no brindan ningún tipo de capacitación al personal que laboran en la misma, lo que ha limitado el perfeccionamiento de sus conocimientos y habilidades para desenvolverse de mejor manera en cada puesto de trabajo. Con estos resultados se puede comprobar que el restaurante necesita elaborar e implementar una planeación estratégica, porque a través de ella se elabora diferentes estrategias con el fin de cumplir los objetivos y poder tomar las decisiones más adecuadas que vayan en beneficio para la Mype. Por otro lado, Al respecto Chiavenato (como se citó en Valencia y Erazo, 2016) indica que la importancia de la planeación estratégica se entiende en la capacidad que puede generar para que la empresa pueda realizar

análisis del entorno y tomar decisiones acertadas en un mundo global.

Según el **objetivo específico N° 1**: Describir las características de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.

Los resultados obtenidos respecto a la tabla N°1 y figura 1 se visualiza que el 100% de los representantes están en desacuerdo ya que el restaurante “La Isla del Sabor” no realiza un *análisis Foda*, no conoce cuales son su fortalezas y debilidades así mismo desconoce las oportunidades y amenazas que existe en el mercado, todo lo hace empíricamente. Así mismo en la tabla N° 4 y figura 4, el 100% de los representantes manifestaron que el restaurante no tiene definido su *misión y visión*, la cual hace que el colaborador trabaje sin ninguna orientación adecuada. Se requiere organizar y definir la estructura misional del Restaurante. Datos que al ser comparado con Haro y Basurto (2016) en su artículo de revista: *Evaluación De La Planeación Estratégica De Las Pymes En Allende, Nuevo León*. Quien concluyo que la planeación estratégica es baja en las PYMES que participaron en esta investigación ya que elementos clave para el crecimiento como la filosofía (misión y visión), análisis interno, análisis externo, administración del desempeño, ejecución y asignación de recursos fueron dimensiones evaluadas con bajo puntaje. Este resultado se asemeja a la de la investigación y refleja que la Mype no ha realizado un análisis Foda del restaurante, asimismo carece de misión y visión, elementos claves para el crecimiento y desarrollo del restaurante. Por otro lado, Griffin (2011) indica que

el análisis FODA es uno de los pasos más importantes para formular la estrategia. Al usar la misión de la organización como contexto, los gerentes evalúan las fortalezas internas (competencias distinticas) y debilidades, así como las oportunidades y amenazas externas. La meta es entonces desarrollar adecuadas estrategias que explotan las oportunidad y fortalezas, neutralizan las amenazas y evitan las debilidades.

Según el **objetivo específico N° 2**: Determinar las características de la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.

Los resultados respecto a la tabla N° 3 y figura 3, el 100% de los representantes señalan que el restaurante está enfocado en la *satisfacción* del cliente, ya que genera buenas relaciones entre sus colaboradores para así ellos brinden un buen servicio. Resultados que al ser comparado por, Dios (2017) en su tesis, *Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el distrito de corrales 2017*. Quien concluyó que la calidad de los servicios ofrecidos en los restaurantes, si son los adecuados; ya que cuentan con personal calificado que les informa todo respecto a los servicios brindados, demuestra estar capacitado para ofrecer los productos y/o servicios mostrando cordialidad, se preocupan por la satisfacción delos clientes, pero en otros restaurantes los servicios brindados no son los adecuados. Este resultado se asemeja a la de la investigación ya que la satisfacción del cliente es de vital importancia en cualquier empresa, por otro lado conlleva a que exista una mejor convivencia grupal y profesional, sentando las bases sólidas de una

organización.

Al respecto, Lizarzaburu (2016) señala que las empresas dependen de sus clientes; por lo tanto, deben comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfaciendo así las necesidades del consumidor, asimismo, el colaborador es un factor importante para la empresa.

Según el **objetivo específico N° 3:**

Determinar la propuesta de mejora de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.

Los resultados obtenidos en la tabla N° 7 y figura 7, el 100% de los representantes manifestaron que el restaurante no cuenta con un *organigrama* formal establecido.

En la tabla N° 8 y figura 8, el 100% de los representantes del restaurante su respuesta es neutral, no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, con respecto a si el restaurante cuenta con un *manual de funciones*. Datos que al ser comparado con Veloz (2016). En su tesis titulada: Diseño De Un Plan Estratégico Administrativo Para El Restaurante Rincón Norteño De La Ciudad De Esmeraldas. Quien concluyo, proponer un plan estratégico que parte de la aplicación de siete estrategias con temas de organización y mercadeo, las mismas que detalla a continuación: Diseñar herramientas administrativas, elaborar una estructura organizativa para el buen manejo del negocio. Mejorar la comunicación y Coordinación del restaurante mediante Manuales de funciones Administrativos. Establecer políticas directrices para el buen desempeño de los trabajadores del restaurante. Este resultado se asemeja a la de la investigación ya

que el restaurante no ha establecido un organigrama organizacional, ni ha implementado un manual de funciones dando a conocer la falta de conocimiento sobre la importancia de este manual que es de gran ayuda para su Mype. Por otro lado, David (2008), indica que la Implementación involucra a toda la organización, implica y afecta a todas las áreas tanto divisionales como funcionales, igualmente la implantación varía relativamente según el tamaño del negocio. Los cambios serán más relevantes en la administración de un negocio cuando la estrategia enrumba a nuevas gestiones importantes.

## **VI. Conclusión:**

La conclusión del trabajo de investigación le permitirá a la empresa contar con un plan específico que encamine a la realización de sus objetivos empresariales sea a largo, mediano y corto plazo, ya que constituye una herramienta valiosa que servirá de guía para la operatividad de la Mype.

**Respecto al objetivo general de esta tesis fue** Elaborar la Propuesta de Mejora de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.

El representante del Restaurante: “La Isla del Sabor”, debe elaborar la planeación estratégica, para que pueda fortalecer los conocimientos técnicos, teóricos y prácticos, para que de esta manera se pueda solucionar los problemas que suscitan en la empresa.

Por lo tanto, se elaboró la propuesta de mejora en base a todos los elementos que se han encontrado en la variable planeación estratégica: tabla N°1 análisis Foda, N°4 Misión y Visión, N°7 Organigrama, N°8 Manual de funciones. Respecto a la variable gestión de calidad: tabla N°6 evaluación de desempeño y N°8 Capacitación. La misma que esta detallado en el anexo N° 1.

### **Respecto al objetivo específico N° 1:**

Describir las características de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.

En la dimensión análisis, el restaurante no realiza un análisis Foda, no

define cuáles son sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, conllevando a no realizar una estrategia adecuada. Posee una ubicación estratégica, cerca de centros comerciales, farmacias, clínicas, cajas financieras, con alto potencial de demanda. No se siente amenazado ante la competencia puesto que tiene una cartera de clientes que prefieren a su restaurante

En la dimensión formulación, no les dan a conocer su misión y visión del restaurante al personal que ingresa laborar por primera vez, puesto que carece y aun no tiene definido, la cual hace que el colaborador trabaje sin ninguna orientación adecuada. Si cuenta con objetivos a largo plazo pero que aún no está establecido formalmente. Al no tener un análisis Foda establecido no puede realizar, ni establecer las estrategias que la Mype desea.

En la dimensión implementación, el restaurante tiene que implementar un organigrama jerárquico, puesto que no posee y esto impide para su buen funcionamiento de la Mype, por otro lado, no cuenta con los manuales administrativos es decir las funciones, conllevando a que el personal no logre identificar las funciones que le corresponde, el nivel jerárquico y los requisitos.

En la dimensión ejecución la Mype tiene que definir un plan estratégico, realizar un seguimiento continuo de las actividades que realiza el colaborador, por otro lado, a través de que medio va a verificar el cumplimiento de las metas planteadas.

## **Respecto al objetivo específico N° 2:**

Determinar las características de la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.

En la dimensión calidad, se observa que la presentación y el sabor del producto va de acuerdo a lo que ofrece el restaurante, contando con dos aspectos, lo tangible que son las características del producto en cuanto a las utilidades, presentación y difusión y el aspecto intangible, a la experiencia emocional que se puede generar al cliente. El servicio que ofrece el restaurante cumple con los estándares del restaurante. La satisfacción brindada por el restaurante, si son los adecuados, ya que cuenta con el personal idóneo y calificado para la atención de los clientes.

En la dimensión liderazgo se observa que, si existe una comunicación eficaz entre el personal y los representantes, tanto el personal como los directivos trabajan en equipo para el cumplimiento de sus objetivos y metas del restaurante.

En la dimensión participación del personal, el restaurante no ha realizado ninguna evaluación de desempeño, si existe un buen ambiente laboral ya que se practica el respeto entre compañeros y el personal se lleva bien. Por lo anterior, los representantes del Restaurante manifestaron que no cuenta con un programa de capacitación al personal, lo que ha limitado el perfeccionamiento de sus conocimientos y habilidades para desenvolverse de mejor manera en cada puesto de trabajo.

**Respecto al objetivo específico N° 3:**

Determinar la propuesta de mejora de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurante, caso: La Isla Del Sabor, Imperial – Cañete, 2019.

La mayoría de los representantes manifestaron que el restaurante no cuenta con un plan estratégico por lo tanto requiere ser implementado y definido porque a través de ello se elaborara las diferentes estrategias con el fin de cumplir el objetivo del restaurante, así mismo permite evaluar y detectar las falencias, y poder tomar decisiones más adecuadas que vayan en beneficio tanto de los clientes internos como externos.

Por lo anterior al implementarse la propuesta del plan estratégico y una vez evaluada su implementación, este contribuirá a mejora significativamente la gestión del restaurante La Isla del Sabor. Por otro lado, para que las Mypes sean más eficientes y activas, tanto los representantes y los colaboradores del restaurante La Isla del Sabor, deben conocer el término gestión de Calidad, así mismo ayudará a que el representante de la Mype diseñe su propio plan estratégico.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS:

**Arias F. (2012).** El proyecto de investigación (6 Ed.). Recuperado de:

<https://es.slideshare.net/fidiasarias/fidias-g-arias-el-proyecto-de-investigacin-6ta-edicin>

**Barquero, J., Rodríguez, C., Barquero, M. y Huertas, F.(2007).** *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente*, (2 Ed). McGraw-Hill Interamericana de España.

**Bisquerra, R. (2009).** *Metodología de la investigación*. (2 Ed). Editorial: La Muralla S.A

**Carro y Gonzales (2012).** Administración de la calidad total. Recuperado de:

[http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09\\_administracion\\_calidad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf)

**Cano, C. (2017).** La Administración y el proceso administrativo. Recuperado de:

<http://www.eumed.net/libros/img/portadas/1665.pdf>

**Celi, S. (2015).** “Propuesta De Un Plan Estratégico para el Restaurant Manila De La Ciudad De Loja En El Periodo 2015-2019”. (Pregrado). Universidad Nacional de Loja.

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/8520/1/Sandra%20Yanela%20Celi%20Celi.pdf>

**Cuatrecasas, L. (2010).** Gestión Integral de la Calidad. Recuperado de:

<https://librosenpdf.org/libro-gestion-integral-calidad-implantacion-controlcertificacion-pdf/>

**Chiavenato I. (2011).** *Planeación estratégica: fundamentos y aplicaciones (2 ed)*.

Editor mcgraw-hill/interamericana editores, 2010.

**David, F. (2008)** *Conceptos de administración estratégica*, México. Pearson

Educación, México (11ª ed.)

**Diario el peruano (2016).** Gastronomía peruana apunta alto. 25-01-2016, *Editora*

*Perú.* Recuperado de: <https://elperuano.pe/noticia-gastronomia-peruanaapuntaalto-37654.aspx>

**Diario el peruano (2019).** El poder gastronómico del Perú. 01-12-2019, *Editora*

*Perú.* Recuperado de: <https://elperuano.pe/noticia.aspx?id=87096>

**Dios M. (2017).** Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las

Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el distrito de corrales 2017. (Grado de bachiller). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Tumbes.

Recuperado de:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15002/GESTION%20DE%20CALIDAD\\_COMPETITIVIDAD\\_DIOS\\_AVILA%20MAYRA\\_AL\\_EJANDRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15002/GESTION%20DE%20CALIDAD_COMPETITIVIDAD_DIOS_AVILA%20MAYRA_AL_EJANDRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Evans, J. y Lindsay, W. (2008).** Administración y control de la calidad.

Recuperado

de: [https://www.academia.edu/10999715/Administracion\\_y\\_Control\\_de\\_Calidad\\_-\\_Evans\\_7ma](https://www.academia.edu/10999715/Administracion_y_Control_de_Calidad_-_Evans_7ma)

**Fàbregues, S., Meneses, J., Rodríguez, D. y Hélène, M. (2016).** Técnicas de investigación social y educativa. Realización editorial: Oberta UOC Publishing,

SL.

Recuperado

de:

[http://femrecerca.cat/meneses/files/tecnicas\\_de\\_investigacion\\_social\\_y\\_educativa\\_2016.pdf](http://femrecerca.cat/meneses/files/tecnicas_de_investigacion_social_y_educativa_2016.pdf)

**Garcia, S. (2019)** Gestión De Calidad Y Eficacia De Los Procesos Administrativos

En Las Mypes Del Sector Servicios, Restaurant Turístico Yarinacocha, 2019.

(PREGRADO).Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Pucallpa.

Recuperado de:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15116/GESTION  
CALIDAD GARCIA CARDENAS SARITA DEL PILAR.pdf?sequence=1&is  
Allowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15116/GESTION_CALIDAD_GARCIA_CARDENAS_SARITA_DEL_PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Guadalupe, N. (2014).** Plan Estratégico Para El Restaurante “Luna Bruja” En La Paz,

B.C.S., México 2014. (Maestria). INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LA PAZ,

Mexico. Recuperado de:

<http://posgrado.lapaz.tecnm.mx/uploads/archivos/55f1e400465ef.pdf>

**Griffin, R. (2011).** *Administración (10 Ed.). Mexico: Cengage – Learning*

**Haro y Basurto (2016).** Evaluación De La Planeación Estratégica De Las Pymes

En Allende, Nuevo León. *Revista global de negocios*, 4(5), 55-64. Recuperado

de: [http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v4n5-2016/RGN-V4N5-  
2016-5.pdf](http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v4n5-2016/RGN-V4N5-2016-5.pdf)

**Hernández, Barrios y Martínez (2018).** Gestión de la calidad: elemento clave para

el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16 (28), 179-195 Recuperado

de: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/2130/1621>

**Hernández. R., Fernández. C. y Baptista. M (2014).** Metodología de la

investigación (6. Ed). Recuperado de:

[http://docs.wixstatic.com/ugd/986864\\_5bcd4bbbf3d84e8184d6e10eecea8fa3.pdf](http://docs.wixstatic.com/ugd/986864_5bcd4bbbf3d84e8184d6e10eecea8fa3.pdf)

**Hilario, N (2019).** Gestión De Calidad En La Capacitación De La Mype, Sector

Comercio, Rubro Venta Minorista De Artefactos Electrodomésticos Linea Blanca,

Estudio De Caso: “Nuevo Milenium” Del Distrito De Imperial - Cañete, Año 2018. (PREGRADO).Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Cañete.

**Recuperado de:** <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16238>

**Lizarzaburu, E. (2016).** La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015.

Universidad/ Empresa, 18(30), 33-54. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5470394>

**López, D. (2018).** Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del

Restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil. (Maestría). Universidad

Católica de Santiago de Guayaquil 2018. Recuperado de:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867bitstream/3317/9867>

**Luna, K. (2016).** Caracterización De La Gestión De Calidad De Las Micro Y

Pequeñas Empresas Del Sector Servicio– Rubro Restaurantes En El Distrito De

Nuevo Chimbote, 2013. Recuperado de:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1374/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MYPES\\_LUNA\\_HUARINGA\\_KEVIN\\_ARNOLD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1374/GESTION_DE_CALIDAD_MYPES_LUNA_HUARINGA_KEVIN_ARNOLD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Mendoza, B. (2019)** en su tesis: Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes en Máncora, año 2018. (Pregrado).

Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Piura. Recuperado de:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7837/COMPET>

ITIVIDAD GESTION DE CALIDAD MENDOZA CRUZ BETTY ELIZ

ABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Metaute, A. (2018).** Plan Estratégico Para El Restaurante Picaña Parrilla-Bar. (Pregrado). UNIVERSIDAD EIA INGENIERIA ADMINISTRATIVA ENVIGADO. Colombia. Recuperado de:  
[https://repository.eia.edu.co/bitstream/11190/1938/1/MetauteAlexis\\_2018\\_PlanEstrategicoRestaurante.pdf](https://repository.eia.edu.co/bitstream/11190/1938/1/MetauteAlexis_2018_PlanEstrategicoRestaurante.pdf)
- Mincetur (2018).** *Mincetur Instruirá A Responsables De Hospedajes, Agencias De Viaje Y Restaurantes En Atención De Calidad.* Lima. Recuperado de  
<https://www.mincetur.gob.pe/capacitaciones-gratuitas-mincetur-instruira-aresponsables-de-hospedajes-agencias-de-viaje-y-restaurantes-en-atencion-decalidad/>
- Niño (2019).** La gestión de calidad en satisfacción al cliente en Comercialización de la Mype del sector industria Rubro textil - caso: Confecciones D'Manel – del distrito de chincha alta, periodo 2018. (Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Cañete. Recuperado de:  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/13753>
- Peña, M. (2016).** Caracterización De La Capacitación Y Competitividad En Las Mype, Rubro Restaurantes Vegetarianos Del Centro De Piura, Año 2016. (Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura. Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1051/CAPACITACION\\_COMPETITIVIDAD\\_PENA\\_LIZANO\\_MERCEDES.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1051/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_PENA_LIZANO_MERCEDES.pdf?sequence=1)
- Quispe, J. y Vera, W. (2016),** en su tesis: Aplicación del planeamiento estratégico en la ventaja Competitiva de los comerciantes de frutas de la provincia de chincha.

(Pregrado). Universidad Inca Garcilaso De La Vega Facultad De Ciencias Administrativas Y Ciencias Económicas. Recuperado de: [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3830/TESIS\\_%20QUISPE%20RAMIREZ%20J.%20Y%20VERA%20MANRIQUE%20W.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3830/TESIS_%20QUISPE%20RAMIREZ%20J.%20Y%20VERA%20MANRIQUE%20W.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

**Ramírez, M (2019).** Gestión De Calidad Y Eficacia De Los Procesos Administrativos En Las Mypes Del Sector Comercial, Rubro Joyería Distrito De Callería, Año 2019. (Pregrado). UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE. Pucallpa. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14426>

**Robbins, S. y Coulter, M. (2014).** *Administración (12 Ed.)*. México: Pearson Educación.

**Sánchez B. (2014).** LAS MYPES EN PERÚ. SU IMPORTANCIA Y PROPUESTA TRIBUTARIA . *Quipukamayoc*, 13(25), 127-131. Recuperado de: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433/4665>

**Sánchez R. (2018).** Gestión de Calidad con el uso del Planeamiento Estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro agencias de viaje y guías turísticos, Huaraz, 2017. (Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huaraz. Recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4586/GESTION\\_D\\_E\\_CALIDAD\\_PLANEAMIENTO ESTRATEGICO SANCHEZ CARO RAUL GLICERIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4586/GESTION_D_E_CALIDAD_PLANEAMIENTO ESTRATEGICO SANCHEZ CARO RAUL GLICERIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Soto (2019).** Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, estudio de caso

“Moda Urbana Mary” Del Distrito De San Vicente, Provincia De Cañete,  
Departamento De Lima, Periodo 2019. (Pregrado). Universidad Católica Los  
Ángeles de Chimbote. Huaraz. Recuperado de:

**<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15613>**

**Sunat (2003).** Ley N° 28015 – Sunat. Recuperado de: [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)

**Valencia y Erazo 2016.** El reto de la planificación estratégica en las Pymes. *Revista  
Publicando*. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833399>

## **Anexo N° 1:**

### **Propuesta de mejora:**

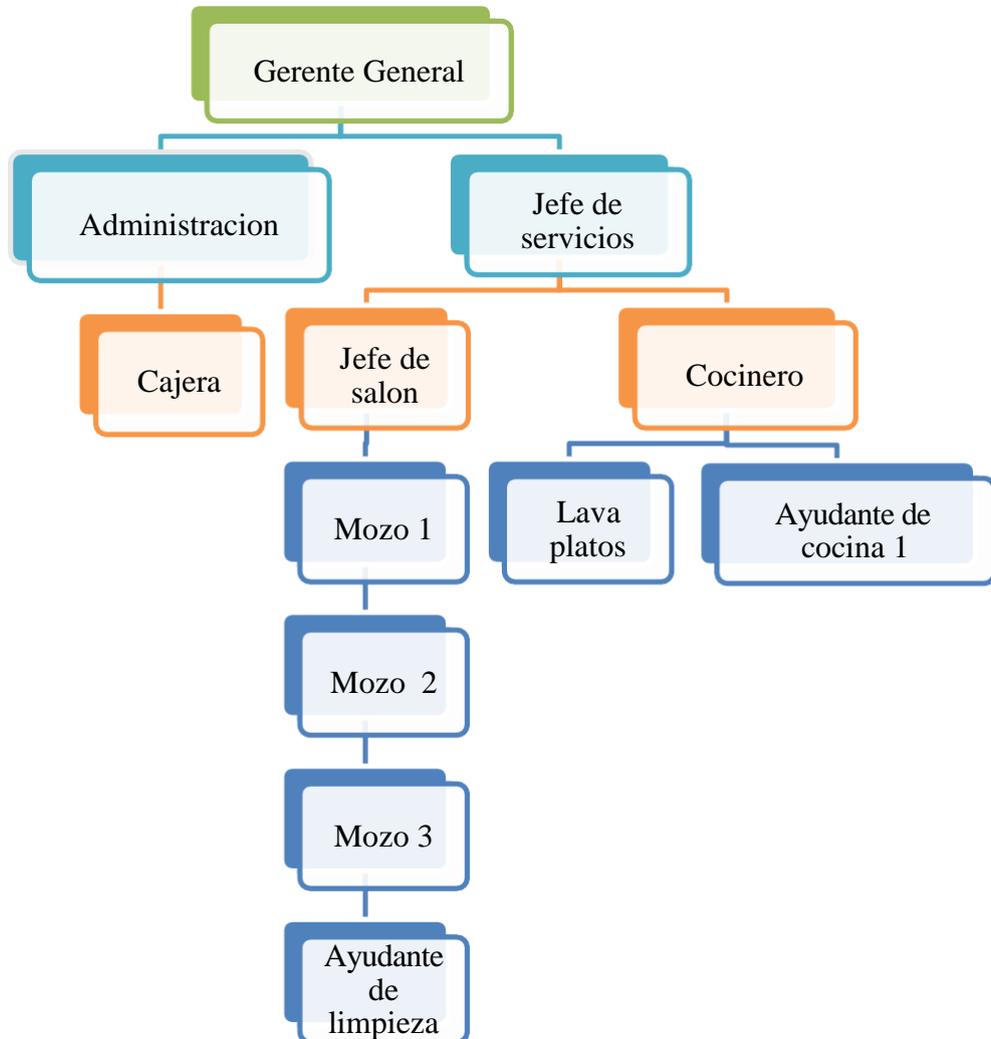
#### **Introducción:**

El presente trabajo tiene como finalidad contribuir al entendimiento del plan estratégico propuesto para el restaurante La Isla del Sabor.

Dado al buen reconocimiento que caracteriza al restaurante “La Isla del Sabor”, se debe crear diversas estrategias, que ayude a enfrentarse a su entorno y a cualquier turbulencia que se pueda presentar, con el fin de obtener el éxito.

La gastronomía se encuentra en un momento de gran desarrollo, los restaurantes cada vez toman más fuerza, esta es una de las razones por la cual la competencia es alta, exigiendo empresas gastronómicas organizadas y planificadas para poder subsistir en el medio. Por lo tanto, se ha realizado un plan estratégico para el restaurante La Isla del Sabor.

### Organigrama propuesto para el Restaurante “La Isla del Sabor”



Este organigrama jerárquico se considerará, de acuerdo a las características de la Mype, adecuado a las necesidades de la misma, por lo tanto, es conveniente su uso ya que esto permitirá mantener un control sobre la asignación de puestos, garantizando el respeto a las líneas de autoridad y responsabilidad, así como a los canales de comunicación.

### **Filosofía de la Mype:**

Se ha plasmado la siguiente misión, visión, objetivos y valores para el restaurante “La Isla del Sabor”.

### **Misión:**

“Brindar un servicio de excelente calidad, con una amplia oferta de alimentos que llenen las expectativas de nuestros consumidores, creando un espacio confortable tanto para colaboradores como clientes”

### **Visión:**

“Ser el mejor restaurante a nivel local, regional”.

### **Objetivos:**

- Satisfacer las necesidades de los clientes.
- Ofrecer productos de calidad.
- Obtener ganancias por la venta de los productos
- Crear fuentes de trabajo

### **Valores**

- **Compromiso:** el compromiso de cada uno de los colaboradores del restaurante al realizar sus actividades para cumplir a cabalidad con sus obligaciones.
- **Integridad:** el restaurante la Isla del Sabor se distingue por hacer lo correcto con transparencia para ganar la confianza de quienes los rodean, clientes, colaboradores, proveedores, entre otros,

- **Excelencia.** En el restaurante la Isla del Sabor, están comprometidos con sus clientes y con todo el personal que labora.

### **Objetivos a Largo Plazo**

- Desarrollar e implementar un plan estratégico que involucre los esfuerzos de directivos y colaboradores, para mejorar la calidad en el servicio e incrementar su rentabilidad del restaurante.
- Posicionar el Restaurante La Isla del Sabor como un restaurante que ofrece una gran opción de platos típicos rodeado de un ambiente único.
- Hacer que nuestra marca sea reconocida en la provincia de Cañete, a tal punto de jugar un papel primordial en la demanda del consumidor provincial y nacional.
- Ser una franquicia con un alto reconocimiento a nivel Provincial y nacional en el sector gastronómico.

### Plan de mejora:

Problema	Objetivo	Actividad	Indicador	Meta	Responsable
<b>Análisis</b>	Elaborar el análisis Foda y estrategias de la Mype.	Diagnosticar el análisis interno como fortalezas y debilidades.	% de efectividad en el mercado.	Perfil de la Mype	Gerente
		Diagnosticar el análisis externo como las oportunidades y amenazas.			
<b>Formulación</b>	Organizar y definir la estructura misional del Restaurante.	Dar a conocer su misión y visión del restaurante.	% de efectividad de la misión, visión y análisis Foda		
<b>Implementar</b>	Implementar el organigrama estructural de la Mype.	Establecer un organigrama formal	% de efectividad de la implementación de organigrama.		
	Implementar el manual de funciones.	Establecer un manual de funciones en la Mype.	% de efectividad del manual de funciones.		
<b>Ejecución</b>	Crear cultura de planeación en todos los niveles para el desarrollo del Restaurante La Isla del Sabor.	Definir su Plan estratégico.	% de efectividad en la ejecución de actividades.		
		Contar con los medios para verificar el cumplimiento del plan.			
		Evaluar la efectividad de estudio.			

<b>Participación del personal</b>	Incrementar la participación del colaborador en la Mype.	Obtener un resultado de desempeño anual.	N° de colaboradores que superan la meta/ Total de colaboradores.	Anual	Administrador
		Fortalecer el ambiente laboral de la Mype.	N° de colaboradores / N° de directivos.	Semestral	Administrador
		Evaluar el desempeño de los colaboradores del Restaurante.	N° de trabajadores.	Trimestral	Administrador
	Realizar capacitaciones en el restaurante la Isla del Sabor.	*Capacitación de trabajo en equipo dentro de la Mype.	N° de capacitaciones / N° de colaboradores.	Trimestral	Gerente /administrador

## Anexo 2: Consentimiento informado

  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
FILIAL CAÑETE  
"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

Cañete, 03 de marzo del 2020

Sr.:  
**HILARIO CHAMBERGO NOELLA ELIZABETH**  
GERENTE GENERAL  
RESTAURANTE LA ISLA DEL SABOR

Presente. -

De mi especial consideración:

Por medio del presente le hago llegar mi cordial saludo y a la vez presento a la bachiller **GOICOCHEA CENTENO ZORINA BETSCY** con DNI N° 71975671 código 2509131003, de la E.P. Administración, quien actualmente se encuentra desarrollando el taller de tesis para titulación en esta casa de estudios.

Por ello solicito a su despacho la autorización para recabar información respecto a su representada que será utilizada únicamente con fines científicos académicos para la investigación que se encuentra desarrollando, denominado:

**"PROPUESTA DE MEJORA DE LA PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE, CASO: LA ISLA DEL SABOR, IMPERIAL - CAÑETE, 2019."**

Estimado le brinde las facilidades que el caso requiere, expreso mi profundo agradecimiento.

Atentamente,

Recibí: 04 de marzo del 2020

  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
FILIAL CAÑETE  
Mg. Susana P. Faján De La Cruz  
COORDINADORA

45939844

Jr. Santa Rita 265 - 269 San Vicente  
Cañete - Perú  
Tel: (01) 5813725  
www.uladech.edu.pe

### Anexo 3: Fotos de la ejecución

#### RESTAURANTE: “LA ISLA DEL SABOR”



COMIDAS



1



2



3



4

5



6



7



8



## Anexo 4: Ficha Ruc de la Mype

### Registro de la Empresa:

#### REGISTRO NACIONAL DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA - REMYPE

(Desde el 20/10/2008)

N° DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	FECHA SOLICITUD	ESTADO/CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	SITUACIÓN ACTUAL	RESOLUCIÓN / OFICIO DGPE	FECHA DE BAJA / CANCELACIÓN
10432173173	HILARIO CHAMBERGO NOELIA ELIZABETH	28/06/2010	ACREDITADO COMO MICRO EMPRESA	02/07/2010	ACREDITADO	-----	-----



## Anexo 5: El instrumento



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### ENCUESTA DE LA PLANEACION ESTRATEGICA Y LA GESTIÓN DE CALIDAD

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la Propuesta de mejora de la Planeación Estratégica para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: La Isla del Sabor.

**Instrucciones:** el cuestionario se presenta una lista con las preguntas correspondientes, responda con sinceridad. Para ello debe de tener en cuenta la siguiente escala.

Totalmente desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Marque con un (X) dentro del recuadro según corresponda su apreciación.

N°	PLANEACIÓN ESTRATEGICA		ESCALAS				
			1	2	3	4	5
1	ANÁLISIS	La empresa realiza el análisis FODA, con la finalidad de desarrollar su plan estratégico.					
2		El restaurante “La Isla del Sabor”, se encuentra ubicado en una zona estratégica.					
3		El restaurante “La Isla del Sabor”, al tener un entorno de competencia se siente amenazado al plagio de algunos platos.					
4	FORMULACIÓN	La Mype ha establecido la misión y visión.					
5		La Mype cuenta con objetivos a largo plazo.					
6		La Mype realiza un análisis y establece las estrategias.					
7	IMPLEMENTACIÓN	El restaurante posee un organigrama estructural.					
8		El restaurante cuenta con un manual de funciones del personal.					
9		Se dispone de políticas en las que se orienta el restaurante.					
11	EJECUCIÓN	El restaurante cuenta con un plan estratégico para el logro de sus objetivos.					
12		La Mype realiza un seguimiento continuo de las actividades que realiza el personal.					
13		La Mype posee los medios necesarios para verificar el cumplimiento de las metas.					
14		La Mype establece mecanismos para evaluar la efectividad del análisis foda.					

N°	GESTION DE CALIDAD		ESCALAS				
			1	2	3	4	5
1	<b>CALIDAD</b>	La presentación y el sabor del producto va de acuerdo a lo que ofrece el restaurante.					
2		El servicio que ofrece cumple con los estándares del restaurante.					
3		El restaurante está enfocado a la satisfacción del cliente.					
4	<b>LIDERAZGO</b>	Es eficaz la comunicación en la Mype.					
5		Para el cumplimiento de los objetivos y metas su personal trabaja en equipo.					
6	<b>PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL</b>	Ha realizado alguna evaluación de desempeño a sus colaboradores.					
7		Considera que el ambiente laboral es propicio para lograr las tareas de su personal.					
8		La empresa cuenta con un programa de capacitación para el personal.					