



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE

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

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DEL  
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO ACTIVIDADES DE  
SERVICIO DE COMIDAS Y BEBIDAS EN EL DISTRITO DE  
NUEVO CHIMBOTE, PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2018

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

**AUTOR**

SANDOVAL MORENO DANI SLEYTHER

ORCID: 0000-0001-7903-6302

**ASESOR**

MGTR. ESTUARDO MUÑOZ AGUILAR

ORCID: 0000-0002-9053-8175

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Sandoval Moreno Dani Sleyther

ORCID: 0000-0001-7903-6302

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

### **ASESOR**

Mgtr. C. Estuardo Muñoz Aguilar

ORCID: 0000-0002-9053-8175

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de  
administración, Chimbote, Perú

### **JURADO**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5774-9374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5774-9374

**Presidente**

Mgtr. Limo Vasquez, Miguel Angel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

**Miembro**

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

**Miembro**

Mgtr. Estuardo Muñoz Aguilar

ORCID: 0000-0002-9053-8175

**Asesor**

## **DEDICATORIA**

La presente investigación la dedico a mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; los logros que a largo de mi vida se los debo a ellos.

Gracias a dios por guiarme siempre por el sendero correcto, y darme la sabiduría en situaciones difíciles.

## RESUMEN

El presente informe de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018. El diseño que presenta el trabajo de investigación es no experimental – transversal – descriptivo, tiene una población muestra de 48 micro y pequeñas empresas, en el cual se aplicará un cuestionario de 23 preguntas. En el cual obtuvimos los siguientes resultados: el 94% indicaron que “si” conocen el término plan estratégico. El 43% indicaron que los principios de calidad que tiene la empresa están basada en su visión. El 96% indicaron que “si” cuentan con un plan estratégico. El 65% indicaron que utilizan el plan estratégico para aclarar ideas futuras. El 94% indicaron que utilizan el FODA como herramienta para su empresa. La investigación indica que en gran parte los representantes de la micro y pequeñas empresas tienen conocimiento sobre el concepto plan estratégico y la llevan a cabo en sus organizaciones, con esto buscan dar valor a sus negocios, para lo cual ven como herramienta de estudio al FODA, obteniendo así un claro reflejo de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el negocio.

**Palabras clave:** Descriptivo, gestión de calidad, micro y pequeñas empresas, planeamiento estratégico, valores.

## ABSTRACT

The objective of this research report was to: Determine the characteristics of quality management under the strategic planning approach in micro and small businesses in the food and beverage service activities in the district of Nuevo Chimbote, province of Santa, year 2019. The design presented by the research work is non-experimental - transversal - descriptive, has a population of 48 micro and small businesses, in which a questionnaire of 23 questions will be applied. In which we obtained the following results: 94% indicated that "yes" found the term strategic plan. 43% indicate that the company's quality principles are based on their vision. 96% indicate that "yes" have a strategic plan. 65% indicate that they use the strategic plan to clarify future ideas. 94% indicate that they use SWOT as a tool for their company. The research indicates that in large part the representatives of the micro and small companies have knowledge about the strategic plan concept and carry out in their organizations, with this they seek to give value to their businesses, for which they see the SWOT as a study tool, thus obtaining a clear reflection of the strengths, opportunities, weaknesses and threats in the business.

**Keywords:** Descriptive, quality management, micro and small businesses, strategic planning, values.

# CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
1. Título de tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Dedicatoria.....	iv
5. Resumen / Abstract.....	vi
6. Contenido.....	vii
7. Índice de tablas.....	viii
8. Índice de figuras.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura.....	5
III. Hipótesis.....	25
IV. Metodología.....	26
4.1 Diseño de la investigación.....	26
4.2 Población y muestra.....	26
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	27
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
4.5 Plan de análisis.....	32
4.6 Matriz de consistencia.....	33
4.7 Principios éticos.....	35
V. Resultados.....	36
5.1. Resultados.....	36
5.2 Análisis De Datos.....	41
VI. Conclusiones.....	52
Aspectos complementarios.....	53
Referencias bibliográficas.....	54
Anexos.....	56

## ÍNDICE DE TABLAS

### Tablas

<b>Tabla 1.</b> Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.....	39
<b>Tabla 2.</b> Características de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018. ....	40
<b>Tabla 3.</b> Características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.....	41

## ÍNDICE DE FIGURAS

### Figuras (Anexos)

Figura 1. Edad de los representantes .....	73
Figura 2. Género de los representantes.....	73
Figura 3. Grado de Instrucción de los representantes.....	74
Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes.....	74
Figura 5. Tiempo que desempeñan los representantes en el cargo.....	75
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro .....	76
Figura 8. Distribución según las personas que trabajan en la empresa. ....	77
Figura 9. Distribución según los objetivos de creación de la empresa.....	77
Figura 10. Distribución según conoce el término gestión de calidad. ....	78
Figura 11. Distribución según las que técnicas de gestión de calidad que conoce.....	78
Figura 12. Distribución según las dificultades del personal con la gestión de calidad. .	79
Figura 13. Distribución según las técnicas para medir el rendimiento. ....	79
Figura 14. Distribución según la gestión contribuye al rendimiento del negocio. ....	80
Figura 15. Distribución según conoce el término plan estratégico.....	80
Figura 16. Distribución según principios o valores que tiene presente. ....	81
Figura 17. Distribución según la empresa cuenta con plan estratégico. ....	81
Figura 18. Distribución según, para que utiliza el plan estratégico.....	82
Figura 19. Distribución según principales preocupaciones de la empresa. ....	82
Figura 20. Distribución según uso del FODA. ....	83
Figura 21. Estableció un plan de acción para convertir debilidades en fortalezas. ....	83
Figura 22. La planificación estratégica disminuye los riesgos empresariales .....	84
Figura 23. Beneficios logrados con la planificación estratégica.. ....	84

## **I. INTRODUCCIÓN**

Actualmente las micro y pequeñas empresas son de gran importancia en la economía de un país, ya que son las que producen más empleo inclusive más que el propio estado, es así como el Perú se ha visto favorecida por la alta demanda de puestos de trabajo que éstas producen.

Este tipo de empresas son generadoras de gran parte del empleo en América Latina y el Caribe con un 47%, donde existen aproximadamente 11 millones, mientras que solo un 19% las generan las medianas y grandes empresas.

En Chile los emprendedores son un factor de gran importancia para su desarrollo económico y social, ya que es el sector que más influye al momento de combatir de pobreza. Las micro y pequeñas empresas abarca el 58% de ocupación en Chile, durante el gobierno de Michelle Bachelet surgieron una serie de proyectos legales favorables para las pequeñas empresas. Durante la crisis que tuvo el país en el año 2008 se vieron afectadas las micro y pequeñas empresas para lo cual se implementaron programas que ayudaron a combatirlas.

La creatividad en Chile permite a los restaurantes preparar diferentes tipos de comidas, ganando terreno en el mundo y cada día ganas más adeptos y competidores, para lo cual la creatividad y la experiencia resalta sobre el resto.

En Ecuador las micro y pequeñas empresas representan el 95% de las unidades productivas, los cuales generan un alto número de empleo y en la participación de la producción del país, habitada por 14 204 900 personas al 2010, datos generado por INEC. Las pequeñas y micro empresas representan el 42,2% y 27.1% del total de empresas, respectivamente (Ministerio de industrias y productividad, 2013).

El papel que cumple los restaurantes en Ecuador influye en la economía del país y fomenta el turismo de la cocina ecuatoriana, la cultura culinaria en Ecuador se ha venido desarrollando en estos últimos años identificando a su pueblo.

En las últimas décadas, el Perú ha sido testigo de un incremento acelerado de las micro y pequeñas empresas creadas por los emprendedores emergentes los cuales imponen una nueva mentalidad de impulsar el crecimiento y con esto una alta demanda

de empleo. Este hecho implica preguntar si estos nuevos empresarios tienen características similares o que les llevó a alcanzar el éxito.

En nuestro país la población económicamente activa son más del 80% y esto se le debe en gran medida al aporte de las micro y pequeñas empresas, el comercio es una de las actividades que sostiene nuestro país, motivos por los cuales estas organizaciones buscan nuevas herramientas que le ayuden a diferenciarse de la competencia y tener más oportunidad en el mercado laboral, pero muchas veces la administración es la que falla.

El horizonte económico en el Perú dentro del período 2006-2010 ha sido en gran medida beneficioso, nuestro país creció por encima del promedio de la región de América Latina (3.66%), y se situó como uno de los países con más rápido crecimiento (Benzaquen de Las Casa, 2013).

En un ambiente de desarrollo como en el que vive actualmente el país es importante para las empresas evolucionar en cuanto a la importancia que tiene la gestión de calidad.

En Ancash, el 88% de la población económicamente activa del departamento trabaja en micro, pequeñas o medianas empresas. De este total, el 69,2% trabaja en las microempresas. El 9,6% (33140 personas) trabaja en pequeñas empresas y el 9,2% en medianas empresas. Mientras, y solo el 11% de la población ancashina trabaja en grandes empresas. De acuerdo con la cantidad de PEA, en la provincia del Santa operan alrededor de 17 mil 4677 microempresas, es decir negocios que tienen de 1 a 5 trabajadores a su cargo. La falta de recursos y capacidad técnica es uno de los problemas que llevan al cierre a las micro y pequeñas empresas.

En la estructura del PBI en el departamento de Ancash, la pesca simboliza el 15% del total del departamento, con respecto al país es del 23%.

Estos recursos son la materia prima para la transformación y la venta en los restaurantes de la localidad. Hacia el año 2000 se lograron identificar 21 restaurantes de dos tenedores y 13 hoteles tres estrellas en la ciudad de Chimbote, ciertamente en los últimos años estas cifras han variado gracias a la promoción del turismo y junto a ello el crecimiento poblacional.

Por lo anteriormente expresado, se formula el siguiente enunciado de investigación ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad bajo el enfoque del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018?

Para dar respuesta a nuestro problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018. Describir las características de una gestión de calidad con el uso de planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

La investigación permite conocer la forma correcta de gestionar una estrategia que conlleve a cumplir la visión que se pueda proponer una micro o pequeña empresa, con este contexto los restaurantes puedan mantenerse en competencia y así poder elevar su productividad e impulsando el talento humano.

La presente describirá la gestión de calidad bajo el enfoque del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Chimbote de la provincia de Santa, año 2018. En el cual la metodología de trabajo no cuenta con hipótesis ya que es descriptiva, para lo cual un cuestionario ayudará a recabar información que será plasmada en tablas y gráficos con su respectivo análisis.

Finalmente, la investigación se justifica porque permitirá conocer las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro

actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

De igual manera se justifica porque nos permitirá conocer las características de planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

De igual modo se justifica porque nos permitirá conocer las características de una gestión de calidad con el uso de planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

Mediante la siguiente investigación entenderemos el planeamiento estratégico que realizan los empresarios de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. Con estos datos poder corregir errores, renovar y desarrollar una estrategia que lleve el incremento en ventas. Asimismo permitirá impulsar la competitividad dentro del mercado.

También el estudio ayudará para futuras investigaciones y a otros estudios de mayor profundidad y exigencias científicas con el objeto de proporcionar información válida, confiable y pertinente a los investigadores, estudiantes de Uladech Católica y micro y pequeñas empresas basada en el planeamiento estratégico de dicho rubro.

Obteniendo los siguientes resultados: el 94% indicaron que “sí” conocen el término plan estratégico. El 43% indicaron que los principios de calidad que tiene la empresa están basada en su visión. El 96% indicaron que “sí” cuentan con un plan estratégico. El 65% indicaron que utilizan el plan estratégico para aclarar ideas futuras. La mayoría si ha establecido un plan de acción para convertir sus debilidades en fortalezas (76.5%), la totalidad de micro y pequeñas empresas estuvo de acuerdo en que la planificación estratégica disminuye los riesgos empresariales (100%), para finalizar, la mayoría afirmo que los beneficios logrados gracias a la planificación estratégicas son positivos por el hecho que lograron optimizar recursos (65.9%). Finalmente la investigación concluye que aquellos que representan o administran este tipo de empresas están muy enfocados en mejorar la administración de sus negocios con mira a dar una

mejor experiencia a sus clientes, usando una serie de estrategias que favorecerán a cumplir con las expectativas.

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

### **2.1 Antecedentes**

#### **Antecedentes internacionales**

Armijos (2016) en su trabajo de investigación *Plan Estratégico 2016- 2018 para restaurante El Castillo Del Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe. Donde tuvo por objetivo general:* Elaborar un Plan Estratégico para un restaurante de la parroquia Cumbaratza, que permita mejorar la gestión empresarial y puedan elevar la rentabilidad del negocio. Para lograr el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Sintetizar la información necesaria para fundamentar el análisis. Efectuar el análisis situacional en el que se desenvuelve la empresa, identificando las fuerzas que influyen en su desarrollo (macro ambiente y micro ambiente). Diseñar la filosofía corporativa que dilucide la razón de ser del negocio. Realizar un plan estratégico que permita alcanzar los objetivos planteados a través de las propuestas de estrategias de mejoramiento. La metodología de la investigación se caracteriza por el estudio sistematizado de los métodos usados para conquistar los objetivos de un proceso investigativo. El presente trabajo es un proceso de investigación científica que a través del marco teórico plantea hipótesis a ser corroboradas por medio de un razonamiento inductivo - deductivo que incluye recolectar datos importantes, tabular y analizar información que permita elaborar un diagnóstico del estado del restaurante. Finalmente se formulará el plan estratégico 2016 – 2018 para el Restaurante El Castillo con base en el diagnóstico del establecimiento; por medio del diseño estratégico se establece como debería estar y mediante la implementación se proyecta como conseguir lo estipulado.

Obteniendo como resultados, El desarrollo del plan estratégico permitió entregar un documento al Gerente General del restaurante El Castillo que le permita en los próximos 3 años mejorar la gestión del restaurante y conseguir rentabilidad para los accionistas ejecutándolo según se encuentra estipulado en el plan de acción. A través de

la encuesta aplicada a los clientes del restaurante se puede recopilar información importante como por ejemplo que una de las debilidades del restaurante es que no hay estándares de tiempos para los distintos procesos, por lo que un porcentaje considerable de clientes demuestran manifiesta su inconformidad. Pero también se pudieron recoger información alentadora que se transforman en fortalezas, como por ejemplo, el hecho que les gusta la sazón del restaurante y sus servicios complementarios por lo que recomiendan el sitio a otros clientes; que también la ubicación del restaurante es significativa para el cliente. La entrevista a cada uno de los trabajadores permitió detectar debilidades en la parte operativa como la falta de utensilios, mobiliario y equipo para un mejor desempeño del personal en cada una de las áreas del restaurante, así como también que existe problemas de comunicación interna que no permiten coordinar los 159 esfuerzos de todo el equipo de trabaja para la consecución de los objetivos. Otra de las debilidades fuertes que fue mencionada tanto en la encuesta a clientes, entrevistas a empleados y entrevista con la Gerente General, es que la infraestructura del restaurante no se encuentra terminada, como por ejemplo la cocina definitiva siendo una de los espacios más importantes del restaurante y el que les va a permitir mejorar la producción. De conformidad con toda la información recopilada con el primer objetivo de la investigación y con el análisis situacional del segundo objetivo, se elaboró una matriz estratégica que nos permita cruzar la información y determinar cómo las fortalezas pueden ayudar a disminuir la incidencia de amenazas, a más de ayudar a aprovechar las oportunidades. Así como también como la corrección de debilidades puede ayudar a aprovechar oportunidades y disminuir el riesgo de ser afectado el restaurante por amenazas. (La matriz se encuentra en el capítulo 3, tabla 67, matriz foda cruzada) Finalmente se cumple el último objetivo de la investigación que es la terminación de un plan estratégico que contiene acciones y estrategias claras que le permitirán a los directivos del restaurante con la puesta en práctica del plan de acción y la matriz de proyectos estratégicos, mejorar la rentabilidad de su negocio.

Sandoval (2016) en su tesis *Plan estratégico para mejora de negocio dedicado a la venta de almuerzos*. Donde se propuso en siguiente objetivo general: Proponer estrategias competitivas en el mercado consumidor, para incrementar las ventas en los pedidos de almuerzos por medio de la creación de una página web para el negocio Lunch Time. Los siguientes objetivos específicos: Crear página web para aumentar la venta de pedidos de almuerzos y mejorar el control administrativo del negocio. Realizar un

presupuesto financiero para controlar los ingresos y egresos inherentes a la actividad comercial. Tomar decisiones acertadas en forma progresiva para el bienestar del negocio. Donde se tuvo una muestra de 384 de personas para ser encuestadas. Se realizaron encuestas de preguntas cerradas y abiertas de forma alterna, y se determinó que los clientes requieran de un servicio más ágil para solicitar sus pedidos de comidas. La encuesta realizada a 384 personas del cantón Duran entre ellos hombres, mujeres y niños arroja que el 78% de los hombres, el 80% de las mujeres y el 79% de los niños gustan de la comida que se sirve en el local lunch time. Entre los platos preferidos de las personas del sector donde se encuentra ubicado el negocio Lunch Time, está el arroz con menestra y chuleta, la corvina frita, los camarones apanados, el yapingacho y otros.

Las personas en su totalidad indicaron que la venta de comida por internet aumentará el consumo de la comida preparada en el local lunch time. El 74% de las mujeres evalúan como bueno el proyecto de brindar servicio de ventas de comidas preparadas por internet mientras que el 60% de las mujeres y el 40% de los hombres lo evaluó como muy bueno.

Este análisis indica que las personas están de acuerdo con un restaurante que ofrezca una alimentación sana y variada y que aparte preste servicio por medio de una página web ya que el sector carece de este tipo de servicios que les brinde comodidad, rapidez y confianza. Los mismos que están de acuerdo a pagar por un almuerzo \$2.50, también tuvo buena aceptación ya que ofrecemos diferentes platos a la carta.

García (2015) en su tesis de investigación *Propuesta para la elaboración y comercialización de una cerveza sin alcohol como bebida hidratante y nutritiva para la población de la ciudad de Guayaquil*. El principal objetivo es establecer una propuesta para crear una microempresa donde se va desarrollar una Cerveza sin Alcohol que sea capaz de hidratar y aportar nutrientes, luego realizar un estudio técnico productivo, establecer el método de obtención sin afectar sus propiedades químicas, determinar el nivel de aceptación que tendría la aparición de esta nueva bebida, definir los beneficios del producto para la salud de los consumidores. Los objetivos específicos: Realizar un estudio técnico para la producción y comercialización de la cerveza sin alcohol en la ciudad de Guayaquil. Definir un método de elaboración de cerveza sin alcohol. Identificar los beneficios que otorga el nuevo producto. Evaluar el nivel de aceptación que tendrá sobre esta nueva bebida en la ciudad de Guayaquil. Analizar la demanda en el mercado de Guayaquil para determinar la cantidad de consumo de esta nueva bebida. Realizar el análisis FODA de la nueva empresa. El mercado objetivo pertenece a un nivel socio

económico bajo, medio y alto, donde va enfocado a toda la población de la ciudad de Guayaquil, comprendida desde los 18 años en adelante teniendo un mercado meta a favor del 26% frente a la competencia directa, que es Gatorade y Powerade. La metodología que se utilizó es una investigación de campo debido a que se pudo obtener información directa de un grupo objetivo sobre el mercado, publicidad, precios, permisos de funcionamiento y financiamiento del negocio. La microempresa tiene una amplia perspectiva de viabilidad en el sector comercial de bebidas hidratantes, ofreciendo el producto como nueva alternativa para la personas, con el objetivo de posicionarse en el mercado, adquiriendo una gran aceptación, asegurando su calidad y sin perjudicar la salud de los consumidores. El tamaño de la muestra es de 100 personas, números de individuos. Este tipo de muestra no es representativa, pero será un acercamiento a la opinión de la población en los sectores más distintivos de la ciudad y a futuro se podrá realizar otro tipo de análisis que permita obtener resultados más certeros. Concluyendo con la creación de la empresa y la elaboración del producto es una propuesta factible dado los estudios básicos realizados, pudiendo adquirir en el país los equipos y materia prima para la producción, además la bebida ayudará la salud de las personas aportando nutrientes. El producto se fabricará a través del método de evaporación, el cual es económico y no elimina las propiedades químicas de la cerveza artesanal, a diferencia de los otros métodos que existen.

### **Antecedentes nacionales**

Aguilar (2015) en su trabajo de investigación *Planeamiento estratégico y competitividad en las micro y pequeñas empresas de servicio, rubro restaurantes – urbanización la providencia – Piura 2015*. Donde tuvo por objetivo general: Determinar las características que tiene el planeamiento estratégico y la competitividad en las micro y pequeñas empresas de servicio, rubro restaurantes – urbanización la providencia – Piura 2015. Para lograr el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: a) Determinar los tipos de planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas de servicio, rubro restaurantes – urbanización la providencia – Piura 2015. b) Analizar el planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas de servicio, rubro restaurantes – la providencia – Piura 2015. c) Determinar los niveles de competitividad en las micro y pequeñas empresas de servicio, rubro restaurantes – urbanización la providencia – Piura 2015. d) Analizar la competitividad en las micro y pequeñas empresas de servicio, rubro restaurantes – urbanización la providencia – Piura 2015. Sé realizó una investigación descriptiva, cuyo nivel de investigación es cuantitativo, para llevarla a cabo se escogió en

forma dirigida una muestra de 08 restaurantes de una población de 60 a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo como resultados: En cuanto la fase filosófica el 71% de los trabajadores y propietarios conoce la misión, visión y principios y valores de la empresa, existiendo un compromiso y fidelización interna de la mayoría de los encuestados. Solamente el 29% no está identificado con la dimensión filosófica del planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas. En cuanto a la fase analítica los platos que tienen mayor demanda son el ceviche de pescado con 38.2% y el resto de platos tiene un porcentaje de 10.30% tales como: sudado de pescado, ceviche mixto, ronda criolla, tacacho con cecina, arroz con pato y otros platos solicitados por los clientes. La variable determinante para elegir el lugar donde asisten la mayoría de los clientes es el sabor y el ambiente familiar de los locales, seguido de la facilidad de transporte con 11.80%. La decisión de compra de los consumidores está basada en el trato y ofrecer gratis la famosa leche de tigre con un 41.20%. Es por ello que llega a la siguiente conclusión: Hoy en día, debido a la Globalización, la competencia se ha vuelto más fuerte, lo cual está obligando a las empresas de éste sector a reducir costos, aumentar la productividad, ser sumamente eficientes y eficaces, reduciendo el grado de riesgos en sus estrategias y el error en la toma de decisiones, adoptando nuevas filosofías bajo las cuales logran adaptarse a los cambios del entorno y ser líderes en sus mercados. Siendo fuentes económicas muy preponderantes en Piura y las micro y pequeñas empresas en general, necesitan conocer y/o profundizar sobre la importancia del Planeamiento Estratégico y la Competitividad, con la finalidad de consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelven, para obtener rendimientos mayores a los de sus competidores.

Manrique (2015), realizó una investigación *Características de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas rubro piladoras de arroz de la provincia de Lambayeque, 2015* en la Universidad católica los Ángeles Chimbote facultad de ciencias contables, financieras y administrativas; cuyo objetivo establecido fue conocer las características de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas rubro piladoras de arroz en la provincia de Lambayeque, 2015. Para lo cual se empleó la metodología tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, para el recojo de la información se escogió según la muestra la participación de seis microempresarios y trabajadores administrativos dedicados al pilado de arroz, lo cual permitió realizar cuestionarios de preguntas a sus

respectivos involucrados, obteniéndose los siguientes resultados de acuerdo a las variables de investigación a medir, con respecto a la importancia de la calidad de sus productos para su unidad de negocios el 60% de los encuestados consideran de vital importancia ese aspecto y el 40% lo contrario, la utilización de planes estratégicos en su unidad de negocio el 69% no lo utilizan y el 31% si lo utilizan, con respecto si realizan toma de decisiones en el cargo que desempeñan el 68% no toman decisiones en su cargo y el 32% si toman decisiones en su cargo, las conclusiones son: para diseñar planes estratégicos es fundamental que las micro y pequeñas empresas piladoras de arroz precisen con exactitud y cuidado la misión que va a regir ya que ésta representa las funciones operativas que va a ejecutar en el mercado y que va a suministrar a los consumidores y con ello la calidad es un factor importante que debe ser fomentado en cada uno de los eslabones de la cadena productiva del arroz en las micro y pequeñas empresas puesto que el mercado es muy exigente.

Castillo (2016) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad y planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la ciudad de Cartavio, año 2016*. Para el desarrollo del estudio se planteó el siguiente problema: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la ciudad de Cartavio, del año 2016?. Donde tuvo el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la ciudad de Cartavio, del año 2016. Y para su mejor entendimiento de cada una de las variables en estudio, se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas en cuanto a gestión de calidad y planeamiento estratégico del sector comercio – rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la ciudad de Cartavio, del año 2016. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la ciudad de Cartavio, del año 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la ciudad Cartavio, del año 2016. Determinar las principales características del planeamiento estratégico de las empresas dedicadas a la venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco,

de la ciudad de Cartavio, del año 2016. Dentro de los principales resultados obtenidos están: El 63,6% de los representantes de los negocios son del género femenino, el 72,7% son los mismos dueños los que manejan el negocio. En cuanto a la gestión de calidad el 54,5% conocen lo que es gestión de calidad, el 54,6% aplica herramientas de gestión de calidad. Respecto al planeamiento estratégico el 72,7% conocen tanto la visión como la misión de la empresa y tienen claro tanto los objetivos como las metas de la misma y el 72,7% de los encuestados conoce lo que es el planeamiento estratégico. Finalmente se concluyó que la mayoría de empresas son manejadas por mujeres, que a su vez son los mismos dueños, y que la mayoría conoce lo que es gestión de calidad y planeamiento estratégico, pero que no se ve reflejado en el manejo de sus empresas.

Campos (2017) en su trabajo de investigación *La gestión de calidad y el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016*. Se formuló el siguiente problema: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016? Para dar respuesta al problema se formuló el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016. Además de plantear los siguientes objetivos específicos: Primero describir las principales características del representante legal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016; segundo describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016; tercero describir las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016; cuarto describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016. La investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo, se utilizó una población de 6 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, aplicando la técnica de encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los representantes de las micro y pequeñas empresas: el 66,7% son de género masculino, el 100% están dentro de los 31 a 50 años de edad, son el 100% casados y con estudios secundarios. El 66,7% de las micro y pequeñas empresas está en el rubro de 4 años a más, el 100% cuenta

con un equipo de trabajo de 1 a 5 personas. Respecto a la gestión de calidad el 100% no conoce lo que es gestión de calidad, el 100% no aplica estrategia de gestión de calidad y el 100% no cuenta con áreas administrativas. El 83,3% no basa su crecimiento en el servicio que brinda y tampoco evalúa la eficacia y eficiencia en producir su producto. Respecto al financiamiento el 66,7% no recurre al financiamiento formal, tampoco acuden en su mayoría a solicitar crédito. Concluyendo que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías de la Ciudad de Casa Grande, año 2016, La mayoría son de género masculino y en su totalidad son adultos que están en los 31 a 50 años de edad, casados y con estudios secundarios. Con respecto a las micro y pequeñas empresas la mayoría tiene funcionando de 4 años a más y la totalidad de ellas cuentan de 1 a 5 trabajadores. Las micro y pequeñas empresas no tienen conocimiento sobre gestión de calidad, pero si buscan dar solución a los problemas de su micro y pequeña empresa haciendo uso de experiencias similares sucedidas anteriormente. Con respecto al financiamiento los representantes de las micro y pequeñas empresas la mayoría no recurre a un crédito financiero porque no tienen conocimiento sobre las ventajas que brinda el financiamiento.

### **Antecedentes locales**

Chinchayan (2016) realizó una investigación *La gestión de calidad en base al planeamiento estratégico y el compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hoteles. Caso hotel Ivansino Inn, Chimbote, año 2016*. Se formuló el siguiente problema: ¿Cómo influye la gestión de calidad en base al planeamiento estratégico en el compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro: hoteles Caso hotel Ivansino Inn, Chimbote, año 2016? Para realizar el trabajo de estudio se planteó el siguiente objetivo general: Determinar la influencia de la gestión de calidad en base al planeamiento estratégico y el compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, siendo sus objetivos específicos, Definir el nivel de gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico de las micros y pequeñas empresas. Caso hotel Ivansino Inn, Año 2016, Determinar el nivel de gestión de calidad en base al compromiso del personal actual de las micro y pequeñas empresas, Caso hotel Ivansino Inn en la ciudad de Chimbote, Identificar la relación que existe entre la gestión de calidad con el planeamiento estratégico y la variable compromiso del personal de las micro y pequeñas

empresas, Caso hotel Ivansino Inn, Chimbote, Año 2016; así mismo el tipo de investigación es cuantitativa, descriptiva y correlacional, debido al que el propósito de la investigación, la naturaleza del problema y los objetivos formulados se verán reflejados en los resultados obtenidos de las encuestas, siendo el nivel de la investigación en un primer momento descriptivas, debido a que se describió las características de gestión de calidad, el planeamiento estratégico y el compromiso del personal y cuyos resultados en la variable planeamiento estratégico, el indicador, análisis interno contribuye al diagnóstico, es el más regular de todos con un 88,89% de casos, y la variable compromiso de personal, los indicadores más resaltantes de error fue el indicador Compromiso del personal con la permanencia ambas con nivel parcialmente en desacuerdo y Ni de acuerdo, ni en desacuerdo con 44,44% para ambos casos. Respecto a la relación entre variable planeamiento estratégico y su relación con el nivel de compromiso del personal resultó que ambas si tienen relación significativa, valor Chi Cuadrado Calculable es de 12,25 siendo mayor que el valor de Chi cuadrado de Tabla 3,84 lo que indica la que ambas tienen una relación. El personal en su mayoría manifiesta que la visión contribuye al direccionamiento de la empresa en un nivel considerado como regular lo que implica que la totalidad de ellos no está conforme con lo que transmite el hotel.

Colchado (2015) en su investigación *Caracterización del planeamiento estratégico como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro asesoramiento empresarial en el distrito de Chimbote, 2015*. Cuya formulación del problema fue el siguiente: ¿Cuáles son las principales características del planeamiento estratégico como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro asesoramiento empresarial en el Distrito Chimbote, 2015?, donde tuvo como objetivo describir las principales características del planeamiento estratégico como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro asesoramiento empresarial en el distrito de Chimbote, 2015. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva – cuantitativa y un diseño no experimental - transeccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 19 gerentes de consultoras a quienes se les aplicó un cuestionario de 16 preguntas cerradas por medio de la encuesta, de la cual se obtuvo los siguientes resultados: El 58% de consultores encuestados del rubro asesoramiento empresarial, manifiesta que casi siempre dirigen su empresa consultora basada en un planeamiento estratégico, El 47% de los consultores no utilizan instrumentos del

diagnóstico situacional, Matriz EFI y EFE respectivamente, el 52% de los consultores no elaboran programas de metas de pronóstico en sus consultorías. Finalmente como conclusión: Existe una deficiente gestión de calidad, ya que no aplican correctamente los instrumentos de planeamiento estratégico, además no dirigen su empresa basado en un planeamiento estratégico, por ultimo diríamos que carecen de elaboración de pronósticos de servicios.

## **2.2 Bases teóricas**

### **Las micro y pequeñas empresas**

Según el artículo 2 de la Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa – Ley 28015 (2003) 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.

La Micro y Pequeña Empresa en el Perú son unas de las principales creadoras de empleo, generando innumerables oportunidades para jóvenes con necesidad de laborar.

Para Sanchez (2014) en la actualidad las micro y pequeñas empresas en el Perú tienen vital importancia para la economía del país. Según el MINTRA, son de gran valor por que aportan con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral.

Las micro y pequeñas empresas son productoras de una parte de nuestra economía, no solo generando empleo si no inclusive contribuyendo con el desarrollo de América Latina, donde existe pobreza extrema. Las micro y pequeñas empresas nacen en zonas rurales por lo que su capital de inversión es bajo, es por esta razón que muchas de éstas son informales siendo el mayor reto para las microempresas.

### **Características de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS**

Las medianas y pequeñas empresas poseen las siguientes características:

Por el número de trabajadores: las microempresas tienen entre 1 a 10 trabajadores y las pequeñas empresas pueden llegar hasta 50.

Por las ventas anuales: las microempresas pueden obtener hasta 150 UIT, mientras que las pequeñas empresas desde 150 hasta 850 UIT.

El rol de la micro y pequeñas empresas en organización económica del Perú

En el 2005 las medianas y pequeñas empresas simbolizaban el 98.35% del total de empresas en el Perú; por otro lado solo un 1.65% eran grandes empresas. Estas cifras equivalen al 2.5 millones de pequeñas y microempresas, de las cuales solamente 648,147 son micro y pequeñas empresas formales. Con respecto a ello es una clara muestra que las micro y pequeñas empresas desde hace un buen periodo hasta la actualidad, son una base firme en la economía de nuestro país. Su desarrollo ha sido constante desde hace más de 20 años. En los primeros cinco años de los 2000, se registró un crecimiento de 29% y ese ritmo se ha sostenido al pasar los años, en promedio. Esto surge gracias a la importancia que han ido cobrando los servicios dentro del mercado y al reto que enfrentan las grandes y pequeñas economías para luchar contra el desempleo. Mares (2013)

De lo anterior mencionado opino que los porcentajes se verán incrementados con el transcurrir del tiempo, ya que nuestro país crece y con estos nuevos empresarios nacen con distintas ideas de negocio.

En una entrevista a Jaime Serida Nishimura, afirma que: Agencia de promoción de la inversión privada (2016) el peruano tiene deseos de superación y, aún con escasos recursos y a un entorno adverso, es capaz de salir adelante. Cada vez los peruanos esperan menos asistencia del gobierno y, más bien, confían en sus propios esfuerzos para progresar. Sin embargo, cabe señalar que, debido a una serie de limitaciones, la mayoría de los emprendimientos son muy pequeños, tienen poco crecimiento o cierran prematuramente.

Puedo afirmar que los peruanos buscan la manera de superarse impulsados por la necesidad que existe en su ambiente, es por esto que a temprana edad se forman la mayoría de emprendedores (menores de 30 años).

La actividad que representan las micro y pequeñas empresas es de indudable trascendencia, no solo por su contribución al empleo en el país sino también porque aportan al desarrollo de la economía de su localidad.

Okpara y Wynn afirman que negocios pequeños son los que más impulsan el desarrollo económico en una nación, ayudando a desaparecer la pobreza y el desempleo. En cuanto a la economía de la micro y pequeñas empresas empieza a progresar genera más empleo, ya que necesita más trabajadores para que lo ayuden, con esto incrementa sus ventas y a la formación del PBI del país.

## **Factores que limitan la consolidación de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS**

### **Factores Administrativos**

Avolio, Mesones y Roca (2016) nos mencionan que: “Dentro de los factores administrativos que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas, los temas identificados más importantes tienen relación con la gestión de recursos humanos, aspectos contables y financieros, la administración propia de sus negocios y la capacitación” (p, 7).

A mi parecer se puede dar por la falta de preparación, ya que muchas veces los microempresarios esperan a que sus hijos sean los que saquen a la empresa adelante, pues solo buscan ganancias a poco tiempo y casi nunca se enfocan al futuro dejando de ser informales, como consecuencia esto hace que no cuenten con el respaldo de las financieras para posibles créditos bancarios.

### **Factores Operativos**

Algunos de los factores operativos que limitan a las micro y pequeñas empresas crecer tienen un vínculo con el mercadeo, los controles de la producción, los inventarios y de los precios.

Muchas veces los empresarios entienden que para combatir la competencia deben de crear estrategias para mantenerse en el mercado, es decir mejorar el producto final, segmentar y crear políticas de precios. Por ejemplo algunos solo llevan el control de su

inventario manualmente otros no tienen conocimiento de cómo hacerlo, generando pérdida de tiempo y dinero al futuro.

### **Factores Estratégicos**

Entre los principales están la falta de visión al futuro, el acceso a financiamientos y el estudio de mercados.

La poca percepción al futuro de los empresarios los lleva a estancarse en sus negocios, solo esperan estar yendo bien en lugar de construir un plan de negocio que los impulse a crecer. Otro aspecto es el capital, las entidades financieras solo suelen dar montos limitados si no son formales, colocándoles interés altos que se les hace difícil costear.

### **Factores Externos**

Estos tienen que ver con la informalidad, el poco apoyo del estado y la tecnología. En el país muchos de los comerciantes no pagan impuestos esto genera que otros que sí lo hacen opten por la manera más económica y fácil de trabajar, lo cual genera una competencia desleal.

En cuanto a la tecnología, si muchos optaran por aprender a usar por ejemplos las redes sociales para promocionar sus productos atraerían más clientes, generando una clientela fiel.

### **Factores Personales**

Este factor nace muchas veces en el hogar o con terceras personas las cuales son las que influyen para implementar un negocio, muchas veces un trabajador de una tienda resulta creando su propia empresa con la experiencia obtenida anteriormente lo cual le ayudó a que conociera el negocio.

### **Gestión de calidad**

Casmisión, Cruz y Gonzalez (2016) la Gestión de la Calidad se ha convertido actualmente en la condición necesaria para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa. El aumento incesante del nivel de exigencia del consumidor, junto a la explosión de competencia procedente de nuevos países con ventajas

comparativas en costes y la creciente complejidad de productos, procesos, sistemas y organizaciones, son algunas de las causas que hacen de la calidad un factor determinante para la competitividad y la supervivencia de la empresa moderna.

### **Según autores**

Para Joseph M. Juran, el cual es considerado el padre de la calidad, según Joseph la calidad tiene muchos significados, siendo todos de suma importancia para la organización ya que ayudan a una planificación exitosa.

William E. Deming fue un gran conferencista que apoyaba la idea de la calidad total en la producción, el cual propuso 14 puntos para mejorar hallar errores en los procesos, entre los cuales tenemos;

La calidad debe de mejorar constantemente, cambiar la manera de pensar, no temerle a los cambios, entre otros.

Philip B. Crosby este pensador tenía la idea de que la calidad debe de ser siempre gratis, es decir el cliente debe de ser satisfecho desde la primera vez que acuda a la empresa.

### **Evolución de la gestión de la calidad**

Después de la segunda guerra mundial la calidad se basaba en el producto final, es decir lo que llegaba al mercado.

Tras la revolución industrial, muchos procesos de producción se tornaron complejos por lo que era necesario que exista un supervisor, el cual se encargaba de verificar las operaciones que se realizaba, aquí nace la primera expresión de gestión de calidad.

En los años 1930, surgen las inspecciones por medio de estadísticas, los cuales gracias a la tecnología de la época se hizo más sencillo.

A partir de 1950 un control estadístico ya no era suficiente y se opta por la observación, buscar fallas en los productos, es aquí en donde se prioriza la calidad y no la cantidad.

Luego en los 80 es donde surge uno de los cambios más grandes en cuanto a calidad ya que es asumido como un proceso el cual tiene que ir mejorando continuamente, tomando en cuenta al cliente.

Nace la calidad total en los 90, es decir el cliente se torna el personaje más importante, ya que se empieza a crear etapas como post-venta, la satisfacción del cliente es el principal indicador.

### **¿Qué es calidad?**

La calidad se puede decir que es la propiedad de alguna cosa que hace distinguirse de otra, hoy en día se cree que si es de calidad es bueno ya que nos da la garantía de haber sido fabricado correctamente.

La mayor potencial de una corporación es el producto final que ofrece al mercado, un producto que no es calidad en el mercado no es bien visto.

Muchas veces nos guiamos en la marca ya que nos están garantizando calidad y tiene un prestigio en el mercado, la cual es la imagen de la empresa; muchas veces sin darnos cuenta compramos indirectamente por la marca ya que nos da la confianza, por ejemplo un reloj rolex y casio, ambas dan la hora pero algunos compran la más cara ya sea por la calidad que brindan y el tiempo que llevan en el mercado.

La calidad es una propiedad que puede tener alguna cosa al ser comparada con otra, desde otra perspectiva la calidad es mostrada con el servicio/producto que recibirá el cliente y este satisfaga su necesidad, con este concepto queda al valor del cliente que tan buena es la calidad que recibió.

Varo (2013) si la calidad demandada no se diseña o no se realiza, se genera una insatisfacción del usuario. Si la calidad diseñada no se realiza o no es la demandada, el coste es mayor y la calidad es insuficiente.

## **Qué son las normas ISO y que finalidad tienen**

Las normas ISO son un grupo de reglas orientadas a ordenar la gestión de una empresa en sus distintos ámbitos. La alta competencia internacional acentuada por los procesos globalizadores de la economía y el mercado y el poder e importancia que ha ido tomando la figura y la opinión de los consumidores, ha propiciado que dichas normas, pese a su carácter voluntario, hayan ido ganando un gran reconocimiento y aceptación internacional, Isotools (2015)

La principal finalidad de estas normas es la de brindar una estandarización en cuanto a las reglas de los servicios o productos para las organizaciones en cuanto a la calidad y seguridad. Con esto se busca satisfacer a las clientes, hacer crecer la productividad reduciendo costos, ser mucho más competitiva, mejorar continuamente, entre otros.

## **Conceptos básicos de la gestión de Calidad**

Cuando nos referimos a calidad nos referimos al esfuerzo de distintas investigaciones, así como la participación de organizaciones públicas y privadas en busca de mejor y competitividad.

Dicho movimiento por la calidad nació en las décadas XX en Estados Unidos, el cual rápidamente se difundió a Japón, en los años 80 se logró expandir el concepto alrededor del mundo, teniendo cada país sus propias prácticas en calidad. Por lo que actualmente existen diferentes ideas y experiencias alrededor del mundo sobre la calidad.

## **Gestión de la calidad**

Arévalo (2001) dice que la gestión de calidad es un conjunto de actividades de la función empresarial que determinan la política de calidad, los objetivos y las responsabilidades, y que se llevan a cabo por medios tales como la planificación de la calidad, el control de la calidad y el aseguramiento de la calidad, en el marco del sistema de calidad.

Como emprendedores no debemos de restarle importancia a las certificaciones de calidad que deben de poseer nuestros productos finales ya que nos abrirán las puertas a mercados internacionales.

### **Evolución de la gestión de la calidad**

Tras la revolución industrial, muchos procesos de producción se tornaron complejos por lo que era necesario que exista un supervisor, el cual se encargaba de verificar las operaciones que se realizaba, aquí nace la primera expresión de gestión de calidad.

En los años 1930, surgen las inspecciones por medio de estadísticas, los cuales gracias a la tecnología de la época se hizo más sencillo.

A partir de 1950 un control estadístico ya no era suficiente y se opta por la observación, buscar fallas en los productos, es aquí en donde se da prioridad a la calidad y no la cantidad. Luego en los 80 es donde surge unos de los cambios más grandes en cuanto a calidad ya que es asumido como un proceso el cual tiene que ir mejorando continuamente, tomando en cuenta al cliente.

Nace la calidad total en los 90, es decir el cliente se torna el personaje más importante, ya que se empieza a crear etapas como post-venta, la satisfacción del cliente es el principal indicador.

### **Organizaciones internacionales de normalización en calidad.**

Tenemos tres organizaciones principales las cuales son IEC, ITU y la ISO.

International Electrotechnical Commission (IEC) establecida en 1906 la cual radica en Londres. Especializados en la elaboración de normas sobre el campo electrónico, las cuales sirven de base cuando se hacen negociaciones internacionales, su visión es la organización líder a nivel mundial en cuanto a normas para todas las tecnologías electrónicas.

International Telecommunication Union (ITU) es una organización que radica en Ginebra, el cual tiene como objetivos establecer una interconexión digital, el cual ayude

al desarrollo de redes conectadas, así crear herramientas que protejan la integridad y la actividad de las mismas.

International Organization for Standardization (ISO) creada luego de la segunda guerra mundial en 1946, su sede está en Suiza, cuyo plan estratégico es el de facilitar y unificar los estándares industriales, en todos los campos con excepción el de los electrónicos.

Cuyo propósito es el de eliminar barreras técnicas a nivel mundial promocionando el desarrollo de la estandarización y promoviendo el comercio internacional.

ISO es sin duda el mayor creador de estándares de calidad a nivel mundial, ayudando con su amplia carteras de estándares, siendo publicados desde su creación hasta el 2003, 14251 normas.

## **Planeamiento estratégico**

### **¿Qué es el planeamiento estratégico?**

Invesca S.A.C. (2006) el planeamiento estratégico es el punto de partida del proceso de planificación. En el planeamiento estratégico se identifican las orientaciones fundamentales que guiarán en el mediano y largo plazo el funcionamiento de una institución; en tal sentido, cobra importancia poder dar respuesta a las siguientes preguntas. ¿Quiénes somos?, ¿Por qué existimos? y ¿Hacia dónde vamos?

Valdivia (2007) “Entendemos a la planificación como un conjunto de acciones coordinadas que se orientan en sus premisas y fines a la consecución de resultados. Es decir que partimos de una situación “A” dada, el presente, para alcanzar otra, situación “B”, ubicada en el futuro” (p, 1).

El autor nos quiere decir que el planear es tener un objetivo al futuro, identificando posibles problemas que puedan suceder, decisiones que debamos tomar en el camino, gestionar el tiempo entre otras cosas más.

## **Causas de la planificación estratégica**

Valdivia (2007) “Al elaborar un Plan Estratégico la organización reflexiona sobre sí misma identificando los problemas, su mapa de relaciones, sus entornos y se establece un marco para afrontar las decisiones que deberán tomarse respecto de los mismos” (p, 3).

Cuando una empresa identifica un problema que se esté dando en su interior, se pueden tomar medidas para reforzar ciertos puntos débiles, generando muchos beneficios, como resolver conflictos que se estén dando.

Armijo (2013) menciona que es importante precisar que la planificación estratégica pone su foco de atención en los aspectos del ambiente externo a la institución: los usuarios finales a quienes se entregan los productos principales o estratégicos y los resultados finales o los impactos de la intervención institucional. En cambio, cuando hablamos de planificación operativa nos estamos refiriendo a la determinación de las metas de corto plazo, las cuales permiten hacer operativas las estrategias. A partir de esto es posible realizar la programación de las actividades y la estimación del presupuesto que se requiere para llevarlas a cabo.

### **La visión**

La visión es uno de los puntos más importantes que debe de tener en claro una empresa ya que lo que se proyecta hacia el futuro, sabiendo que es lo quieren ser en el futuro y como lógralo.

Debe de reflejar ciertos puntos como, las expectativas de la organización, una visión hacía el futuro, debe de inspirar a sus colaboradores a alcanzar las metas, debe de ser coherente y ajustarse a los cambios.

### **La misión**

La misión en una organización es la razón por la cual existe y el compromiso que se propone con los clientes y los propósitos que van a conseguir.

Lo que la empresa pretender hacer viene dada por la misión, y lo que hará para satisfacer las necesidades de sus clientes.

## **El diagnóstico situacional**

Muñoz (2012) afirma que el término diagnóstico situacional tiene mucho que ver con una corriente teórica denominada enfoque situacional o contingencial, que es una corriente que parte del principio según el cual la administración es relativa y situacional, es decir, depende de las circunstancias ambientales y tecnológicas de la organización. En otras palabras, conjuga el momento y el contexto en que la organización se encuentra.

Cuando se refiere a contingencia quiere decir que puede o no suceder, depende siempre del ambiente o del momento. Es decir solo puede conocerse la verdad con la experiencia.

El diagnóstico situacional tiene por objetivo principal informar de manera clara y específica ciertos problemas que pueden ser corregidos o puedan ser prevenidos.

## **Análisis Externo**

Invesca (2006) menciona que “la organización no existe ni puede existir fuera de un ambiente, fuera de ese entorno que le rodea; así que el análisis externo permite fijar las oportunidades y amenazas que el contexto puede presentarle a una organización” (p, 6).

En la parte externa la organización tiene poco control ya que se enfrenta a las políticas monetarias, el desempleo, el interés, la inflación del país, el crecimiento de la población, el tipo de cambio, las modas, los avances tecnológicos, los cambios del medio ambiente entre otros.

## **Análisis Interno**

En el análisis interno interviene las fortalezas y debilidades de la organización, lugar donde se tiene control total de las situaciones. Elementos como el local, los equipos, la materia prima, el tiempo que se emplea en cada fase de producción, el personal, el lugar de donde se obtendrá el financiamiento, los inventarios entre otros.

## **El análisis FODA**

Ruíz (2013) en su libro nos mencionan que el análisis FODA es una herramienta analítica esencial que le permitirá trabajar con la información que posee sobre su negocio,

al conformar un cuadro de la situación actual del mismo, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita la implantación de acciones y medidas correctivas o la generación de nuevos y mejores proyectos acordes con los objetivos y políticas establecidas.

De acuerdo con lo antes mencionado el FODA se enfoca las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el entorno de la organización ya sea interna y externamente.

La fortaleza es el elemento que va a generar un tributo superior al de la competencia.

Las oportunidades son las situaciones que pueden ser aprovechadas por las organizaciones a un corto, mediano o largo plazo.

Las debilidades son los elementos que dificultan a la organización acrecer con vistas al futuro.

Las amenazas son circunstancias que afectan a la organización negativamente en su desarrollo.

### **Formulación de Estrategias**

Existen los siguientes niveles: estrategias corporativas, se relaciona con los objetivos que se traza la empresa y el alcance que tendrá con el exterior.

Estrategias competitivas, claramente va dirigida la superioridad que debe de tener frente a la competencia, manteniendo la calidad y nicho de mercado específico.

Estrategias operativas, son las encargadas en estudiar los procesos que se dan en la organización, como pueden ser las de marketing, RR.HH, la de producción entre otras.

### **Tipos de estrategia.**

Tras algunas investigaciones se ha llegado a la conclusión que hay dos alternativas esenciales: el concepto de ciclo de vida de la empresa y el concepto de estrategia competitiva, que permiten definir las estrategias posibles que debe de llevar a cada organización.

Estrategias según el ciclo de vida de la empresa, se basa en saber que la organización sufre una serie de cambios desde su creación, en este ciclo se busca que la empresa diseñe estrategias para no quedarse eternamente en una etapa.

Estrategias competitivas, es que la empresa obtenga la una ventaja sobre otras en el mercado, partiendo de un análisis FODA, algunos autores proponen las llamadas estrategias genéricas, definiendo a la estrategia competitiva, a la manera de iniciar acciones ofensivas o defensivas con el fin de crear una posición defendible en un sector, para que de esta manera pueda enfrentarse con éxito.

### **Innovación y competitividad.**

Respecto a lo que afirma Corona, es cierto que actualmente vivimos en tiempo complejos con un creciente avance tecnológico y un fácil acceso a la información, lo cual crea un valor que puede ser muy aprovechable en los negocios lo cual permite innovar sus procesos, impulsando el desarrollo y acelerando sus procesos.

Moraleda (2004) lo cierto es que todo ese inmenso desarrollo tecnológico no es en sí mismo nada si no se utiliza para construir soluciones que aporten valor a las empresas, las instituciones o los ciudadanos. Hoy la tecnología aplicada al ámbito empresarial carece de sentido si no se considera como una herramienta integrada en los procesos de la empresa. Negocio y tecnología son una misma cosa.

En cuanto a la competitividad la cual es el saber dar mayor satisfacción a los clientes que la competencia, ya sea en precio, calidad, etc., la clave muchas veces es saber en qué punto aplicar estrategias y mejorar los procesos de nuestra organización.

## **2.3 Marco conceptual**

### **Micro y pequeñas empresas**

Actualmente una parte de los ingresos del país es gracias a las medianas y pequeñas empresas que surgen las cuales producen bienes y/o servicios, siempre son nuevos los emprendedores jóvenes los que nacen con ideas frescas que buscan satisfacer las necesidades de clientes cada vez más exigentes, y gracias a ellos se crean puestos de

trabajos los cuales son de gran importancia actualmente con la fuerte ola de desempleo que atravesamos. Uno de los puntos débiles de las micro y pequeñas empresas es la informalidad con la que trabajan la mayoría, lo cual les priva de muchos beneficios que podrían recibir por parte del estado y de las entidades financieras, como podrían ser los créditos, que les ayudaría a impulsar su negocio.

### **Gestión de calidad**

La gestión de calidad es una de las muchas estrategias que las organizaciones están tomando en cuenta para el mejoramiento de sus procesos y con esto dar al cliente un producto/servicio, los cual va mejorando con el paso de tiempo y de las tecnologías. Al referirnos a normas de calidad estamos hablando de las ISO las cuales tiene como objetivo principal mejorar la satisfacción del cliente, gracias a la mejora continua de su control.

### **Planeamiento estratégico**

Es de primordial importancia para una organización ya que siempre es necesario hacer un análisis de los avances y de lo que está fallando en la empresa, con el fin de mejorar o de corregir errores, con el fin seguir creciendo en un mercado tan competitivo como es el actual.

El esfuerzo de planificar a un mediano o largo plazo siempre se ve reflejado en la calidad de sus productos finales, constituyendo el planeamiento estratégico una herramienta poderosa para la organización

### **III. HIPÓTESIS**

La presente investigación denominada la Gestión de calidad bajo el enfoque del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018, no tiene hipótesis debido a que es una investigación descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA**

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

Para realizar el trabajo de investigación se utilizó el siguiente diseño de investigación No experimental – transversal y descriptivo.

Fue no experimental, porque el estudio se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico sin hacer alteración alguna.

Fue no transversal, porque el estudio de investigación gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Chimbote de la provincia del Santa, año 2018, se realizó en un tiempo determinado teniendo un inicio y un final.

Fue descriptivo, por el hecho que se describen las principales características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Chimbote de la provincia del Santa, año 2018

### **4.2 Población y muestra**

La población es el conjunto de individuos, objetos o fenómenos de los cuales se desea estudiar una o varias de sus características, para esta investigación se cuenta con 48 micro y pequeñas empresas.

La muestra es la parte de la población que será encuestada y servirá para tener información en cuanto al sector actividades de servicio de comidas y bebidas del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, a través de sus representantes legales dando como resultado un total de 48 micro y pequeñas empresas. La información de esta investigación se obtuvo a través de la técnica sondeo. (Ver anexo 3)

### 4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son los encargados de velar por el pleno funcionamiento de este negocio, empleando estrategias y planes de mejora de acuerdo a sus expectativas y gustos.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen edades diferentes, así como genero diferente y cada uno de ellos cuentan con diferentes grados de instrucción. Algunos se desempeñan como dueños de las micro y pequeñas y otros son los administradores, contando con varios años en sus cargos.	Edad	18 a 30 años 31 a 50 años 51 a más años	Razón
			Genero	Masculino Femenino	Nominal
			Grado de Instrucción	Sin instrucción Educación básica Superior no universitaria Superior universitaria	Nominal
			Cargo que desempeña	Dueño Administrador	Nominal
			Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Razón

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Características de las micro y pequeñas empresas	Las micro y pequeñas empresas son unidades económicas muy importantes, ya que se encargan de impulsar la economía del Perú, gracias a que forman parte de casi la mitad del mercado y debido a que genera muchos puestos de trabajo, disminuyendo la pobreza y dando más oportunidades a la población para desarrollarse.	Las micro y pequeñas empresas son negocios que tienen unos cuantos años en el rubro. También son caracterizados por el número de trabajadores que tienen y estos pueden ser familiares y no familiares. Estos negocios cuentan con diferentes objetivos, como generar ganancias o subsistir en el mercado.	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Razón
			Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores 6 a 10 trabajadores 11 a más trabajadores	Razón
			Personas que trabajan en su empresa	Familiares Personas no familiares	Nominal
			Objetivo de creación	Generar ganancia Subsistencia	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Gestión de Calidad	La Gestión de Calidad es un sistema que se permite a los negocios desarrollar productos y servicios de calidad, con el fin de que los clientes queden satisfechos y vuelvan a solicitar el producto o servicio. También permite tener un mejor control de cada una de las actividades y/o procesos que las micro y pequeñas empresas	Las micro y pequeñas empresas conocen el termino Gestión de Calidad y las técnicas que este método utiliza. Algunos trabajadores de las micro y pequeñas empresas tienen muchas dificultades en implementar una correcta Gestión de Calidad, por eso los negocios utilizan ciertas técnicas que les permite medir el rendimiento de su personal.	Termino Gestión de Calidad	Si No Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Técnicas modernas de la Gestión de Calidad conoce	Benchmarking Lluvia de ideas Empowerment Las 5 S Outsourcing Liderazgo empresarial Otros	Nominal
			Dificultades que impiden la implementación de Gestión de Calidad	Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otros	Nominal
			Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce	Observación Evaluación Escala de puntuaciones Evaluación 360° Otros	Nominal
			La Gestión de Calidad contribuye a	Si No	Nominal

	realicen para el logro de los objetivos de manera eficaz y eficiente.	Gracias a esta gestión muchas micro y pequeñas empresas han mejorado su rendimiento y les ha ayudado a alcanzar sus objetivos y metas trazadas.	mejorar el rendimiento del negocio		
			La Gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa	Si No A veces	Nominal
Planeamiento Estratégico	El planeamiento estratégico es un proceso en el cual se desarrolla o implementa estrategias para conseguir los objetivos y metas de una empresa. Este plan consiste en una visión a futuro que busca volver a la empresa más competitiva, rentable y	Las micro y pequeñas empresas conocen el término plan estratégico y aplican principios de calidad muy definidos para su empresa. También utilizan un plan estratégico y analiza las principales preocupaciones que tienen las empresas utilizando el FODA. Asimismo,	Conoce el término plan estratégico	Si No Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Valores o principios de calidad definidos en la empresa	Misión Visión Valores Políticas de calidad	Nominal
			Empresa cuenta con un plan estratégico	Si No	Nominal
			Utilización del plan estratégico	Descubrir lo mejor de su empresa Aclarar ideas futuras Prevenir cualquier eventualidad Diseñar una estructura de	Nominal

	que pueda satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes.	establecen un plan de acción para convertir sus debilidades en fortalezas y mediante este plan disminuye los riesgos u errores empresariales.		objetivos a largo plazo	
			Principales preocupaciones que posee su empresa	Producción Ahorro Inversión Crédito	Nominal
			Alguna vez ha realizado un diagnostico FODA	Si No	Nominal
			Usa plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades	Si No A veces	Nominal
			La planificación disminuye los riesgos u errores empresariales	Si No A veces	Nominal

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

La técnica que aplicaremos será mediante encuestas y utilizando como instrumento un cuestionario que será dirigido a los representantes de las en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018.

El cuestionario está estructurado por 23 preguntas: 5 preguntas dirigidas a recolectar la información de los representantes, 5 sobre la información de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas, 13 sobre la gestión de calidad como factor relevante en el Planeamiento estratégico. (Ver anexo 4)

#### **4.5 Plan de análisis**

Después de la aplicación del cuestionario a través de la técnica de la encuesta se obtendrá información acerca de los representantes de las micro y pequeñas empresas, se utilizará el programa Excel para registrar la información recolectada lo cual se presentará en tablas de frecuencia relativa y absoluta, así como en figuras.

Se utilizará el programa Word para redactar el proyecto de investigación titulado: Gestión de Calidad bajo el enfoque del planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018. También se utilizará el programa PDF para la presentación el proyecto final de investigación y, por último, se empleará el Power Point para la sustentación del proyecto final. (Ver anexo 4)

#### 4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivo	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018?	<p><b>General:</b> Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque del planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018</p> <p><b>Específicos:</b> Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018.</p>	Gestión de calidad bajo el enfoque del planeamiento estratégico	Se utilizó una población muestral de 48 en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018	<p><b>Fue no experimental</b> porque no se manipuló deliberadamente la variable</p> <p><b>Fue Transversal</b> porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un final específicamente en el año 2018.</p> <p><b>Fue Descriptivo</b> porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

	<p>Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018.</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad bajo en enfoque del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018.</p>			<p>planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018</p>	
--	---	--	--	--	--

## 4.7 Principios éticos

Los principios éticos que se utilizarán en el siguiente proyecto de investigación son los siguientes:

**Protección a las personas:** Las personas que serán parte de este proyecto serán registrados de manera anónima, con el fin de no perjudicar a ninguna persona y no vulnerar sus derechos.

**Beneficios y no mal eficiencia:** El entrevistado será afectado en ningún sentido, por eso se busca disminuir el riesgo y aumentar la confianza de los investigadores.

**Justicia:** Se evitará las prácticas de injusticias, inconvenientes, malentendidos y siendo parciales en todo momento con el entrevistado.

**Integridad científica:** El investigador debe contar con diversas virtudes y atributos personales que hagan que el entrevistado sienta confianza hacia él.

**Cuidado del medio ambiente y biodiversidad:** En busca del cuidado del medio ambiente se enviaron los trabajos al correo electrónico, así como a la plataforma del Entorno Virtual Angelino. Para la presentación del trabajo final solo se imprimió los documentos finales.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1.**

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.*

<b>Datos generales:</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Edad (años)</b>		
18-34 años	15	31.25
31-50 años	23	47.92
51 a mas años	10	20.83
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>
<b>Género</b>		
Masculino	45	93.75
Femenino	3	6.25
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	15	31.25
Superior no Universitaria	12	25.00
Superior Universitaria	21	43.75
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	9	18.75
Administrador	39	81.25
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>
<b>Tiempo que desempeña el cargo</b>		
0 a 3 años	4	8.33
4 a 6 años	32	66.67
7 a mas años	12	25.00
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018

**Tabla 2.**

*Características de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.*

<b>En la empresa</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Tiempo de permanencia en el rubro</b>		
0 a 3 años	6	12.50
4 a 6 años	15	31.25
7 a mas años	27	56.25
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	2	4.17
6 a 10 trabajadores	2	4.17
11 a mas trabajadores	44	91.67
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>
<b>Las personas que trabajan en su empresa son</b>		
Familiares	16	33.33
Personas no familiares	32	66.67
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>
<b>Objetivo de creación</b>		
Generar ganancias	43	89.58
Subsistencia	5	10.42
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018

**Tabla 3.**

*Características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.*

<b>Gestión de calidad</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Conoce el termino gestión de calidad</b>		
Si	43	89.58
No	5	10.42
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>
<b>Técnicas de gestión de calidad que conoce</b>		
Benchmarking	0	0.00
Lluvia de ideas	21	43.75
Empowerment	1	2.08
Las 5c	0	0.00
Liderazgo empresarial	25	52.08
Otras	1	2.08
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>
<b>Dificultades del personal con la gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	14	29.17
Aprendizaje lento	0	0.00
No se adapta a los cambios	32	66.67
Desconocimiento del puesto	2	4.17
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>
<b>Técnicas para medir el rendimiento</b>		
La observación	14	29.17
La evaluación	31	64.58
Escala de puntuaciones	3	6.25
Evaluación de 360°	0	0.00
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>
<b>La gestión contribuye al rendimiento del negocio</b>		
Si	48	100.00
No	0	0.00
No opine	0	0.00
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.00</b>

Continúa...

<b>Planeamiento estratégico</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Conoce el termino plan estratégico</b>		
Si	45	93,75
No	3	6,25
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100,00</b>
<b>Principios o valores de calidad que tiene presente</b>		
Misión	20	41,67
Visión	21	43,75
Políticas de calidad	0	0,00
Valores	7	14,58
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100,00</b>
<b>La empresa cuenta con un plan estratégico</b>		
Si	46	95,83
No	2	4,17
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100,00</b>
<b>Para que utiliza el plan estratégico</b>		
Describir lo mejor de su empresa	11	22,92
Aclarar ideas futuras	31	64,58
Diseñar un estructura de objetivos	4	8,33
No utiliza un plan estratégico	2	4,17
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>110,00</b>
<b>Principales preocupaciones de su empresa</b>		
Producción	34	70,83
Ahorro	5	10,42
Inversión	6	12,50
Crédito	3	6,25
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>118,00</b>
<b>Usó la herramienta del FODA en su empresa</b>		
Si	44	91,67
No	4	8,33
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100,00</b>

Continúa...

<b>Ha establecido un plan de acción para convertir sus debilidades en fortalezas</b>		
Si	46	95,83
No	0	0,00
A veces	2	4,17
No, porque no aplica un plan estratégico	0	0,00
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100,00</b>
<b>La planificación estratégica disminuye los riesgos empresariales</b>		
Si	44	91,67
No	0	0,00
A veces	4	8,33
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100,00</b>
<b>Beneficios logrados con la planificación estratégica</b>		
Detectar áreas de mejora	32	66,67
Mayor adaptación a los cambios	3	6,25
Optimización de recursos	11	21,92
No logró ningún efecto porque no utiliza plan estratégico	2	4,17
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018.

## 5.2 Análisis De Datos

**Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.**

Del total de los encuestados, se observa como resultado que el 47.92% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, tienen 31 a 50 años de edad, coincidiendo en su totalidad con Campos (2017) el cual nos muestra que el 100% están dentro de los 31 a 50 años de edad. Estos resultados demuestran que en su mayoría las micro y pequeñas empresas son dirigidas por adultos, por personas que ya tienen cierto tiempo en el rubro, personas que poseen un conocimiento aprendiendo con el pasar del tiempo manejando empresas, las cuales administran de forma eficiente y rentable su negocio. Representantes los cuales poseen una serie de cualidades que los hacen únicos y capaces para afrontar problemas que pueda suceder dentro de la empresa.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que el género de mayor porcentaje de todos los encuestados es masculino el cual representa al 93.75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, totalmente diferente a la investigación de Castillo (2016) donde el 63,6% de los representantes de los negocios son del género femenino, mientras que en la investigación de Campos (2017) el 66,7% son del género masculino. Se sabe que la diferencia de género no es un impedimento para llevar las riendas de un negocio, tras los resultados se observan que en su mayoría los representantes son los varones. Cuando en su mayoría se habla de emprendedor se entiende que es del género masculino y de mediana edad, los estereotipos que se crearon alrededor del mundo de los negocios fueron una barrera para las mujeres, que felizmente gracias a los esfuerzos durante el pasar de los años ha cambiado y se han abierto espacio dentro de la vida empresarial, gestionando empresas de igual o mejor manera que los hombre. Claros ejemplos tenemos A Coco Chanel, creadora de la marca Chanel, que en sus inicios solo vendía sombreros para las damas, actualmente la empresa se dedica a la venta de perfumes, joyas alrededor del mundo, teniendo ingresos de billones de dólares anualmente.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que el grado de instrucción de mayor porcentaje de todos los encuestados es superior universitaria el cual representa al 43.75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, mientras que la investigación de Campos (2017) nos dice que el 100% cuenta con estudios secundarios. En cuanto al punto de vista de grado de instrucción de una persona que tiene a cargo una empresa, y a colaboradores, es de suma importancia ya que es un factor que limita el crecimiento del negocio, pueden poseer falta de educación en cuanto a la gestión de su negocio. Por otro lado, la experiencia que puede ganar una persona llevando a cabo la administración de un negocio, sobresale sobre cualquier estudio previo que haya tenido. Una persona sin estudios universitarios, pero dotada de habilidades como impartir instrucciones, órdenes ligadas a un objetivo global de una empresa, puede resultar tan importante como la de un administrador, todo depende de las experiencias y capacidades.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que el cargo que desempeña de mayor porcentaje de todos los encuestados son administradores el cual representa al 81.25% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, totalmente diferente a los resultados obtenidos por Castillo (2016) el cual nos dice que el 72.7% son los mismos dueños los que manejan el negocio. Como se sabe muchas veces los dueños no están tan capacitados para llevar las riendas de una empresa eso por lo cual resulta mucho más beneficioso contratar a un especialista que posea el talento para llevar dicha responsabilidad. El administrador debe de contar con ciertas habilidades y experiencias, ser proactivo y con carácter, pero lo más importante que se ajuste a las necesidades y objetivos de la empresa.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que el tiempo que desempeña el cargo de mayor porcentaje de todos los encuestados es de 4 a 6 años el cual representa al 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, de la misma manera Campos (2017) nos refiere que el 66.7% de las micro y pequeñas empresas está en el rubro de 4 años a más. Es una situación normal la de querer permanecer mucho tiempo en un lugar donde nos sentimos cómodos y nos desarrollamos

personal y profesionalmente, a todo esto, influye el clima laboral con el que nos estemos vinculando.

**Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.**

Del total de los encuestados, se observa como resultado que el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro de mayor porcentaje de todos los encuestados es de 7 a más años el cual representa al 56.25% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, por otro lado, Campos (2017) nos muestra como resultado en su investigación que el 66.7% está en el rubro de 4 años a más. Tras los resultados mostrados de ambas investigaciones, se puede entender que cuando se forma un negocio con una idea principal, con el pasar del tiempo si se obtiene ganancias y el negocio marcha bien, se optará por seguir con el mismo rubro, pero mejorando algunos aspectos con la finalidad de dar el mejor servicio al cliente.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que el número de trabajadores en la empresa el mayor porcentaje de todos los encuestados es de 11 a más trabajadores el cual representa al 91.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, el resultado obtenido no se asemeja por los que obtuvo Campos (2017) el cual nos dice que el 100% con un equipo de trabajo de 1 a 5 personas. Cuando se abre un negocio es necesario contar con cierta cantidad de colaboradores que cubran ciertos puestos dentro de la empresa, para que sea todo un éxito. Algunos de los factores que intervienen en la elección de la cantidad de trabajadores será el tamaño del negocio, la afluencia de público que el negocio tiene, entre otros.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que las personas que trabajan en la empresa, el mayor porcentaje de todos los encuestados es el de personas no familiares el cual representa al 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. Estos resultados no tuvieron comparación con antecedentes por razones que no se encontraron datos similares. Dentro de una empresa

o negocio es necesario contar con colaboradores capaces de desempeñar un determinado puesto, que tengan el conocimiento y la experiencia para afrontar problemas; para lo cual muchas organizaciones optan por no involucrar a familiares del negocio, esto para evitar conflictos que se puedan dar posteriormente.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que el objetivo de creación de la empresa, el mayor porcentaje de todos los encuestados es el de generar ganancias el cual representa al 89.58% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. La gran mayoría de empresas se crean un capital escaso con la finalidad de recuperarlo y sumar una ganancia extra. La idea de emprender un negocio en la actualidad está ligada a proyectarse a ser competitivos dentro del mercado y transformar su vida económicamente, es por esto que el principal objetivo de la creación de una empresa es generar ingresos.

**Tabla 3. Características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.**

Del total de los encuestados, se observa como resultado que los representantes conocen el término gestión de calidad, el mayor porcentaje de todos los encuestados es sí, el cual representa al 89.58% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa; en la investigación realizada por Castillo (2016) nos refleja que el 54.5% conocen lo que es la gestión de calidad. Contradiendo a los resultados anteriores Campos (2017) nos dice que el 100% no conoce lo que gestión de calidad. En una organización uno de sus principales objetivos está el ser los mejores, sin embargo, esto exige muchas actividades que debe de seguir la organización, como la entender al cliente, saber qué es lo que busca y satisfacer sus expectativas. Enfocar la mira de la empresa en la mejora continua, crear relaciones aun futuro tanto con los proveedores como con el público.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que las técnicas de gestión de calidad que conocen los representantes el mayor porcentaje de todos los encuestados

es Liderazgo empresarial, el cual representa al 52.08% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa; negativamente Campos (2017) en su investigación nos dice que el 100% no tiene conocimiento de la gestión de calidad. En una organización es necesario que exista un líder, aquella persona que tenga habilidad de influir sobre los demás con el fin de conseguir los objetivos trazadas por la empresa. Por lo tanto, en una empresa no solo deben de existir jefes sino también líderes, que muevan al equipo, que tengan la capacidad de resolución de problema o conflictos, que tenga una visión clara al futuro, que posea una capacidad de escucha, entre otras cualidades.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que las dificultades del personal con la gestión de calidad dentro de la organización que conocen los representantes, el mayor porcentaje de todos los encuestados es que no se adapta a los cambios, el cual representa al 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. No se encontraron datos que coincidan dentro de las bases teóricas. La poca adaptabilidad del personal con la gestión de calidad hace referencia al comportamiento o conducta que tienen los colaboradores dentro de márgenes basados en conductas nuevas, dirigidas a innovar y mantenerse en el mercado.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que las técnicas para medir el rendimiento dentro de la organización basado en la gestión de calidad, el mayor porcentaje de todos los encuestados es la evaluación, el cual representa al 64.58% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. En la actualidad las empresas se han visto en la necesidad de realizar evaluaciones trabajo que se realizan periódicamente, son necesarios para supervisar el rendimiento laboral. Con estas mediciones es posible estimar el grado de eficacia y con los resultados obtenidos reforzar o mejorar ciertos puntos débiles y así desarrollar al personal.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que la mayoría dijo afirmativamente que la gestión contribuye al rendimiento del negocio, el cual representa al 100.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. En la investigación realizada por Manrique (2015) nos afirma que el 60% de los encuestados consideran de vital importancia el aspecto de la calidad de sus productos. No cabe duda que la gestión de calidad garantiza la excelencia en un producto determinado, las organizaciones que optan por implementar programas de gestión, usan su propia información para poder identificar posibles fallas o debilidades para posteriormente dar mejoras.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que la mayoría dijo afirmativamente que conoce el término plan estratégico, el cual representa al 93.75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. De acuerdo a lo mencionado, el plan estratégico define a donde se quiere llegar y como se va a lograr, uno de sus principales objetivos es el de transformar los objetivos, ideas, metas en acciones. El plan estratégico establecerá de forma clara y precisa las fortalezas y debilidades, y todo aquello que ayudará a mejorar la organización.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que los principios o valores de calidad dentro de la organización, el mayor porcentaje de todos los encuestados es la visión, el cual representa al 41.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. Sin dejar de mencionar la importancia tanto de la misión y visión que debe tener una empresa para saber hacia dónde se dirige. Castillo (2016) nos dice que el 72.2% de los encuestados conocen tanto la visión como la misión de la empresa y tiene claro tanto los objetivos como las metas de la misma. Tener clara la visión en una organización ofrecerá el panorama de a donde se desea llegar en un cierto plazo trazado, el propósito de la visión es plantear metas ambiciosas que tras el pasar del tiempo se lleguen a cumplir con ayuda de todos los colaboradores.

Del total de los encuestados, se observa positivamente que las empresas cuentan con un plan estratégico, el cual representa al 95.83% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito

de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. La importancia que radica sobre la creación o formulación de un plan estratégico en una organización, es que ayuda al empresario a responder interrogantes necesarias para fortalecer y gestionar correctamente la empresa, garantizando la continuidad y futuro crecimiento de su negocio. La creación de un plan estratégico se basa en las estrategias que se llevarán a cabo para generar expectativas sobre el público, generar experiencias diferentes al de la competencia entre otras.

Del total de los encuestados, se observa como resultado que los representantes utilizan el plan estratégico, obteniendo con el mayor porcentaje aclarar ideas futuras, el cual representa al 64.58% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. Muchos empresarios se cuestionan el uso del plan estratégico, sobre todo con lo rápido de las evoluciones en el mercado, una correcta estrategia en una empresa pintará el rumbo que debe de seguir para conseguir sus objetivos a un determinado tiempo, teniendo siempre presente donde están y a donde quieren llegar.

Del total de los encuestados, se observa como resultado las principales preocupaciones de una empresa, se obtuvo con el mayor porcentaje producción, el cual representa al 70.83% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. De acuerdo con los resultados de la presente investigación, la producción es la principal preocupación de las empresas, la búsqueda por desarrollar y optimizar procesos donde la producción empresarial resulte menos costosa y a la vez buscar como resultado un producto de calidad.

Del total de los encuestados, se observa positivamente que las empresas usan la herramienta del FODA en su empresa, el cual representa al 91.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. El FODA en la actualidad sirve para hacer frente a muchas situaciones complejas para las empresas, las cuales tendrán una solución positiva, la cual estimula la discusión y lluvia de idea. Usado en un negocio, el FODA es de mucho valor ya que concentra a tomar mejores decisiones posibles, así conseguir una organización competitiva en el mercado.

Del total de los encuestados, se observa positivamente que las empresas han establecido un plan de acción para convertir sus debilidades en fortalezas, el cual representa al 95.83% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. Para que en una organización sea posible convertir las debilidades en fortalezas es necesario realizar un análisis de los procesos que se está llevando a cabo, determinar lo que le hace bien al negocio y explotarlo. También como en cualquier otro lugar en una empresa existen debilidades, los cuales son puntos que la empresa debe de tener claro y saber cómo superarlos. A veces las grandes empresas se aferran a estrategias que no se ajustan a las necesidades, con esto se producirá pérdida de dinero y de tiempo, por ello es clave ser realista.

Del total de los encuestados, se observa positivamente que la planificación estratégica disminuye riesgos empresariales, el cual representa al 91.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. El riesgo se da cuando no se sabe lo que se está haciendo, entre una de las causas más frecuentes del fracaso de una empresa se centra en el desconocimiento, ya que muchas veces se cree tener clara la meta, sin antes haber planificado, sin haber analizado pros y contras.

Del total de los encuestados, se observa como que con el uso de la planificación es posible lograr beneficios, el mayor porcentaje de todos los encuestados detecta áreas de mejora, el cual representa al 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. Algunos de los beneficios que se logra con la planificación estratégica es el de detectar áreas dentro de la empresa en la cual se necesite mejorar, también ayuda a los líderes a saber cómo superar los retos que se presentan con el pasar del tiempo, por otro lado, ayuda a enseñar al equipo a ser eficaz involucrando a cada miembro.

## VI. CONCLUSIONES

En su mayoría simple son dirigidas por personas de edad entre 31 a 50 años de edad (47.92%), la mayoría son del sexo masculino (93.75%), además de ello la mayoría cuenta con un grado de instrucción Universitarios Superiores (43.75%), también podemos darnos cuenta que en su mayoría el cargo que ellos desempeñan es de administrador (81.25%), en su mayoría el tiempo que desempeñan en el cargo oscila entre 4 a 6 años de labor (66.67%), además la mayoría tiene entre 4 a 6 años de permanencia en el rubro (56.25%), además en su mayoría cuentan con un número de 11 trabajadores a más (91.67%), por lo que en su mayoría las personas que trabajan en su empresa son empleados no-familiares (66.67%), la mayoría creó su empresa con el objetivo de obtener ganancias (89.58%).

En su gran parte las micro y pequeñas empresas conocen el término gestión de calidad (89.58%), la mayoría emplea el liderazgo empresarial como técnica de gestión de calidad (52.08%), la mayoría de micro y pequeñas empresas no se adapta a los cambios, por lo que tienen dificultades con su personal en la gestión de calidad (66.67%), la mayoría usa cómo técnica para medir el rendimiento a la evaluación (64.58%), la mayoría menciona que la gestión sí aporta al rendimiento de la empresa (100.00%).

La mayoría conoce el término plan estratégico (93.75%), la mayoría también está al pendiente de los principios y valores de calidad de la empresa, es por eso que siempre cuida sus valores (43.75%), así mismo la mayoría de micro y pequeñas empresas sí cuenta con un plan estratégico (95.83%), por otro lado la mayoría simple dice que utiliza el plan estratégico para describir lo mejor de su empresa a sus clientes (64.58%), en la mayoría de encuestados podemos ver que la principal preocupación para la empresa es la producción (70.83%), también la mayoría de micro y pequeñas empresas sí usó la herramienta del FODA (91.67%), la mayoría sí ha establecido un plan de acción para convertir sus debilidades en fortalezas (95.83%), la totalidad de micro y pequeñas empresas estuvo de acuerdo en que la planificación estratégica disminuye los riesgos empresariales (91.67%), para finalizar, la mayoría afirmó que los beneficios logrados gracias a la planificación estratégica son positivos por el hecho que lograron optimizar recursos (66.67%).

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones.**

Innovar nuevos métodos estratégicos como herramientas que aporten beneficios a la empresa, porque el mercado es competitivo y más aún en este rubro.

Desarrollar las capacidades del personal, es decir tener un personal preparado y calificado para resolver los problemas o conflictos de inmediato y no esperar talvez a que el supervisor le indique lo que tiene que hacer, sino el resolver sus propias inquietudes. Para demostrar a nuestros clientes nuestra eficacia de resolver sus necesidades.

Conseguir un capital sólido, con el cual tengamos un flujo de dinero constante para organizarnos y armas nuestra empresa en el rubro que lo hallamos planeado, porque de allí tendremos que dividir los gastos tanto para mano de obra.

Implementar una cultura empresarial, esto ayudará en tener claro hacia dónde queremos ir y como llegaremos hasta allí.

Resaltar algunas herramientas que serían necesarias para la elaboración de la organización, como sería la implementación del FODA más a profundidad, seguido de ellos constantes capacitaciones al personal, realizar un test de preguntas claras y sencillas hacia los clientes, acerca de que cosas resaltan sobre el servicio y algunos inconvenientes que tuvieron.

Construir relaciones a largo plazo con los clientes, trabajar al respecto para que este lazo se mantenga con el pasar del tiempo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia de promoción de la inversión privada. (2016). *Micro y pequeñas empresas*. Recuperado de [http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/Micro y pequeñas empresas.pdf](http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/Micro_y_pequeñas_empresas.pdf)
- Aguilar, V. (2015). *Planeamiento Estratégico y Competitividad en las micro y pequeñas empresas de servicio, rubro restaurantes – urbanización La Providencia – Piura 2014*. Recuperado de <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/descargar.php?file=a5142436cfe0e6127fa25df2a0ef2ae1067d9159b4abcd88dffbafde2b685e43f2a3a8d>
- Arévalo, Z. (2001). *Gestión de la Calidad; Gestión de la Calidad Total*. Recuperado de <http://repositorio.ins.gob.pe/handle/INS/833>
- Armijo, M. (2013). *Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público*. Recuperado de [https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/5/39255/30\\_04\\_MANUAL\\_COMPLETO\\_de\\_Abril.pdf](https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/5/39255/30_04_MANUAL_COMPLETO_de_Abril.pdf)
- Armijos, N. (2016). *Plan Estratégico 2016-2018 para restaurante El Castillo del Cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe*. Recuperado de <http://repositorio.uees.edu.ec/123456789/1722>
- Avolio, Mesones, & Roca. (2016). *Factores que Limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú*. Lima. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/download/4126/4094>
- Benzaquen de Las Casa, J. (2013). *Calidad en las empresas latinoamericanas: El caso Peruano*. Lima: Universia. doi:10.3232/GCG.2013.V7.N1.03
- Campos, O. (2017). *La gestión de calidad y el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016*. Trujillo. Recuperado de <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/descargar.php?file=a5276726cfe0e6127fa25df2a0ef2ae1067d9159b4abcd88dffbafde2b685e43f2a3a8d>
- Casmisión, Cruz, & González. (2016). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid. Recuperado de <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>
- Castillo, n. J. (2016). *Gestión de calidad y planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la ciudad de Cartavio, año 2016*. Trujillo. Recuperado de <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/descargar.php?file=a5276686cfe0e6127fa25df2a0ef2ae1067d9159b4abcd88dffbafde2b685e43f2a3a8d>

- Castillo, J. (2016). *Plan estratégico 2016-2018 restaurante El castillo del Cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe*. Recuperado de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/1722/1/TESIS%20FINAL%20ODE%20JUAN%20PABLO%20CASTILLO.pdf>
- Chinchayan, R. (2016). *La gestión de calidad en base al planeamiento estratégico y el compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles. Caso hotel Ivansino inn, Chimbote, año 2016. Chimbote*. Recuperado de <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/descargar.php?file=a5259356cfe0e6127fa25df2a0ef2ae1067d9159b4abcd88dffbafde2b685e43f2a3a8d>
- Colchado, Z. (2015). *Caracterización del planeamiento estratégico como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro asesoramiento empresarial en el distrito de chimbote, 2015. Chimbote*. Recuperado de <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/descargar.php?file=a5219886cfe0e6127fa25df2a0ef2ae1067d9159b4abcd88dffbafde2b685e43f2a3a8d>
- Corona, L. (2002). *Innovación y Competitividad*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/376/37602005.pdf>
- García, J. (2015). *Propuesta para la elaboración y comercialización de una cerveza sin alcohol como bebida hidratante y nutritiva para la elaboración de la ciudad de Guayaquil*. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8008/1/BCIEQ-%20T-%200017%20Garc%c3%ada%20Gar%c3%b3folo%20Jonathan%20Xavier.pdf>
- García, M. (2019). *Plan de negocios para vender bebidas saludables a través de un carro de comidas en Bogotá: Smossh*. Recuperado de [https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/1500/1/BAA-spa-2019-Plan\\_de\\_negocios\\_para\\_vender\\_bebidas\\_saludables\\_a\\_traves\\_de\\_un\\_carro\\_de\\_comidas.pdf](https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/1500/1/BAA-spa-2019-Plan_de_negocios_para_vender_bebidas_saludables_a_traves_de_un_carro_de_comidas.pdf)
- Invesca (2006). *Productos y servicios para las micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú*. Recuperado de [http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallIG/home\\_4/mod\\_virtuales/modulo5/4.2.pdf](http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/4.2.pdf)
- Isotools. (2015). *¿Qué son las normal iso y cual es su finalidad?*. Recuperado de <https://www.isotools.org/2015/03/19/que-son-las-normas-iso-y-cual-es-su-finalidad/>
- Manrique, V. (2015). *Características de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas rubro piladoras de arroz de la provincia de Lambayeque, 2015. Piura*. Recuperado de <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/descargar.php?file=a5166556cfe0e6127fa25df2a0ef2ae1067d9159b4abcd88dffbafde2b685e43f2a3a8d>

- Mares, C. (2013). *Las Micro y pequeñas empresas (micro y pequeñas empresas) en el Perú*. Recuperado de [repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/4711/Mares\\_Carla.pdf](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/4711/Mares_Carla.pdf)
- Ministerio de industrias y productividad. (2013). *Proyecto para el fomento de las mipymes ecuatorianas. Artículo científico*. Recuperado de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf)
- Moraleda, A. (2004). *La innovación, clave para la competitividad empresarial*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/433/43300112.pdf>
- Muñoz, A (2012). *Diagnóstico Situacional*. Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1428/3/CAPITULO%202.pdf>
- Ruíz, M. (2013). *El Instructor para el joven Emprendedor: Ciencias Económicas*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=7IRaDwAAQBAJ&pg=PA53&lpg=PA53&dq=Este+an%C3%A1lisis+representa+un+esfuerzo+para+examinar+la+interacci%C3%B3n+entre+las+caracter%C3%ADsticas+particulares+del+negocio+y+el+entorno+en+el+cual+%C3%A9ste+compite&source=bl&oeq=1>
- Sanchez, B. (2014). *Importancia de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado de [Descargas\Documents\5433-18749-1-PB\\_2.pdf](#)
- Sandoval, J. (2016). *Plan estratégico para mejora de negocio dedicado a la venta de almuerzo*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/16820>
- Valdivia, F. (2007). *Planeamiento estratégico: conceptos básicos y caracterización de los contextos de aplicación*. Recuperado de [http://www.inus.org.ar/documentacion/Documentos%20Tecnicos/Fundamentos\\_de\\_la\\_salud\\_publica/cap\\_22.pdf](http://www.inus.org.ar/documentacion/Documentos%20Tecnicos/Fundamentos_de_la_salud_publica/cap_22.pdf)
- Varo, J. (2013). *Gestión estratégica de la calidad en los servicios sanitarios. Madrid*. Recuperado de <http://www.facmed.unam.mx/emc/computo/infomedic/presentac/modulos/ftp/documentos/calidad.pdf>

## ANEXOS

### Anexo 01: Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
N°	ACTIVIDADES	Año 2019								Año 2019						
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración del Proyecto	X	X	X												
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación				X											
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación				X											
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación				X											
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X	X	X	X							
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos									X						
7	Elaboración del consentimiento informado										X					
8	Recolección de datos											X				
9	Presentación de resultados											X				
10	Análisis e interpretación de los resultados												X			
11	Redacción del informe preliminar												X			
12	Revisión del informe final de la tesis por el jurado de investigación													X		
13	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación														X	
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X
15	Redacción del artículo científico															X

## Anexo 02: Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones	2.50	04	10.00
• Fotocopias	0.10	20	2.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	0.10	50	5.00
• Lapiceros	2.00	4	8.00
• Fólderes	0.50	04	2.00
<b>Servicios</b>			
• Uso de Turnitin	50.00	01	50.00
<b>Sub total</b>			<b>77.00</b>
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	10	02	20.00
<b>Sub total</b>			<b>20.00</b>
<b>Total, de presupuesto desembolsable</b>			<b>97.00</b>
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	30.00	04	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	02	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC)	40.00	04	160.00
<b>Sub total</b>			<b>350.00</b>
<b>Recurso humano</b>			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	04	252.00
<b>Sub total</b>			<b>252.00</b>
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			<b>602.00</b>
<b>Total (S/.)</b>			<b>699.00</b>

### Anexo 03: Cuadro de sondeo

#### CUADRO DE SONDEO

N°	Razón Social	Representantes	Dirección
1	D'Carito Grill	Gonzalo Molina Reyes	Nuevo Chimbote, Av Santa 498
2	Pikas Resto-Grill	Cristian Gomez Benitez	Nuevo Chimbote Av Country 4
3	Polleria Riki's	Luis Santos Jimenez	Nuevo Chimbote, Av. Argentina
4	Pitin's	Jaime Diaz Santos	Nuevo Chimbote 356
5	Polleria Economic Chicken Gold	Samuel Roca Diaz	Nuevo Chimbote, óvalo de la familia
6	Polleria & Chifa Naomi	Rayan Gutierrez Arias	Nuevo Chimbote, Av. Chimbote 437
7	Polleria Kikiriki	Óliver Herrera Gomez	Nuevo Chimbote, Av Huascarán 362, mz k2 lt 4
8	Al Carbón	Francisco Javier Nuñez Lozano	Nuevo Chimbote, Av Pacifico #428, Urb Buenos Aires I Etapa
9	Polleria Oscars	Francisco Ramos Bravo	Nuevo Chimbote, Urb. Mariscal Luzuriaga Mz. C Lte., Calle 5
10	La cocina de Mia	Jesús Gonzalez Marin	Nuevo Chimbote, Av. Pacífico
11	Park Chicken	Javier Cruz Castillo	Nuevo Chimbote 02711
12	Minnelly Nuevo Chimbote	Mikel Romero Bravo	Nuevo Chimbote, Av. Argentina Q 21
13	Napo's	Ángel Sala Alonso	Nuevo Chimbote, av argentina
14	Pollería El Carboncito	Oriol Garrido Pascual	Nuevo Chimbote, Urb. Las Casuarinas Mz Q
15	Peruchos	Aleix Vargas Santana	Nuevo Chimbote, Pje. Alberto Quiñones Mz M4 LTE 12
16	Chiken Expres II	Francisco Javier Nuñez Vargas	Nuevo Chimbote, C2. Lote 9, Av. Argentina
17	Peruvian Burger	David Ruiz Gil	Nuevo Chimbote, 051 Urb. Pacífico B2-19
18	SAMAQALI RESTAURAN	Pablo Roca Navarro	Nuevo Chimbote, Jirón Huascarán 351
19	Gusto y punto	Santiago Mora Martin	Nuevo Chimbote, 3 de octubre
20	Sabores	Mateo Martin Crespo	Nuevo Chimbote, Av.Pardo 6654
21	Pa' Llevar 2	Ángel Mas Alonso	Nuevo Chimbote, Av Argentina
22	El Salpreso	Adam Moreno Muñoz	Nuevo Chimbote, bruces 176

23	Pico de Gallo	Ignacio Castillo Esteban	Nuevo Chimbote, Av. Argentina
24	El Gigante	Alex Ruiz Leon	Nuevo Chimbote, Av. Argentina
25	La cochera	Victoria Cruz Perez	Nuevo Chimbote, Av argentina 46
26	Doña Julia	Julia Castro Ibañez	Nuevo Chimbote, Banhero Rosi 654
27	María Rolls	Sergio Sola Medina	Nuevo Chimbote, 3 de octubre 6856
28	Chiken Rey	César Gil Cabrera	Nuevo Chimbote, Urb. Casuarinas 32
29	Entre aromas	Gabriel Martinez Benitez	Nuevo Chimbote, Urb. Buenos Aires 855
30	Taypa	Diana Roca Pastor	Nuevo Chimbote,
31	Don Jorge	Pol Alvarez Carrasco	Nuevo Chimbote, Urb. Buenos Aires 860
32	Mashka	Gonzalo Rubio Rodriguez	Nuevo Chimbote, Av Brasil 347
33	Parrillas y más	Omar Casas Leon	Nuevo Chimbote, Bueno Aires
34	Gran Diabla	José Antonio Ibañez Muñoz	Nuevo Chimbote, Urb. Casuarinas-
35	La doble pista D' Bruces	Samuel Roca Gomez	Nuevo Chimbote, bruces
36	Con calle	Hugo Marquez Gimenez	Nuevo Chimbote, bruces 589
37	Alicia restaurant	Daniel Vazquez Serrano	Nuevo Chimbote, Av. Argentina Mz H2 Lt 14A
38	Don Morillas	Alberto Muñoz Castro	Nuevo Chimbote, Banhero Rossi Mz. L4 Lt 20
39	Piña de Nuevo Chimbote	Samuel Campos Fuentes	Nuevo Chimbote, Av Santa 498
40	D'Carito Rest Grill	Álvaro Hidalgo Sanz	Nuevo Chimbote, Av Santa 400
41	Cleiver	Gabriel Tomas Duran	Nuevo Chimbote, Urbanización Las Casuarinas,
42	Restaurante Don Chemo	Pedro Diaz Crespo	Nuevo Chimbote, Av. Naciones Unidas, Urb, Nicolas Garatea
43	Leyden Restaurant Parrillas	Rubén Guerrero Iglesias	Nuevo Chimbote, Av. Integración, Manzana A, Lt 3
44	Grill Chimbote	Nicolás Grau Moreno	Nuevo Chimbote, Av. Chimbote 437
45	Restaurante VALERIA	Mario Ruiz Castro	Nuevo Chimbote, Casuarinas
46	Beto's	José Rodriguez Sanchez	Nuevo Chimbote, Av Country
47	Gitanos De Nuevo Chimbote	Manuel Medina Herrera	Nuevo Chimbote, Av. Pacífico 276
48	La Negrita	Mateo Serrano Castro	Nuevo Chimbote, Av. Pacífico 442

## **Anexo 04: Cuestionario**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

### **CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:

Gestión de calidad bajo el enfoque del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018

Proyecto de investigación para optar el grado de bachiller

**La información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos e investigación, por lo que se agradece su información colaboración.**

#### **I. GENERALIDADES**

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

###### **1 Edad**

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

**2 Genero**

- a) Masculino
- b) Femenino

**3 Grado de instrucción**

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

**4 Cargo que desempeña**

- a) Dueño
- b) Administrador

**5 Tiempo que desempeña en el cargo**

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

**1.2 Referente a las Características de las micro y pequeñas empresas.**

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

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

**7. Número de Trabajadores**

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores.

**8. Las personas que trabajan en su empresa son:**

- a) Familiares

b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación**

a) Generar ganancia

b) Subsistencia

**II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

**2.1 GESTIÓN DE CALIDAD**

**10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?**

a) Si

b) No

**11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce**

a) Benchmarking

b) Lluvia de ideas.

c) Empowerment

d) Las 5 c

e) Liderazgo empresarial

f) otros

**12. ¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad?**

a) Poca iniciativa

b) Aprendizaje lento

c) No se adapta a los cambios

d) Desconocimiento del puesto

e) Otros

**13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:**

a) La observación

b) La evaluación

c) Escala de puntuaciones

d) Evaluación de 360°

e) Otros

**14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?**

- a) Si
- b) No
- c) No opina

## **2.2 REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: Plan estratégico**

**15. ¿Conoce el término plan estratégico?**

- a) Si
- b) No

**16. ¿Qué valores o principios de calidad están claramente definidos?**

- a) Misión
- b) Visión
- c) Valores
- d) Políticas de calidad

**17. ¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?**

- a) Si
- b) No

**18. ¿Para que utiliza Ud. el plan estratégico?**

- a) Descubrir lo mejor de su empresa.
- b) Aclarar ideas futuras.
- c) Prevenir cualquier eventualidad.
- d) Diseñar una estructura de objetivos que desea lograr a largo plazo.
- e) No utiliza un plan estratégico.

**19. ¿Cuáles son las principales preocupaciones que posee su empresa?**

- a) Producción
- b) Ahorro
- c) Inversión
- d) crédito

**20. Alguna vez ha realizado un diagnóstico FODA**

- a) Si
- b) No

**21. ¿Ha establecido un plan de acción para convertir las debilidades y**

**amenazas en fortalezas y oportunidades?**

- a) Si
- b) No
- c) A veces
- d) No porque no aplica un plan estratégico.

**22. La planificación estratégica disminuye los riesgos u errores empresariales**

- a) Si
- b) No
- c) A veces
- d) No ha disminuido los riesgos empresariales porque no lo aplica.

**23. Beneficios logrados con la planificación estratégica**

- a) Detectar áreas de mejora.
- b) Mayor adaptación a los cambios
- c) Optimización de recursos
- d) No ha logrado ningún beneficio porque no aplica un plan de estratégico.

## Anexo 05: Tabulación

### HOJA DE RESULTADOS DE TRABAJO

**Tabla 1:** Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
<b>Edad</b>	18-30 años	IIIIIIIIII	15	31
	31-50 años	IIIIIIIIII IIII	23	48
	51 a más años	IIIIIIII	10	21
	<b>Total</b>	IIIIIIIIII IIIIIIIIII IIIIIIIIII II	<b>48</b>	<b>100.0</b>
<b>Género</b>	Masculino	IIIIIIIIII IIIIIIIIII IIIIII	45	94
	Femenino	III	3	6
	<b>Total</b>	IIIIIIIIII IIIIIIIIII IIIIIIIIII II	<b>48</b>	<b>100.0</b>
<b>Grado de instrucción</b>	Sin instrucción		0	0.0
	Primaria		0	0.0
	Secundaria	IIIIIIIIII	15	31
	Superior no universitaria	IIIIIIII	12	25
	Superior universitaria	IIIIIIII IIIIIIII	21	44
	<b>Total</b>	IIIIIIIIII IIIIIIIIII IIIIIIIIII II	<b>48</b>	<b>100.0</b>
	Dueño	IIIIIIII	9	19

<b>Cargo que desempeña</b>	Administrador	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII III	39	81
	<b>Total</b>	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII III	<b>48</b>	<b>100.0</b>
<b>Tiempo que desempeña el cargo</b>	0 a 3 años	III	4	8
	4 a 6 años	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII	32	67
	7 a más años	IIIIIIIIIIIIIIIIII	12	25
	<b>Total</b>	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII III	<b>48</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 2:** Características de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

<b>Presupuestos</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Permanencia de la empresa en el rubro</b>	0 a 3 años	IIIIIIIIIIIIIIIIII	6	13
	4 a 6 años	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII	15	31
	7 a más años	IIIIIIIIIIIIIIIIII	27	56
	<b>Total</b>	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII III	<b>48</b>	<b>100.0</b>
<b>Número de trabajadores</b>	1 a 5 trabajadores	II	2	4
	6 a 10 trabajadores	II	2	4
	11 a más trabajadores	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII III	44	92

	<b>Total</b>	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII III	<b>48</b>	<b>100.0</b>
<b>Personas que trabajan en su empresa</b>	Familiares	IIIIIIIIIIII	16	33
	Personas no familiares	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	32	67
	<b>Total</b>	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII III	<b>48</b>	<b>100.0</b>
<b>Objetivo de creación</b>	Generar ganancia	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII IIIIII	43	90
	Subsistencia	IIII	5	10
	<b>Total</b>	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII III	<b>48</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 3:** Características de la gestión de calidad del planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

<b>Presupuestos</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Conocimiento del término gestión de calidad</b>	Si	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII I	43	90
	No	IIII	5	10
	Tiene cierto conocimiento		0	0.0
	<b>Total</b>	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	<b>48</b>	<b>100.0</b>
<b>Técnicas modernas de la gestión de calidad</b>	Benchmarking		0	0
	Lluvia de ideas	IIIIIIIIIIII	21	44
	Empowerment Las 5 S	I	1	2
			0	0

	Liderazgo empresarial	IIIIIIIIIIIIIIIIII III	25	52
	Otros	I	1	2
	<b>Total</b>	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	<b>48</b>	<b>100.0</b>
<b>Dificultades del personal para la implementación de la gestión de calidad</b>	Poca iniciativa	IIIIIIIIIIII	14	29
	Aprendizaje lento		0	0
	No se adapta a los cambios	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	32	67
	Desconocimiento del puesto	II	2	4
	Otros		0	0.0
	<b>Total</b>	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	<b>48</b>	<b>100.0</b>
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal</b>	La observación	IIIIIIIIIIII	14	29
	La evaluación	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	31	65
	Escala de puntuaciones	III	3	6
	Evaluación de 360°		0	0.0
	Otros		0	0.0
	<b>Total</b>	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	<b>48</b>	<b>100.0</b>
<b>La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio</b>	Si	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	48	100
	No		0	0
	<b>Total</b>	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	<b>48</b>	<b>100.0</b>







## Anexo 06. Figuras

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicios de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

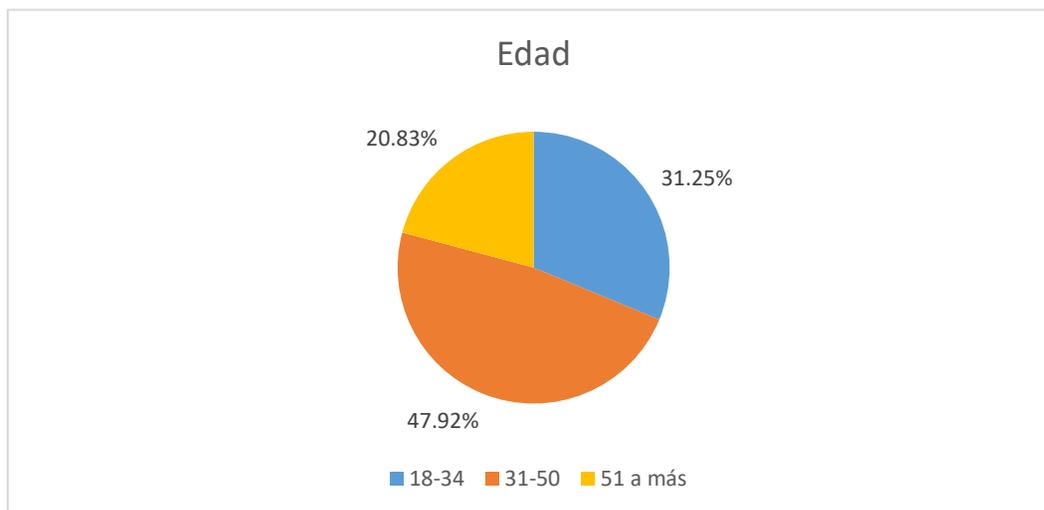


Figura 1. Distribución según edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas

Fuente. Tabla 1

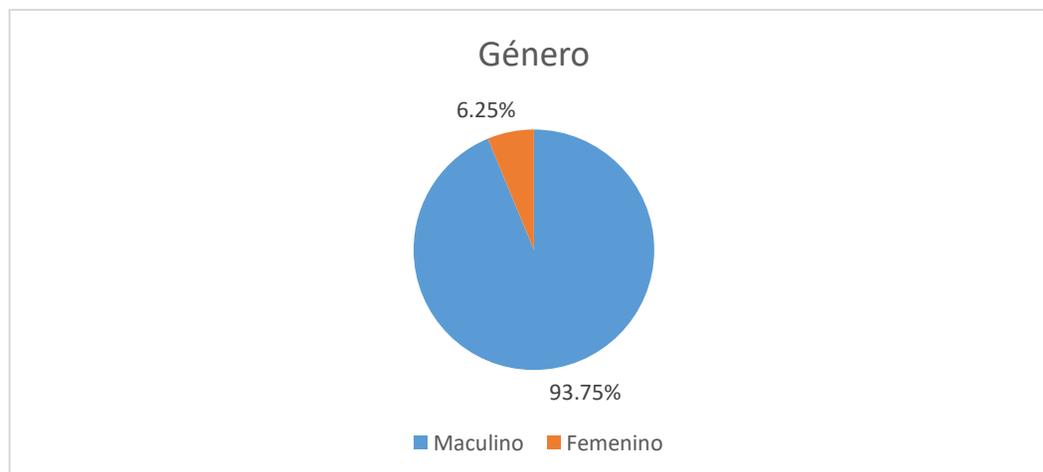


Figura 2. Distribución según el género de los representantes de las micro y pequeñas empresas

Fuente. Tabla 1

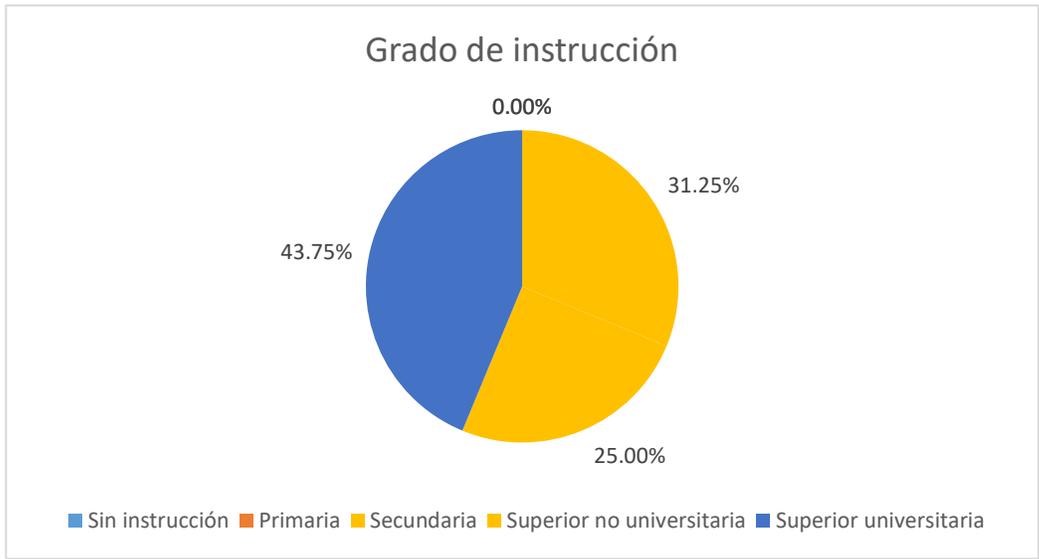


Figura 3. Distribución según el grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas

Fuente. Tabla 1

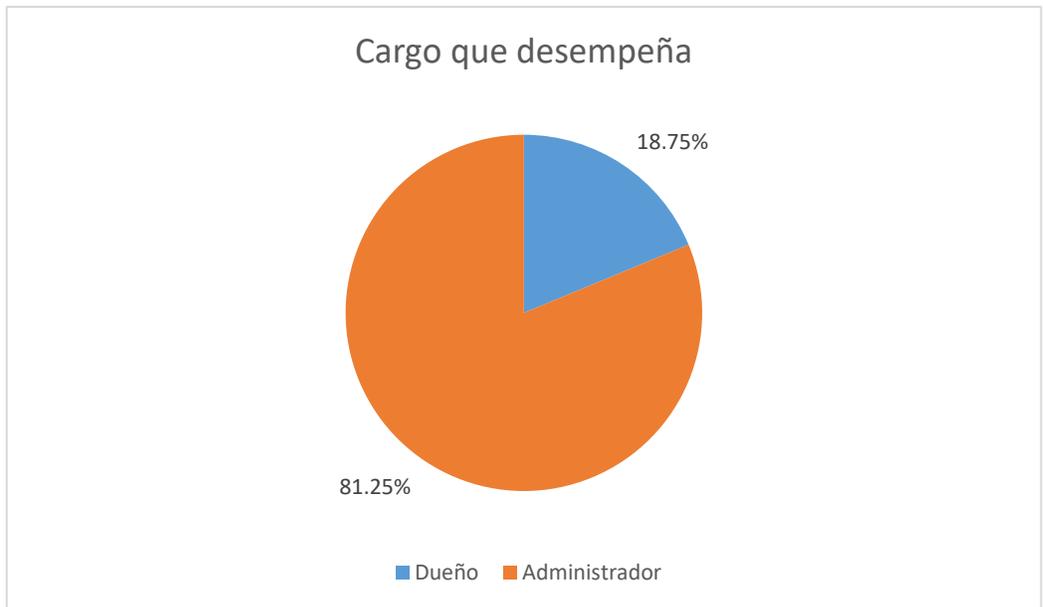


Figura 4. Distribución según el cargo de desempeñan los representantes de las micro y pequeñas empresas

Fuente. Tabla 1

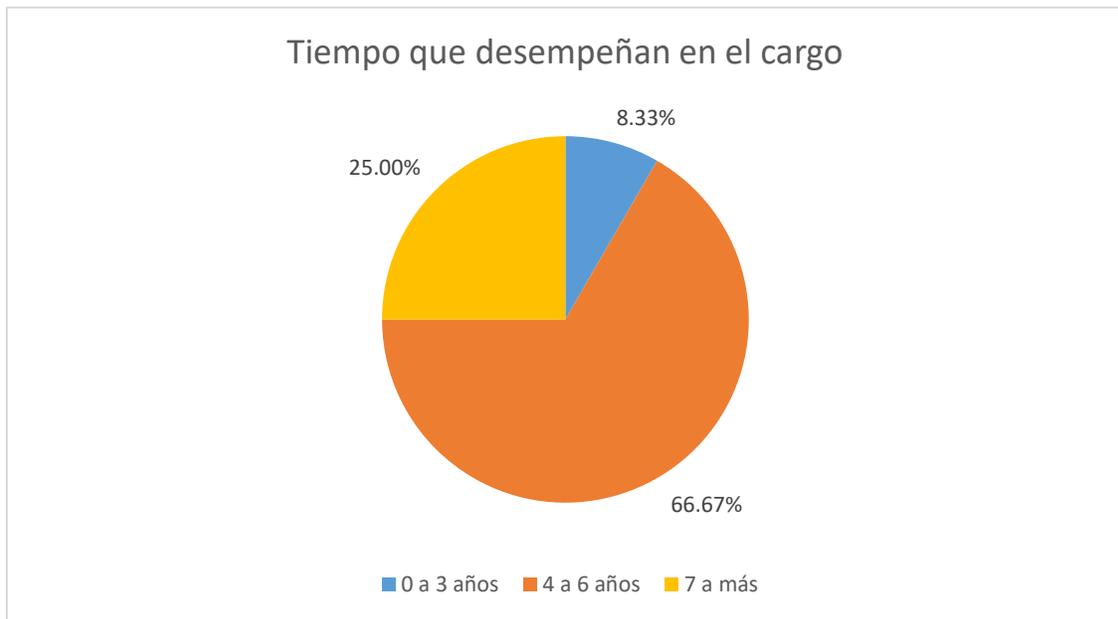


Figura 5. Distribución según el tiempo que desempeñan en el cargo los representantes de las micro y pequeñas empresas

Fuente. Tabla 1

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

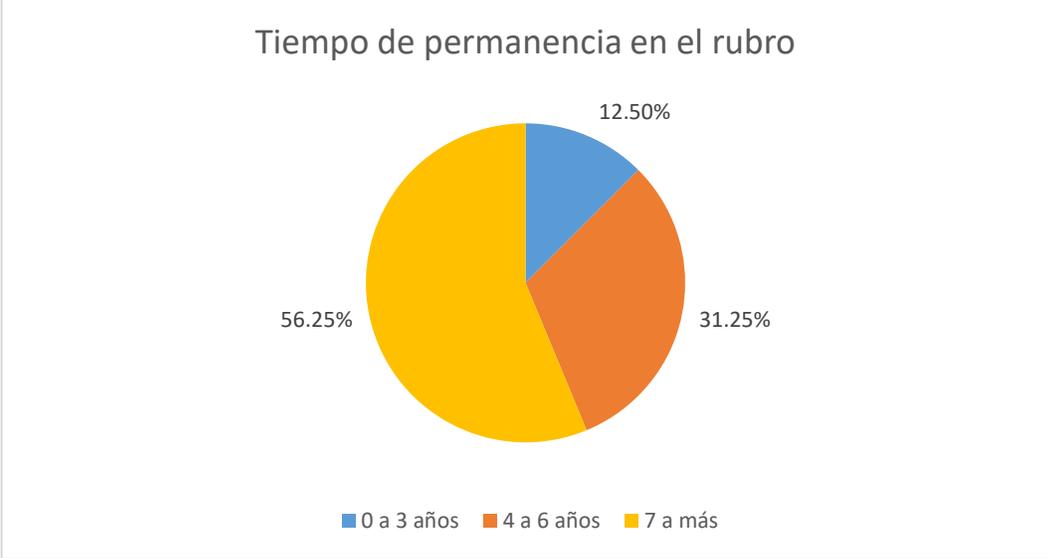


Figura 6. Distribución según el tiempo de permanencia en el rubro.

Fuente. Tabla 2



Figura 7. Distribución según el número de trabajadores que trabajan la empresa.

Fuente. Tabla 2

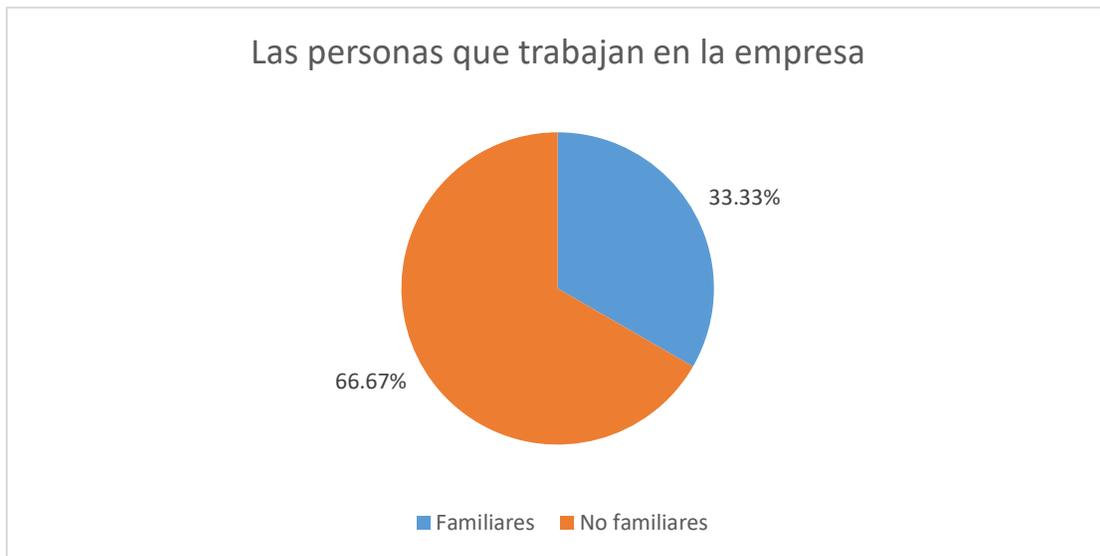


Figura 8. Distribución según las personas que trabajan en la empresa.

Fuente. Tabla 2

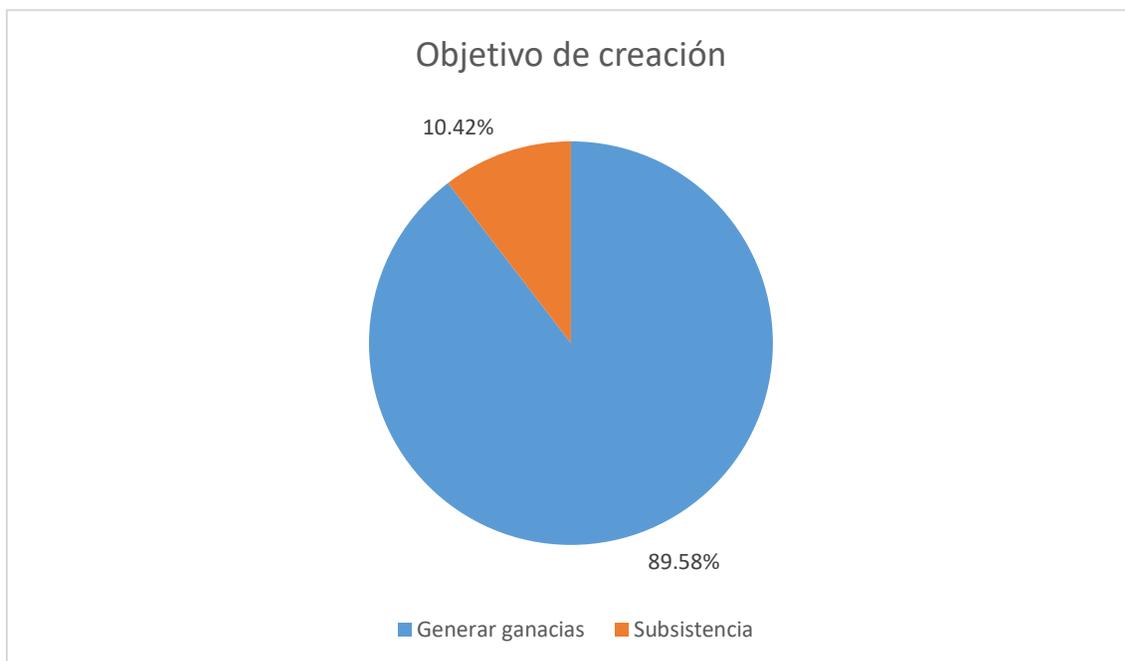


Figura 9. Distribución según los objetivos de creación de la empresa.

Fuente. Tabla 2

Tabla 3. Características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de servicio de comidas y bebidas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

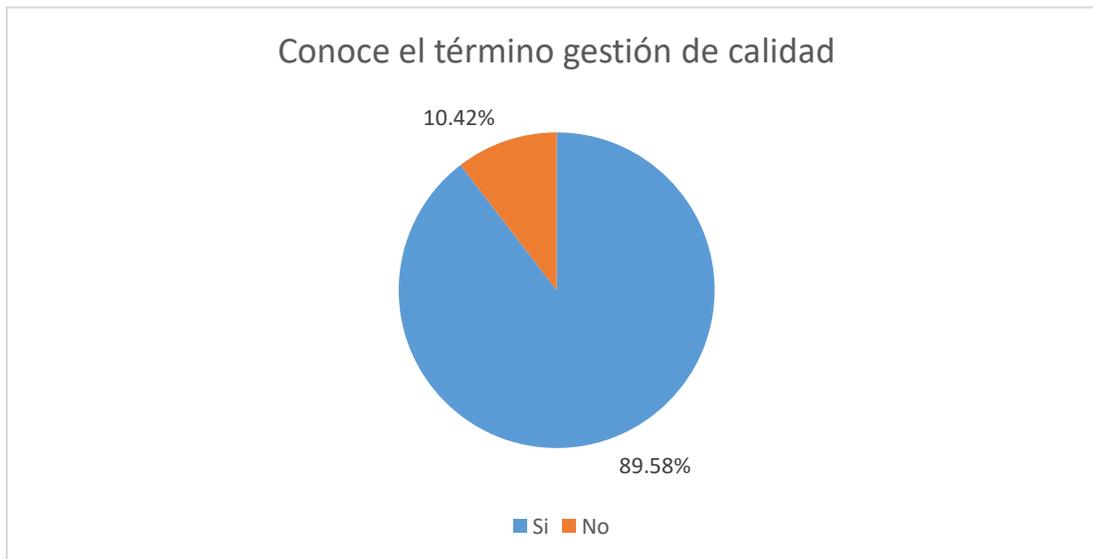


Figura 10. Distribución según conoce el término gestión de calidad.

Fuente. Tabla 3

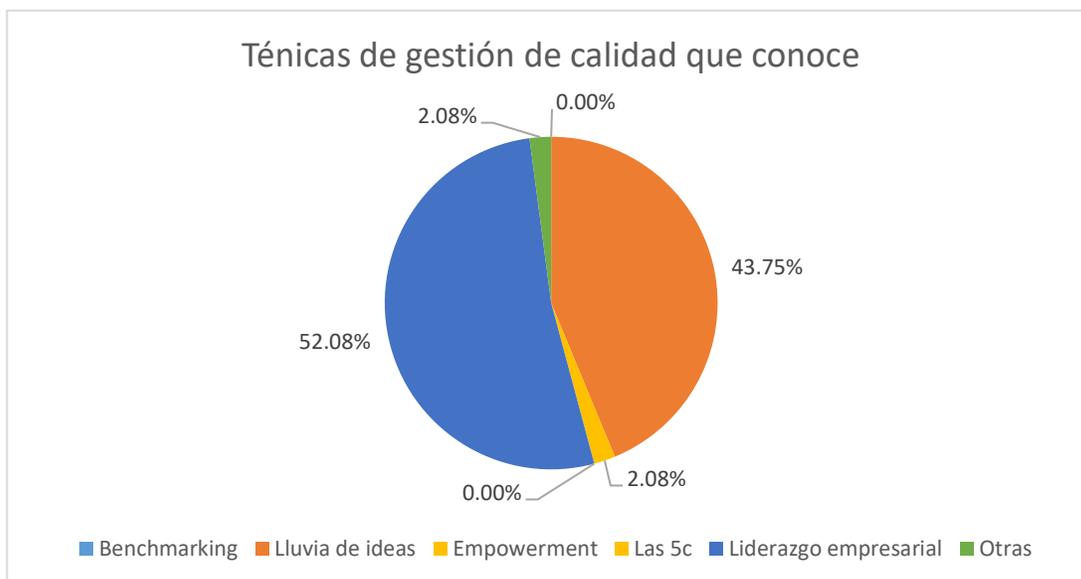


Figura 11. Distribución según las que técnicas de gestión de calidad que conoce.

Fuente. Tabla 3

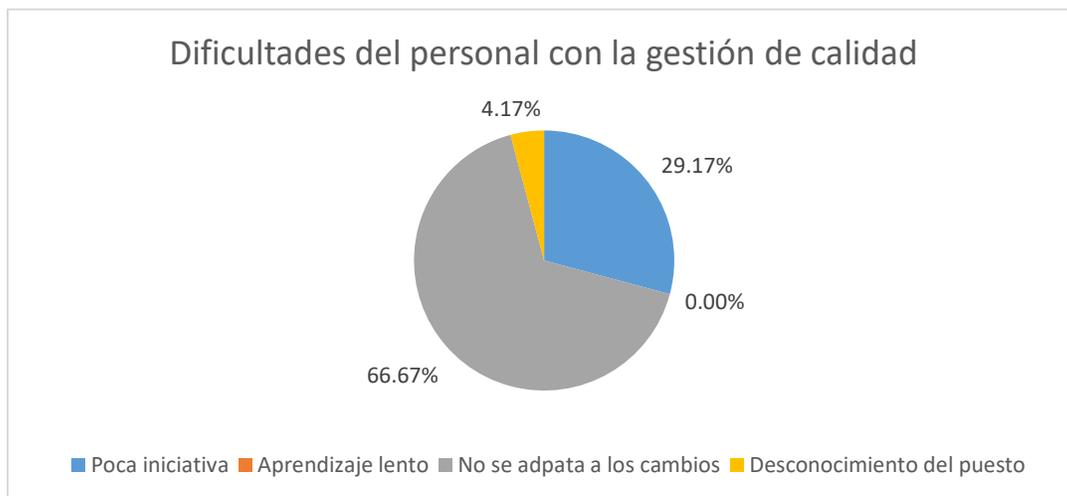


Figura 12. Distribución según las dificultades del personal con la gestión de calidad.  
Fuente. Tabla 3

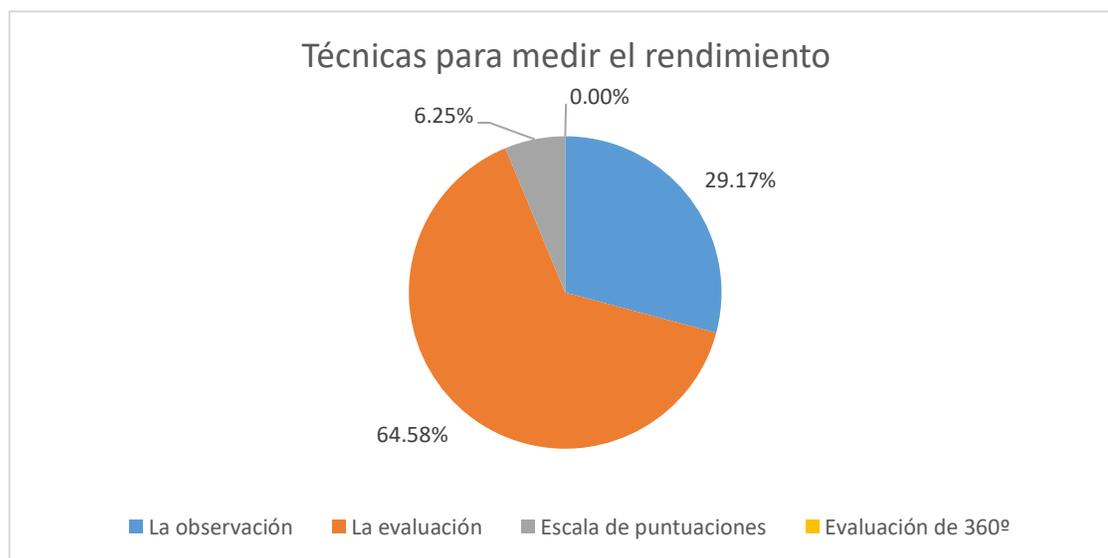


Figura 13. Distribución según las técnicas para medir el rendimiento.  
Fuente. Tabla 3

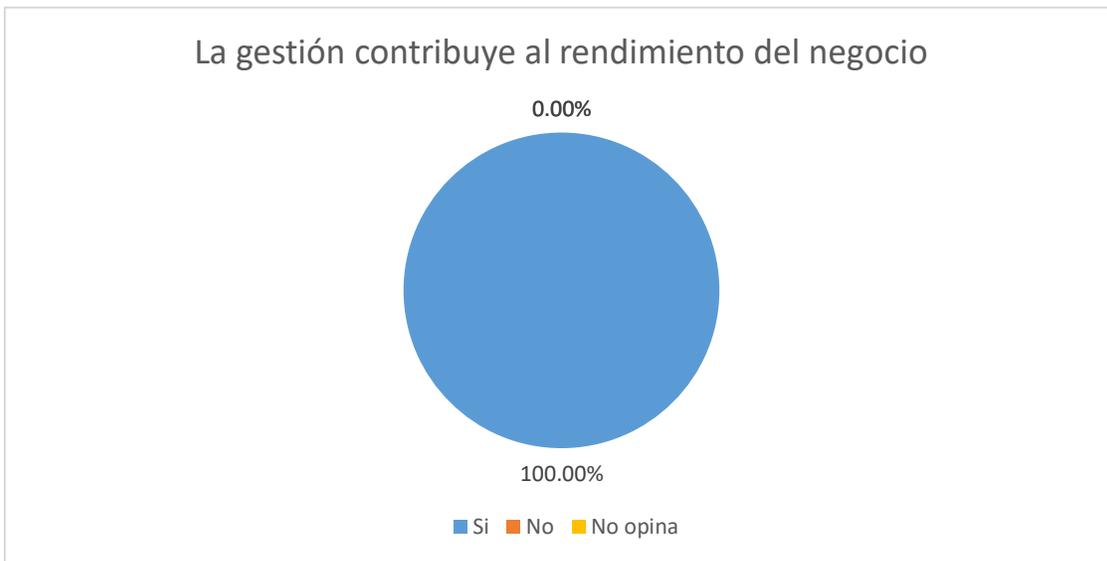


Figura 14. Distribución según la gestión contribuye al rendimiento del negocio.

Fuente. Tabla 3



Figura 15. Distribución según conoce el término plan estratégico.

Fuente. Tabla 3

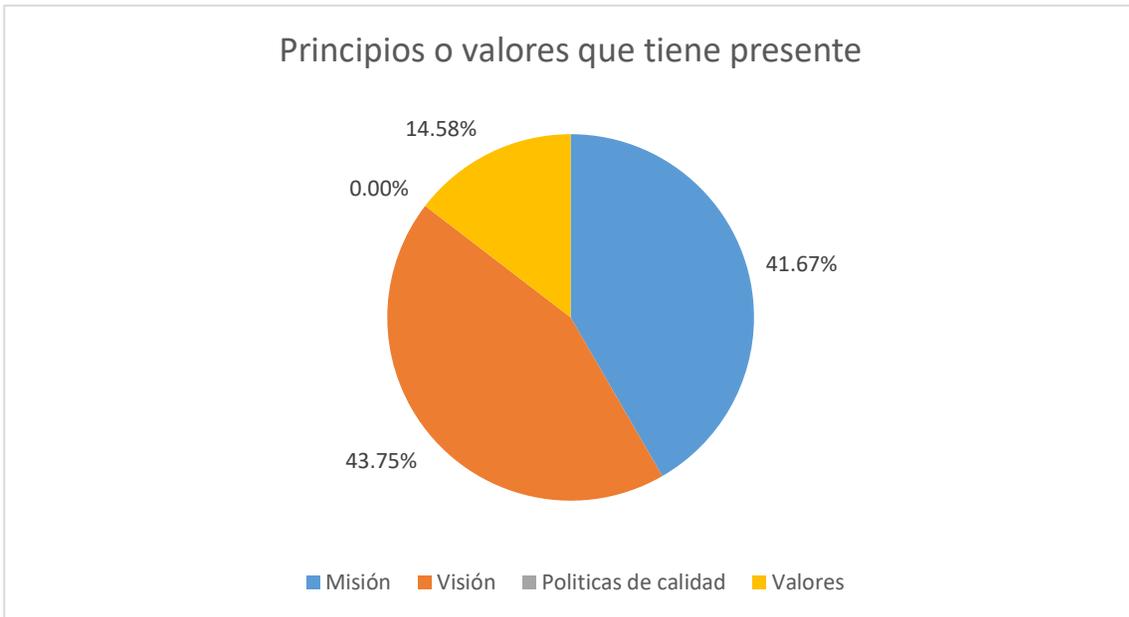


Figura 16. Distribución según principios o valores que tiene presente.

Fuente. Tabla 3



Figura 17. Distribución según la empresa cuenta con plan estratégico.

Fuente. Tabla 3

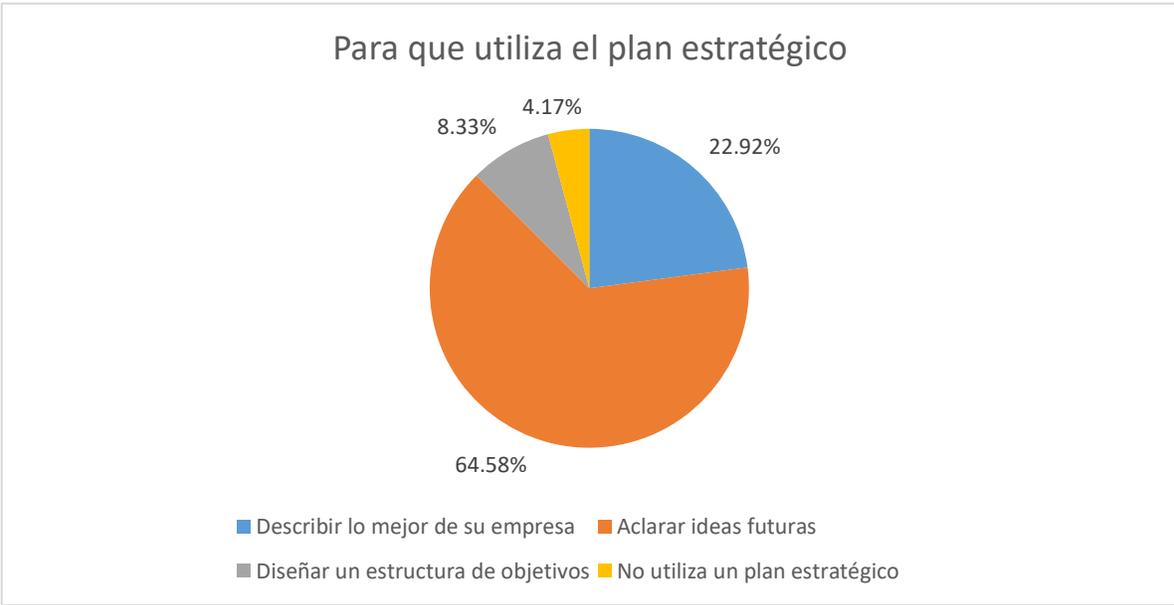


Figura 18. Distribución según, para que utiliza el plan estratégico.

Fuente. Tabla 3

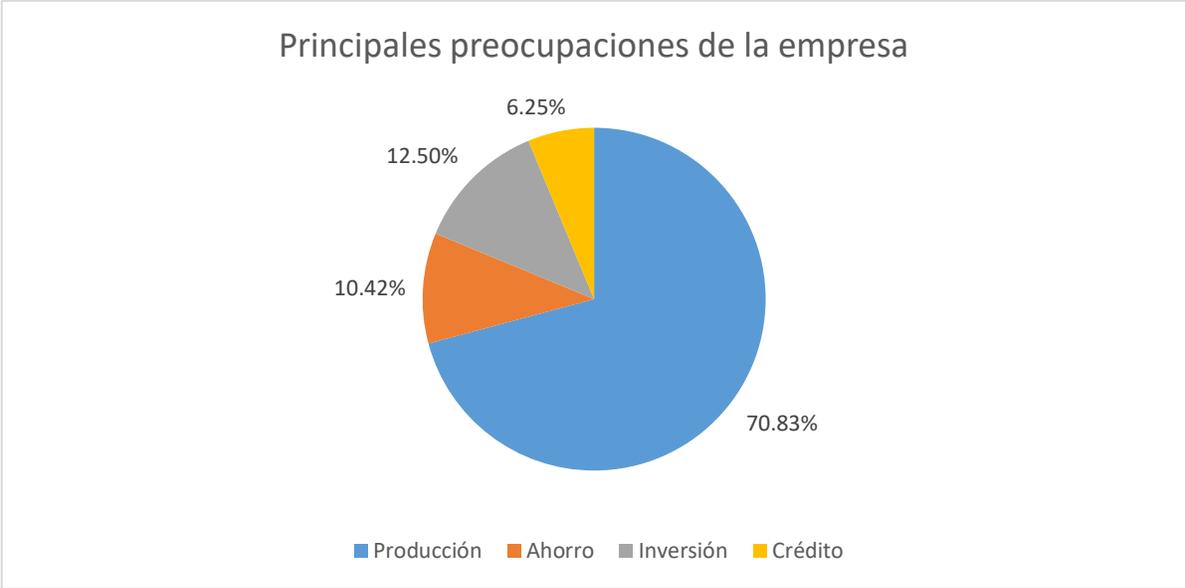


Figura 19. Distribución según principales preocupaciones de la empresa.

Fuente. Tabla 3

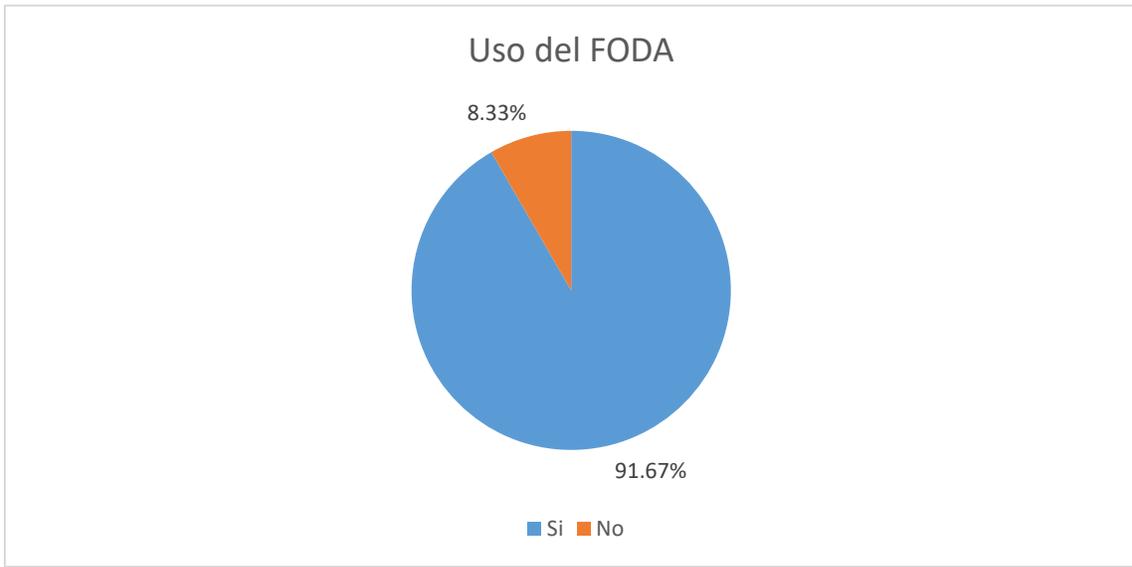


Figura 20. Distribución según uso del FODA.

Fuente. Tabla 3



Figura 21. Distribución según si ha establecido un plan de acción para convertir debilidades en fortalezas.

Fuente. Tabla 3

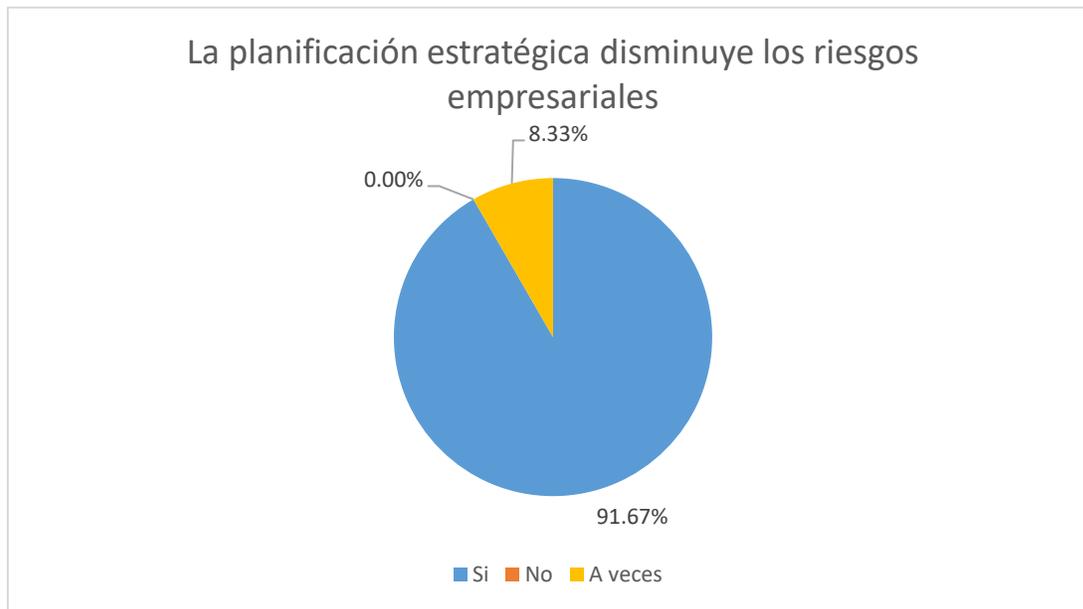


Figura 22. Distribución según si la planificación estratégica disminuye los riesgos empresariales.

Fuente. Tabla 3

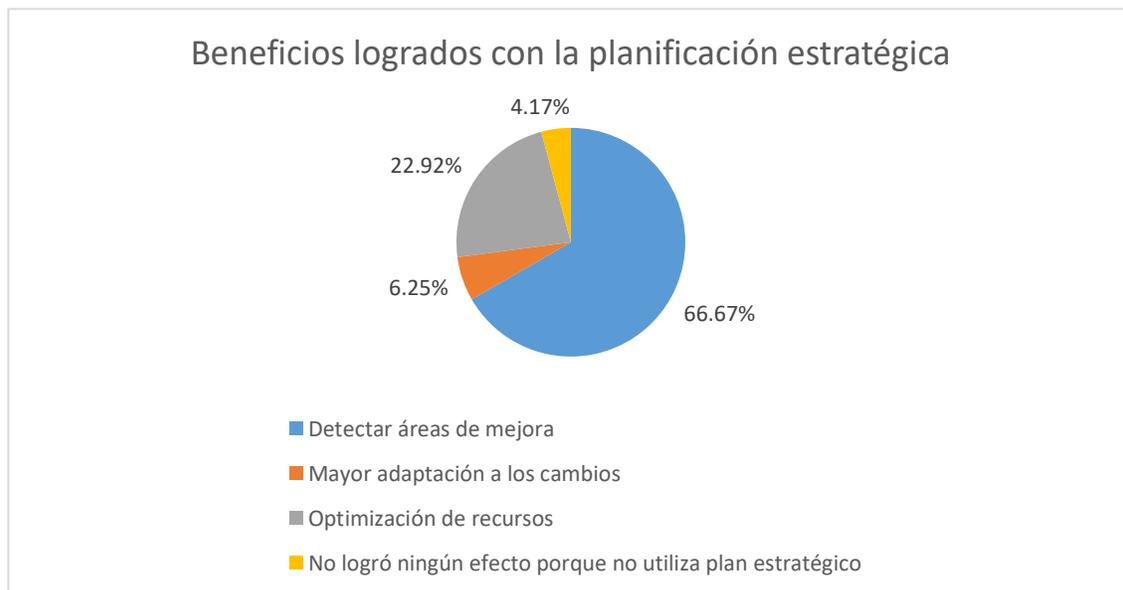


Figura 23. Distribución según los beneficios logrados con la planificación estratégica.

Fuente. Tabla 3