



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

LA INNOVACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE EN LA  
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO  
DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ DE LA PROVINCIA DE  
CHICLAYO, AÑO 2021.

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

**AUTORA**

ROJAS CRUZ, DORALIZA

ORCID 0000-0002-7592-0456

**ASESOR**

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **Autora**

Rojas Cruz, Doraliza

ORCID 0000-0002-7592-0456

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de

Pregrado, Chimbote, Perú

### **Asesor**

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de

Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Escuela

Profesional de Administración, Chimbote, Perú

## **JURADO**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

## **HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

**Presidente**

Limo Vásquez, Miguel Ángel

**Miembro**

Cerna Izaguirre, Julio César

**Miembro**

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

Al Altísimo por concederme el privilegio de culminar mi trabajo de investigación, su infinita bondad y amor que nos brinda.

A mis padres y en especial a mis hermanas por su valioso apoyo y ayuda altruista.

Y a mi hija por su amor y comprensión.

A mi Asesor, Dr. Centurión Medina Reinerio por la comprensión, paciencia y el tiempo que me brindo para poder culminar mi Trabajo de Investigación.

## **DEDICATORIA**

Con mucho cariño a mis padres, que siempre me impartieron valores, apoyaron y ayudaron al finalizar mis metas. A mi hija por su paciencia y amor.

Para mi entrañable amigo Carlos Rebaza Alfaro, quien me brindaba apoyo incondicional con sus consejos al desarrollo personal y profesional un gran ser humano humilde, sencillo y alegre que Dios lo tenga en su gloria.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Describir las características de la Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de la información se utilizó como muestra 20 micro y pequeñas empresas, y se aplicó un cuestionario de 15 preguntas obteniendo los siguientes resultados: El 90% estima que la innovación es una inversión. El 80% sostiene que la empresa es innovadora. El 55% afirma que el factor relevante para el éxito de la innovación es la tecnología. El 70% asegura que las ideas innovadoras mejoran la sostenibilidad de la empresa. El 80% de los empresarios conoce el término de gestión de calidad. El 45% conoce la técnica de red-corporativas. El 80 % afirma que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 80% afirma que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización. Se concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas considera que la innovación es una inversión debido a que permite aprovechar los recursos para obtener mayores beneficios tanto económicos, sociales, además mejora la reputación e imagen de la empresa, del mismo modo la empresa aplica la gestión de calidad por lo cual han mejorado su rendimiento y productividad.

Palabras clave: calidad, gestión, innovación

## **ABSTRACT**

The present research work had as general objective: Describe the characteristics of Innovation as a relevant factor in Quality Management in micro and small companies in the restaurant sector in the José Leonardo Ortiz district of the Chiclayo province, year 2021. The The research was of a non-experimental - transversal - descriptive design, for the collection of the information, a sample of 20 micro and small companies was used, and a questionnaire of 15 questions was applied obtaining the following results: 90% estimate that innovation is an investment . 80% say that the company is innovative. 55% affirm that the relevant factor for the success of innovation is technology. 70% say that innovative ideas improve the sustainability of the company. 80% of entrepreneurs know the term quality management. 45% know the corporate-network technique. 80% say that quality management contributes to improving business performance. 80% affirm that quality management helps to achieve the objectives and goals of the organization. It is concluded that the majority of micro and small companies consider that innovation is an investment because it allows to take advantage of resources to obtain greater economic and social benefits, also improves the reputation and image of the company, in the same way the company applies quality management for which they have improved their performance and productivity

Keywords: quality, management, innovation

## CONTENIDO

1. Título de la tesis .....	i
2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor .....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract .....	vi
6. Contenido .....	viii
7. Índice de tablas y figuras .....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de Literatura .....	5
III. Hipótesis .....	26
IV. Metodología.....	27
4.1 Diseño de la investigación .....	27
4.2 Población y muestra .....	27
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores .....	29
4.4 Técnicas e instrumentos .....	31
4.5 Plan de análisis.....	31
4.6 Matriz de consistencia.....	32
4.7 Principios éticos .....	33
V. Resultados .....	34
5.1 Resultados .....	34
5.2 Análisis de resultados.....	37
VI. Conclusiones.....	40
Aspectos complementarios .....	41
Referencias bibliográficas.....	42
Anexos .....	47



## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### Índice de tablas

#### Tabla 1

Características la Innovación como factor relevante en la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021 ..... 34

## Índice de figuras

Figura 1. La innovación se estima como gasto o inversión .....	52
Figura 2. La empresa es innovadora Termina gestión de calidad .....	52
Figura 3. Factor relevante para la innovación Técnicas de gestión que aplica .....	53
Figura 4. Las ideas innovadoras mejoran la sostenibilidad de la empresa. ....	53
Figura 5. Aplica procesos de medición; satisfacción/ ventas/costos. ....	54
Figura 6. Aspectos que la empresa debe innovar. ....	54
Figura 7. La mayor ventaja competitiva de la empresa .....	55
Figura 8. La empresa satisface todas las necesidades de los clientes .....	55
Figura 9. Servicios que se debe mejorar .....	56
Figura 10. La innovación es relevante para la mejora de la empresa .....	56
Figura 11. Conoce el termino Gestión de Calidad .....	57
Figura 12. Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce.....	57
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal .....	58
Figura 14. La gestión de la calidad mejora el rendimiento del negocio .....	58
Figura 15. La gestión de calidad alcanzar los objetivos de la organización .....	59

## I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se titula, “La Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021”. A nivel internacional, la industria restaurantera se está convirtiendo de manera radical, lo que ha ocasionado grandes retos a nivel global, comida más saludable e innovadora, sustentabilidad, aplicaciones móviles, comida a domicilio (delivery), son solo algunas de las tendencias que marcan el cambio profundo e innovador de la industria. (Shastri, 2019). Durante las últimas dos décadas, la gastronomía peruana se ha posicionado en el mundo como un referente culinario y ha generado un sentir común entre más de 30 millones de ciudadanos, quienes la han adoptado como parte de su identidad. (CANATUR, 2021)

Prueba de ello, es su reconocimiento como una de la gastronomía más originales y creativas a nivel mundial, suceso evidenciado durante el desarrollo del evento «Embassy Chef Challenge», producida en Washington DC, Estados Unidos. Sin embargo, el panorama económico dentro de la nación no sería el mismo. Esto debido a que el desarrollo del sector de Alojamiento y Restaurantes se ha visto duramente comprometido por la pandemia del COVID-19, registrando una pérdida económica del 50.45% en comparación con el año anterior. Asimismo, la Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines (Ahora Perú) revela que, de los 200.000 restaurantes registrados, 70.000 cerraron debido a la pandemia, lo cual tendría como resultado el desempleo de más de 350,000 ciudadanos. El portavoz del gremio de restaurantes privados, José Luis Silva Martinot, sostuvo que “los restaurantes que todavía han podido sobrevivir se encuentran en muy mala situación y necesitan del Gobierno”. “Va a ser muy difícil si el Gobierno no da algún tipo de salvataje financiero, yo creo que la mitad de restaurantes quebrará en los próximos 30 días y la otra mitad en los próximos seis meses”. (CANATUR, 2021)

Ante ello, se queda a la espera de que la estrategia de reactivación económica PAE-Mype, con un fondo de 2.000 millones de soles, logre amortiguar la situación de medianas y pequeñas empresas afectadas por el confinamiento (CANATUR, 2021). Entonces no sólo se esperará la ayuda del gobierno, si no, tenemos que reinventarnos y tomar como iniciativa propia solucionar nuestros parámetros con herramientas que, si podemos utilizar como la innovación y la gestión de calidad, en nuestro caso con los restaurantes del distrito de Leonardo Ortiz de Chiclayo.

La innovación es una característica común en cualquier economía y en cualquier mercado por ello, las empresas compiten por la innovación constantemente, configuran sus equipos de trabajo y crean las condiciones que permitan que la organización favorezca esa innovación, por lo tanto, están constantemente innovando y tratando de crecer interna y externamente. Por ello, es importante conocer ciertos indicadores esenciales que nos permitan llegar hacia la mejor toma de decisiones.

En el Perú, el problema es que existe mucha gente con deseos de emprender un negocio, pero no en innovar, según el análisis de un grupo de economistas del Banco Mundial, el crecimiento que ha registrado América Latina en la última década no podrá ser sostenible en el largo plazo si las políticas públicas no se enfocan en fomentar innovación en todo tipo de empresa.

A pesar de que es conocido que la innovación es un fortalecedor de la competitividad de las empresas, abordar el tema de innovación en un país como el Perú es importante debido a sus bajos índices en el tema a nivel mundial. Esto se refleja en el hecho de que es bajo el porcentaje de empresas peruanas que realizan innovaciones y que, en general, el empresariado peruano confunde innovación con novedad. Esto refleja que en la actualidad existe una oportunidad de mejora con respecto a la innovación en las organizaciones peruanas.

Al mismo tiempo, no todas las empresas peruanas se preocupan por tener una cultura que fomente la innovación; es más, los empresarios consideran que una estructura organizativa rígida y no contar con una cultura para la innovación son obstáculos de poca importancia (Barton, 2020), lo cual no es ajeno a nuestra realidad regional, en especial, en los restaurantes del distrito de Leonardo Ortiz de la ciudad de Chiclayo, siendo el principal problema el desconocimiento de las características de la innovación y la Gestión de Calidad para afrontar los nuevos retos en estos tiempos de pandemia, motivo por el cual en el presente trabajo se busca averiguar, ¿Cuáles son las características de la Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021? , para resolver ese problema, en la investigación se plantea el objetivo general: Describir las características de la Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021. Los objetivos específicos buscan hallar las respuestas a los problemas específicos y se plantearon de la siguiente manera: 1. Detallar las características de la Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021.

La presente investigación se justifica teóricamente porque nos permitirá aportar conocimiento existente de las principales características de la Innovación y la Gestión de calidad en el sector de restaurantes del distrito de Leonardo Ortiz de Chiclayo, del ámbito de estudio.

Así mismo, en la práctica permitirá recoger información de las mypes que se puede utilizar como un insumo, para tomar decisiones administrativas en la Innovación y la gestión de calidad. Desde el punto de vista metodológico, servirá como una fuente de información y de consulta para los estudiantes de educación superior, para los microempresarios y de la Sociedad en general.

Para la presente investigación se ha tomado a los autores como Argudo (2017) sostiene que “las empresas consiguen ventajas competitivas a través de la innovación. Su aproximación a la innovación se realiza en sentido amplio, incluyendo nuevas tecnologías y nuevas maneras de hacer las cosas”, y Maldonado (2018) que afirma que “la gestión de calidad es el proceso o la gestión que realizan los gerentes y administradores dentro de la empresa para poder realizar una buena gestión para esclarecer cuáles serán las funciones y responsabilidades de todo los integrantes de la organización. La gestión de calidad total, definitivamente es fundamental para ser más competitivo, cambiando los desafíos en oportunidades para lograr un crecimiento profesional”.

La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de la información se utilizó como muestra 20 micro y pequeñas empresas, y se aplicó un cuestionario de 15 preguntas obteniendo los siguientes resultados: El 90% estima que la innovación es una inversión. El 80% sostiene que la empresa es innovadora. El 55% afirma que el factor relevante para el éxito de la innovación es la tecnología. El 70% asegura que las ideas innovadoras mejoran la sostenibilidad de la empresa. El 80% de los empresarios conoce el término de gestión de calidad. El 45% conoce la técnica de red-corporativas. El 80 % afirma que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 80% afirma que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización. Se concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas considera que la innovación es una inversión debido a que permite aprovechar los recursos para obtener mayores beneficios tanto económicos, sociales, además mejora la reputación e imagen de la empresa, del mismo modo la empresa aplica la gestión de calidad por lo cual han mejorado su rendimiento y productividad.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

Hernández y Valdez (2020) en su investigación *Innovación y cultura organizacional en empresas restauranteras de la ciudad de Oaxaca, México*. La investigación fue de tipo descriptiva, no experimental y propuesta, cuyo objetivo fue mejorar el tipo de innovación que resultan de los niveles de cultura organizacional en las empresas restauranteras de la ciudad de Oaxaca, México. El marco muestral estuvo constituido por más de 4,000 empresas, sólo se consideró 381. Concluye que con base en estudios previos en Oaxaca se ha determinado que la derrama económica depende fuertemente de la innovación aspecto tan importante para perpetuar la tradición en el destino como para mantener a sus clientes. La escasa innovación se ve afectada por una baja detección de innovaciones y la cultura organizacional es ocasionada por la baja responsabilidad corporativa, problemas de compromiso y ética, mala gestión, ineficiente planificación y liderazgo y baja capacitación por ello es importante enfocar este tipo de investigaciones a la mejora de estos aspectos. Tomando en consideración esto se hace la propuesta de un modelo de investigación que mejore los tipos de innovación que resultan de mejorar los niveles de cultura organizacional en las empresas restauranteras de la ciudad de Oaxaca, México.

Vargas (2019) define *Diagnóstico y recomendaciones para la innovación de productos, en pequeñas empresas del sector restaurantero de la ciudad de México, 2019*, cuyo objetivo principal fue Diagnosticar y recomendar un modelo de innovación de productos, para pequeñas empresas del sector restaurantero de la ciudad de México 2019, Con una metodología basada en la investigación bibliográfica, entrevistas semiestructuradas con dueños y expertos de pequeños restaurantes concluye lo siguiente, que las pequeñas empresas del sector restaurantero en México requieren un modelo de innovación en el producto, se confirmó que muchas de estas empresas no tienen planeación estratégica y

tampoco son conscientes de la importancia de la innovación en el producto como algo relevante, se planteó un modelo para el desarrollo de productos en la pequeña empresa del sector restauranero, este modelo es cíclico y secuencial, contiene elementos de la bibliografía y de hallazgos realizados durante las entrevistas a expertos, los cuales son: Recursos, cultura, hábitat, voz del cliente, creación, prototipo, validación y promoción. Dentro de estos elementos se identificaron elementos clave para la gestión y creación de nuevos productos, que cumplan con las demandas y necesidades del cliente, con un enfoque innovador, principalmente, se encontró que la voz del cliente, la validación y la promoción son claves en el éxito de nuevos productos. El estudio muestra que las pequeñas empresas entrevistadas han sobrevivido al cambio en sus productos, lo que muestra una relación entre tener un modelo de innovación en el producto y también de modelos estratégicos de gestión y la competitividad, que al final afecta en la oferta de valor al cliente final y por tanto estas empresas se encuentran vulnerables a la entrada de nuevos competidores que cumplan con las necesidades del cliente. Si bien el modelo de innovación en el producto propuesto no resuelve la problemática de mortalidad, así como tampoco busca implementar modelos de gestión estratégica, el estudio ha demostrado que, si contribuye a mejorar las posibilidades de las pequeñas empresas de sobrevivir a nuevos entrantes, así como a adaptarse de mejor manera y aprender de los cambios.

García y Leyva (2021) en su estudio *Innovación en las empresas turísticas de sonora, México*, cuyo objetivo fue identificar el proceso de innovación en las empresas turísticas de Sonora, México. Se realizó una investigación descriptiva con enfoque cuantitativo. Como instrumento de recolección de información, se aplicó un cuestionario de 22 ítems a directivos de 277 organizaciones. Los resultados demuestran que las empresas turísticas abordadas, llevan a cabo innovación a través de la mejora de sus procesos, lo cual promueve la innovación organizacional. No obstante, no introducen ni desarrollan nuevos métodos o tecnologías como elementos potenciadores de su crecimiento y posicionamiento,



dado que lo adquirido se enfoca en la mejora de los procesos operativos. Finalmente, es importante que las empresas detecten las áreas de oportunidad con las que cuentan, pero sobre todo que conozcan los beneficios de llevar a cabo las cuatro dimensiones de la variable de innovación de manera equitativa y complementaria, así como identificar el desarrollo considerable que han tenido empresas de vanguardia al mantener la innovación continua en sus organizaciones, con la intención de incrementar su competitividad.

Chuman (2020) en su tesis *La gestión de calidad y su influencia en la recuperación económica de las mypes del sector restaurantes en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado - Huánuco, 2020*. De la ULADECH – HUANUCO, cuyo objetivo principal fue: Determinar si la gestión de calidad influye en la recuperación económica de Las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María en el año 2020. El tipo de investigación de la investigación es aplicada, el nivel de investigación es descriptiva, se utilizó una población de 30 restaurantes a la cual se aplicó como instrumento un cuestionario de 17 preguntas, obteniendo como resultados con un p valúe  $0,023 < 0,05$  se afirma que existe una influencia positiva entre la gestión de calidad y la recuperación económica, la coyuntura actual que ha pasado el mundo ha tenido como resultado una caída en la economía, ya que por cuestiones de cuarentena por frenar la propagación del covid-19 se empezaron a cerrar todos los negocios, incluidos los Mypes del sector restaurante. En el Perú luego de 4 meses de confinamiento los restaurantes empezaron con su atención de forma delivery y de a poco se fue adaptando el aforo de 50% en capacidad de atención, este nuevo inicio es el motivo por el cual se realizó la investigación.

Alcaide (2019) en su tesis *Relación de la innovación y el desempeño organizacional de los restaurantes fast food en San Isidro 2019*, cuyo objetivo de la investigación fue ver la relación e influencia de la innovación en el desempeño organizacional de los restaurantes fast food de San isidro, se analizó si estas variables tienen relación directa entre sí, con el fin de mejorar el servicio que

brindan los restaurantes fast food de San Isidro. Según los resultados obtenidos basados en los cuestionarios de la innovación y el desempeño organizacional. Concluye que la innovación es un factor importante para que el desempeño organizacional de los restaurantes fast food en San Isidro se vea en aumento. Por tal razón, en la presente investigación se ratifica que la innovación se relaciona con el desempeño organizacional; afirmando que al implementar la innovación en los restaurantes su desempeño organizacional mejorara. Así mismo, la innovación de productos es un elemento transcendental para que el desempeño organizacional de los restaurantes fast food en San Isidro se vea en aumento.

Hernández y Ynoñan (2020) en su tesis *Desarrollo de una solución olap para apoyar la toma de decisiones en las ventas en el restaurante sabores peruanos de la ciudad de Chiclayo*, de la Universidad de Lambayeque, el objetivo de esta investigación fue desarrollar una solución OLAP para apoyar la toma de decisiones en las ventas en el restaurante Sabores Peruanos de la ciudad de Chiclayo, Se utilizó la metodología de Ralph Kimball como referencia para las actividades de desarrollo, se realizó el diagnóstico de la situación actual del restaurante Sabores Peruanos en la toma de decisiones para el área de ventas, definiendo seis (6) dimensiones para clasificación de los datos: Empleado, Estado de Pago, Comprobante, Tiempo, Cliente y Producto. Así mismo, se incidió en la solución OLAP utilizando la herramienta de Extracción y Transformación de Datos (ETL) del servidor de base de datos Microsoft SQL Server para recoger los datos de la base OLPT local de PostgreSQL y llevarlos a la base de datos para OLAP de PostgreSQL; que luego será consumida por la aplicación Microsoft Power BI para elaborar los reportes del tablero de control de venta y finalmente se concluye que la evaluación de los reportes multidimensionales y comparativos del OLAP indican que respecto del nivel de satisfacción de la plataforma de inteligencia de negocios el 40% de los encuestados considera en un nivel mucho, mientras que un 60% lo considera en un nivel suficiente. Ningún encuestado considera la mejora con los niveles regular, poco o muy poco. La evaluación

también determina que el 80% de los encuestados considera que la plataforma de inteligencia de negocios ha reducido el tiempo del proceso de recolección de datos en un nivel suficiente o mucho; mientras que 20% de encuestados considera que el nivel de reducción es regular.

Medina (2018) en su tesis *Caracterización de Competitividad y Gestión de calidad de las mypes sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, talara, año 2018*, de la ULADECH- PIURA, cuyo objetivo principal fue: Determinar las características de Competitividad y Gestión de Calidad de las mypes sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, talara, año 2018. La Metodología fue de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal, se utilizó la técnica de la encuesta con el instrumento cuestionario La población se consideró tres unidades económicas, con 18 trabajadores, de carácter infinito para las dos variables, Concluyó que la mayoría de restaurantes utilizan ventajas competitivas como la diferenciación, herramientas de la cadena de valor y marketing. En cuanto a la Gestión de la calidad, se basa en el seguimiento de procesos, capacitación y motivación al personal, calidad adecuada y plena satisfacción del cliente.

Juárez (2018) en su tesis *Gestión de Calidad bajo el enfoque del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería y pastelería, Casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018*, de la ULADECH – CHIMBOTE, cuyo objetivo principal fue: Determinar las características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería y pastelería. La metodología tuvo un diseño no experimental-transversal, se utilizó una muestra de 12 MYPES, se aplicó una entrevista con un cuestionario de 23 preguntas. Concluye que, el 58.33% de los representantes de las MYPES tienen entre de 31 a 50 años, el 66.67% son de sexo masculino, el 41.67% tienen educación básica, el 66.67 son propietarios, el 88.33% su objetivo de creación es generar ganancias, el 58.33 tiene cierto conocimiento de gestión de

calidad, el 50% utiliza la técnica de evaluación para medir el rendimiento de personal, el 83.33% conoce el marketing, el 91.67 no tiene base de datos, el 83.33% utiliza carteles como medios publicitarios, el 83.33% no utiliza ninguna de las herramientas de marketing, el 91.67% si ayuda a mejorar la rentabilidad., siendo la conclusión final que la mayoría de las empresas no logran afirmar y desarrollar su potencial porque poco conocimiento de la gestión de calidad bajo el enfoque del marketing.

Barrera ( 2018) define la *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las mypes sector servicio rubro de restaurantes del distrito de Ferreñafe, año 2018* de la ULADECH-CHICLAYO, cuyo objetivo principal fue: Describir las características de la gestión de calidad y la formalización de las mypes sector servicio rubro de restaurantes del distrito de Ferreñafe, año 2018, la metodología fue descriptiva, transversal, cuantitativa, la población fue de 20 representantes a los que se les aplico un cuestionario de 17 preguntas. Concluye que el 70% de los representantes es de tipo de empresa formal, el 60% sabe lo que es una Mype, el 60% es de sexo femenino, en cuanto a gestión de calidad el 80% si capacita a sus trabajadores, el 70% si emplea una gestión de calidad, en cuanto a formalización el 90% sabe lo que es RUC, el 80% si conoce los beneficios del RUC, el 80% tiene trabajadores informales.

Capillo (2018) define la *Características de la innovación en la gestión de calidad en las MYPES, del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización planeta, Distrito cercado de lima, Provincia de lima*, la investigación tuvo como objetivo general, Determinar las *Características de la innovación en la gestión de calidad en las MYPES, del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización planeta, Distrito cercado de lima, Provincia de lima* Esta investigación fue diseño no experimental, transversal, descriptivo, como recopilación de la información, que no se escogió muestra, se emplea 100% de población se dirige a la población de las MYPES, que se les encuestó con 18 preguntas a los dueños encontrando el siguiente resultado 60% de encuestado son

de sexo masculino y el 40% son de femenino de igual forma el 70% son de edad de 31 a 50 años de edad, el 100% tienen el nivel de secundaria completa, viendo sus características de las MYPES, 90% no está constituida formalmente el 70% no está registrado en la Sunat, el 60% de esta MYPES, no se encuentran en sistema de tributación, el 60% deja de pagar y evade los impuestos el 90% no cuenta con licencia de la municipal metropolitana de Lima, con el certificado de funcionamiento, el 100% de MYPES, no tienen el permiso de defensa civil, de acuerdo a las normas ya establecidas el 90% desconocen sobre la innovación en la gestión de calidad el 100% no sabe cómo crear una estrategia de innovación en la gestión de la calidad, el 70% utilizan el grado de satisfacción de sus clientes por consumo de su producto el 80% selecciona su producto según el agrado y preferencia de los clientes el 80% comercializan los productos fabricados mediante el proceso establecido por estándar de producción el 90% realizan una conclusión de evaluaciones de satisfacción de usuarios en consumo de producto final el 60% de las MYPES, entrevistados no cuentan con la formalización siendo el 80% es el motivo general que genera el desconocimiento de generar la regulación de su actividad comercial, registrado como el 20% de entrevistados de regularizarse tendrían mucho beneficio y ventajas financieras, de este modo se desarrollaría dentro de su sector comercial.

Bedoya (2018) define en su trabajo *Características de la gestión de calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017*. Siendo su objetivo principal: Determinar las características de la gestión de calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017, el diseño de la investigación fue no experimental y descriptiva. Se utilizó una muestra dirigida de 10 micros y pequeñas empresas de una población de 20, se les aplicó un cuestionario con 17 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: el 50% tiene de 51 a más años, el 80% son de sexo femenino, el 50% tiene el grado de instrucción

secundaria, el 80% son dueños de su negocio, el 60% tiene de 7 a más años en el cargo, el 60% de las mypes tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 70% cuentan con 1 a 5 trabajadores, el 60% no son familiares, el 80% de las mypes se crearon para generar ganancias, el 50% conoce la técnica lluvia de ideas, el 50% tiene dificultades para la implementación de gestión de calidad, el 60% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal, el 50% se capacita en manejo empresarial. Se concluye que los representantes de las mypes a pesar de no tener un buen grado académico optaron por crear su propio negocio y no depender de un empleador y también no cuentan con capacitaciones constantemente y pesar de ello comparten con sus colaboradores a través de lluvia de ideas para el buen manejo de manera eficiente para poder generar las ganancias

Angulo (2018) en su tesis *Características de la innovación en la gestión de calidad en las mypes del sector servicios rubro restaurantes campestres de la zona agrícola de distrito de Chimbote, 2015*. Cuyo objetivo principal fue: Descubrir las características de la innovación en la gestión de calidad en las mypes del sector servicios rubro restaurantes campestres de la zona agrícola de distrito de Chimbote, 2015. La investigación fue no experimental-Transaccional-descriptivo, método en lo cual nos apoyamos para obtener el recojo de información. De tal manera que de una población de 12 MYPES se ha considerado la totalidad de la población en estudio. A quienes se les proporcionó un cuestionario de 18 preguntas, cumpliendo así con la técnica de la encuesta. Con los siguientes resultados. El 83.3%, de los empresarios tienen de 40 a más años de edad. El 66.7%, son de género masculino y cuentan con estudio superior universitario en un 59.0%. Un 51.0%, de las empresas tienen más de 6 años en el mercado. Un 58.3% tienen más de 10 colaboradores y están formalizadas en un 100%. Un 75.0% de los empresarios administran su empresa bajo el enfoque al cliente. Un 58.3%, han establecido visión, políticas y objetivos en su empresa. Un 58.0%, manifiestan que el cliente no tiene la razón. Un 75.0%, miden la satisfacción al cliente analizando sus ventas. Un 100%, de los empresarios mantienen un buen clima laboral. Un 58.3% de los

colaboradores son indiferentes cambios. En conclusión: Los representantes son mayores de 40 años de género masculino, con estudios universitarios. Las MYPES tienen más de 6 años en el mercado, cuentan con más de 10 colaboradores, están formalizadas, son administradas bajo el enfoque al cliente. Los representantes ha cambios o procesos de innovación durante el tiempo de permanencia en el mercado. Los representantes manifiestan que el cliente tiene la razón, y exigen, mejoras miden la satisfacción del cliente por medio de sus ventas; Así mismo manifiestan tener un buen clima laboral, pero que sus colaboradores se muestran comprometidos con los objetivos de la empresa por que se innova en toda su extensión y esto los beneficia.

Cruz (2020) en su tesis *Innovación para la sostenibilidad y plan de mejora en el emprendimiento Ivanna Herrera salón & spa dedicada a brindar servicios de peluquería y estética, Chimbote 2020*. Cuyo objetivo principal fue Demostrar si la mejora en la innovación permite la sostenibilidad del emprendimiento Ivanna Herrera Salón & Spa dedicada a brindar servicios de peluquería y estética, Chimbote 2020, la metodología fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptivo, diseño no experimental/ transversal, se utilizó al emprendimiento como población y la muestra los integrantes de la sede de Chimbote, la técnica fue la encuesta e instrumento el cuestionario. Los resultados de las características del emprendedor fueron: el 100% tiene entre 31 -35 años de edad, es de sexo femenino y poseen grado superior universitario. En base al emprendimiento el 100% indica que tiene más de dos años en el mercado, que el objetivo es la rentabilidad, tiene más de 6 trabajadores, considera que son especialistas en laceados y que no poseen capacidad para nuevos retos. El 100% considera a la innovación como inversión, concluye que el emprendimiento no es innovador, piensa que el factor importante es el uso de la tecnología, consideran que las ideas innovadoras permiten la sostenibilidad del emprendimiento, que si utilizan procesos de medición, que se debe innovar en productos y servicios, que la mayor ventaja competitiva es la ubicación, consideran que no satisfacen las necesidades del consumidor, precisan

que se debe innovar en servicios cosméticos y que la innovación es muy importante. La totalidad concluye que se debe innovar con urgencia en servicios cosméticos para mayor diferenciación y que la innovación es muy importante para el desarrollo sostenible del emprendimiento.

## **2.2. Bases teóricas**

### **Micro y pequeñas empresas**

El Estado fomenta el desarrollo integral y facilita el acceso a los servicios empresariales y a los nuevos emprendimientos, con el fin de crear un entorno favorable a su competitividad, promoviendo la conformación de mercados de servicios financieros y no financieros, de calidad, descentralizado y pertinente a las necesidades y potencialidades de las MYPE. En este sentido la Ley 28015 (2003) menciona que: La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la “unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (p. 4)

### **Características de la Ley 30056 según el artículo 5**

El tratamiento laboral de las micro y pequeñas empresas, en el mes de julio de 2013, tomó un gran interés a nivel nacional dado al carácter temporal que se había establecido para las microempresas que se encontraban amparadas bajo la Ley N° 28015, siendo el contexto sociojurídico el vencimiento de dicho régimen especial laboral al 4 de julio de 2013; sin embargo, dos días previos a la fecha indicada se publica la Ley N° 30056, que establece una prórroga para las microempresas de la Ley N° 28015, y además incorpora importantes modificaciones al régimen laboral MYPE, y será ello materia de nuestro comentario.

Otra de las modificaciones que incorpora la Ley N° 30056 es la inclusión de una nueva categoría empresarial que es la “mediana empresa”, que, si bien no



goza de beneficios laborales, dado que con su incorporación se busca impulsar la (re)organización empresarial. En ese sentido, todas las micro, pequeñas y medianas empresas deberán determinar la categoría empresarial que les corresponde en función de sus niveles de ventas anuales:

- a) Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- b) Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- c) Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta el monto máximo de 2,300 UIT

### **Importancias de las microempresas en las economías nacionales**

La economía y desarrollo de las pequeñas empresas se desenvuelven en relación al número, tamaño, facilidad de multiplicarse, crecimiento y disolución que muestran por cada línea industrial; así como el papel que desempeña en la introducción de nuevos productos, modernización industrial, nivel de interrelación gremial versus las variables macroeconómicas, en este caso con especial interés, la producción y el empleo. Al respecto Duran (2017) explica que

La importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas para el desarrollo sostenible radica, sobre todo, en su capacidad de dar trabajo a una gran proporción de los trabajadores pertenecientes a los sectores más vulnerables de la sociedad, como son las mujeres, los jóvenes o las personas de hogares desfavorecidos. En muchas zonas rurales, los negocios familiares y las pequeñas empresas son casi la única fuente de empleo y generación de ingresos. Las oportunidades de vida que generan para tantas personas, sin duda, son la base para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Las microempresas y pymes son responsables de una generación de empleo e ingresos importantes en todo el mundo y uno de los principales activos para la reducción de la pobreza y el fomento del desarrollo. De su apoyo y de cómo seamos capaces de trabajar conjuntamente dependerá en gran medida el mundo que tendremos en 2030: sociedades más justas, empresas más exitosas y un planeta más sostenible.

### **Innovación**

Podemos decir que la innovación es un proceso que inicia con una idea, invención o reconocimiento de necesidad con el fin de desarrollar un producto, técnica o servicio útil. Además, la innovación es sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una necesidad en el ámbito económico y social, aportando soluciones para así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad. Al respecto Argudo (2017) indica que:

La innovación empresarial es el motor que mueve el sector económico y permite el crecimiento de los negocios hasta límites insospechados. Sin innovación no hay mejora, y sin mejora no hay propósito de cambio en un ambiente tan competitivo como este, en el que la creación de nuevos negocios supone un extra de saturación para el mercado empresarial. La innovación empresarial debe ser una forma de vida para emprendedores y pymes que quieran triunfar en el mercado actual en el vivimos.

La definición de innovación empresarial se entiende como el proceso de hacer algo nuevo o bien, algo tradicional bajo un protocolo o una estrategia nueva. No obstante, cuando aplicamos el concepto de innovación a los negocios, no podemos perder de vista el atributo de mejora. Y es que, innovar en los negocios no es sólo hacer algo diferente, sino hacer algo mucho mejor.

### **Características de una empresa con innovación**

Cuando hablamos de innovación empresarial ocurre lo mismo, no existe una única manera de “practicarla” y, por tanto, no existen recetas estándar para

convertir a las empresas en organizaciones innovadoras. Sin embargo, sí se pueden destacar algunas características clave que se dan en las empresas innovadoras y que influyen enormemente en su capacidad de innovar de manera eficaz (obteniendo resultados significativos), eficiente (optimizando los recursos) y sostenible en el tiempo. Al respecto Baena (2018) da a conocer las características de la innovación

Tienen una cultura innovadora. La cultura empresarial es posiblemente el elemento que más influye en la capacidad innovadora de las organizaciones y, a la vez, lo más difícil de transformar. Las empresas con cultura innovadora tienen una estrategia definida que favorece la innovación y cuentan con un liderazgo y una implicación clara por parte de la dirección, que se traduce en compromiso y capacidad de asumir riesgos, además de cuidar la comunicación interna y externa.

Conocen bien al cliente y vigilan el entorno. Las necesidades de los clientes (externos o internos) deben estar en el origen de cualquier innovación, por lo que es necesario conocerlas bien, y sobre todo ver cómo. Por otro lado, los cambios en el entorno son cada vez más rápidos, sobre todo en el tecnológico, y las empresas innovadoras no sólo están atentas a lo que pasa a su alrededor, sino que son capaces de adaptarse, preparándose para las amenazas y aprovechando las oportunidades que surgen.

Conocen sus capacidades y explotan sus ventajas competitivas. Las organizaciones innovadoras saben en qué son buenas y, lo que es más importante, en qué se diferencian de las demás por tener claras ventajas competitivas. Así, enfocan el esfuerzo innovador en potenciar aquello que les diferencia y que les hace competitivas.

Las organizaciones innovadoras tienen muy presente que los éxitos pasados no garantizan el éxito futuro, por lo que no les da miedo cambiar, al contrario, saben que es imprescindible para competir e incluso sobrevivir. El entorno de las

organizaciones siempre ha ido evolucionando, y las empresas han tenido que ir adaptándose, pero los cambios del entorno son cada vez más rápidos, por lo que la agilidad y la flexibilidad se han convertido en características esenciales de las empresas innovadoras.

### **Fases de la innovación**

En un mundo tan competitivo e internacionalizado como en el que vivimos, las empresas que prosperan son aquellas que están más dispuestas a innovar, es decir, aquellas que están atentas a los cambios del entorno y responden a ellos con mejoras en sus modelos de producción, de organización, en su forma de distribuir o de presentar su producto. De acuerdo con Rodríguez (2018) la innovación en la empresa se basa en la creación de nuevos productos y la adopción de nuevos procesos de forma intercalada en tres fases:

Patrón fluido: Centra la atención en el producto tratando de conseguir un diseño que satisfaga al máximo las necesidades de los usuarios.

Patrón tradicional: Luego de haber conseguido el producto adecuado, se debe desarrollar un proceso que permita a la empresa la especialización para producir grandes cantidades.

Patrón específico: Coincide con la madurez de los productos, por lo tanto, las innovaciones que se producen suelen ser incrementales de costos o calidad y se realizan generalmente por grandes empresas, este patrón se caracteriza por la rigidez de los procesos.

### **Importancia de la innovación**

La mayoría de las empresas saben que deben innovar para mantenerse al día con el ritmo de cambio del mercado. Con los avances tecnológicos, las empresas deben innovar para seguir siendo relevantes y no quedarse atrás. De acuerdo con Talavera (2018) explica que:

La innovación empresarial importa por una sencilla razón: el valor. Para que tu negocio prospere, es fundamental innovar y mejorar continuamente. La innovación empresarial exitosa significa encontrar nuevas oportunidades de ingresos, optimizar los canales existentes, así como generar mayores ganancias. También da a las empresas una ventaja sobre sus competidores.

Las empresas tienen la necesidad de adaptarse de forma rápida y adecuada al avance tecnológico y al mundo globalizado y competitivo actual, para lo que se precisa adoptar una serie de medidas que tengan como objetivo alcanzar el nivel que demandan los mercados. Por eso, desarrollar una verdadera cultura de la innovación integrada en los objetivos estratégicos de la empresa es completamente imprescindible. Por otra parte, es necesario que las compañías asuman que la innovación debe afectar a todas sus áreas: diseño, desarrollo de bienes y servicios, internacionalización, recursos humanos, comunicación, marketing, procesos, gestión empresarial

### **Beneficios de la innovación**

Muchas empresas creen que la innovación tecnológica se refiere solo al uso de redes sociales, web o correos electrónicos, pero “con la tecnología también puede lograrse optimizar y mejorar los procesos de producción, organización, ventas, el sistema financiero o el manejo de personal. Al respecto García (2018) da a conocer los siguientes beneficios:

Aumenta la eficiencia. Las empresas operan mejor cuando usan la tecnología correctamente. Digitalizar los archivos facilita la personalización de documentos. Gracias al uso de aplicaciones colectivas, de la nube o los chats la comunicación se hace instantánea, fluida y la toma de decisiones es más eficaz. Expande el mercado. La innovación tecnológica puede ayudar a pequeñas y medianas empresas a competir en un escenario global. Por ejemplo, la

página web, las aplicaciones y el e-Commerce permiten que un único propietario ofrezca sus productos y servicios a clientes potenciales de todo el mundo mediante estas herramientas. Lo mismo sucede con las redes sociales que, además, nos permite conseguir un feedback instantáneo de los consumidores.

Mejora la productividad. Con la tecnología podemos automatizar los procesos financieros, comerciales y de recursos humanos de la empresa, con la cual se reduce el trabajo manual y las horas hombre hasta en un 50%, y se aumenta la productividad de los trabajadores. Opciones tecnológicas como los Software ERP, nos permiten llevar un control adecuado de las operaciones de la organización en tiempo real, hacer seguimiento y tomar decisiones más inteligentes.

Podemos decir que la innovación es generadora de rentabilidad y de incremento en los niveles de utilidad y por ende hace parte fundamental en el proceso de gestión de la organización que le apunta a la diferenciación, además a largo plazo se convierte en un elemento estratégico al permitir aumentos en la cuota del mercado, en el posicionamiento, márgenes de utilidad y aprendizaje.

### **Gestión de Calidad**

La gestión de la calidad es una filosofía que no solo busca la calidad del producto o servicios o la satisfacción de sus clientes, sino la mejor forma de poder obtenerla. Por ende, la gestión de calidad está en constantes cambios buscando el aseguramiento de la calidad y el control del proceso para obtener aceptable calidad. Del mismo modo la gestión de calidad es el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad, incorporando por tanto al proceso de gestión. De este modo una posible definición de gestión de calidad sería el modo en que la dirección planifica el futuro, implantando los programas y controla, los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente. Por su parte Maldonado (2018) afirma que:

La gestión de calidad es el proceso o la gestión que realizan los gerentes y administradores dentro de la empresa para poder realizar una buena gestión para esclarecer cuáles serán las funciones y responsabilidades de todos los integrantes de la organización. La gestión de calidad total, definitivamente es fundamental para ser más competitivo, cambiando los desafíos en oportunidades para lograr un crecimiento profesional.

Se debe enfatizar que no desea identificar los errores cuando ya han ocurrido, aunque sí evitarlos antes de que ocurran, de ahí su importancia dentro del sistema de gestión de una organización. Es inútil corregir errores continuamente, si no se trabaja para tratar de anticiparnos su aparición. La gestión de la calidad reúne un conjunto de acciones y procedimientos que buscan garantizar la calidad, no de los productos en sí, sino del proceso para el cual se obtienen estos productos.

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

La gestión de calidad tiene 7 principios fundamentales que son regidos por la norma ISO-9001, que busca estandarizar los requisitos de la gestión de calidad. A continuación, te describimos los principios de la gestión de calidad, acompañados por algunos consejos para ponerlos en práctica. Al respecto Moreno (2020) indica los siguientes principios éticos:

Enfocarse en el cliente. El enfoque al cliente busca cumplir y exceder las expectativas del mercado tomando en cuenta sus necesidades.

Liderar. Establece una pauta de trabajo que brinde orientación en el quehacer de la empresa. De esta forma, la organización podrá alinear sus estrategias y procesos.

Comprometerse con las personas. Se debe incluir a todas las personas involucradas en la producción y puesta en el mercado de tus productos/servicios.

Enfocarse en los procesos. Evaluar procesos para optimizarlos y descartar aquellos pasos que no agregan valor a tu producto o servicio es indispensable en la gestión de calidad.

Mejorar. Busca mantener el nivel de desempeño esperado implementando pruebas continuas.

Tomar decisiones basadas en evidencia. Cuando tienes información real y oportuna sobre tu posición en el mercado y la mente de los consumidores, tienes mayores oportunidades de tomar las decisiones correctas (basada en hechos, no en suposiciones).

Gestionar las relaciones. Fomentar las relaciones crea valor en las partes interesadas en mejorar el desempeño de la organización. Para poner en práctica este principio, es necesario conocer las partes interesadas (clientes, socios o proveedores) y su relación con la organización.

El objetivo de una gestión de calidad debe ser meta de todo propietario de un restaurante. Quien conoce de negocios, especialmente de los del sector gastronómico, sabe que para sobrevivir es necesario gestionar bien. Un restaurante es una empresa compleja, en la que hay que atender a múltiples factores de los que depende el éxito. La competencia obliga a mantener ciertos estándares, pues de lo contrario el restaurante fracasa.

### **Beneficios de la gestión de calidad**

El llevar a cabo una buena implantación de un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) le debe servir a cualquier empresa para conseguir los objetivos deseados, añadir valor a sus productos y servicios viéndose repercutido en la satisfacción de sus clientes y con ello conseguir ventajas competitivas que le diferencien en su sector. Al respecto Talavera (2018)

Potenciar la imagen de la empresa para los clientes tanto los actuales como los potenciales. No es que mejoremos la imagen de la empresa, ya que hoy



en días son muchísimas empresas las que se encuentran certificadas bajo un SGC, es más bien que el no estarlo hace perdernos calidad de imagen.

Mejorar la calidad de nuestros productos y servicios. El sistema nos “obliga” a analizar con detalle todos nuestros procesos y ha procedimentarlos de la forma más detallada posible con el sentido de estandarizarlos y así conseguir fabricar un producto o servicio uniforme y estable en calidad a lo largo del tiempo. También el SGC nos proporciona herramientas útiles para analizar ese proceso y mejorarlo según las tendencias de los datos que se vayan obteniendo.

Mejora nuestro sistema de trabajo: podremos ser más eficientes y eficaces y con ello, más competitivos. Como he indicado anteriormente, si hacemos una correcta definición de todos los procedimientos de nuestro trabajo, conseguiremos hacer las cosas cada vez mejor y más rápidas, eliminando de nuestra rutina de trabajo los fallos y errores.

Incrementar la satisfacción de los clientes. Este es el fin de toda empresa, ¡que nuestros clientes estén satisfechos. ¿Y porque no iban a estarlo si estamos ofreciéndole productos o servicios de mejor calidad que antes??

Incrementar la satisfacción y motivación de todos los que conforman la empresa. El SGC nos establece que cada determinado periodo de tiempo nos paremos, recopilemos datos, analicemos esos datos y saquemos conclusiones.

Intercambio de conocimientos. En esa reunión que digo en el punto anterior es donde se deben exponer todos los datos de desarrollo de la actividad, todas las incidencias que hayan podido ocurrir o cualquier otro dato relevante. Los fallos nos deben servir de herramienta para evitar futuros nuevos fallos.

Simplificar la interacción y comunicación entre los distintos departamentos o áreas de la empresa. El convocar reuniones con fecha señalada y bajo un orden del día nos va a ayudar a que cada persona convocado prepare toda aquella información importante que deba exponer en la reunión.

### **2.3. Marco conceptual**

**Gestión de calidad:** La gestión de la calidad es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos a través de él. Se debe enfatizar que no desea identificar los errores cuando ya han ocurrido, aunque sí evitarlos antes de que ocurran, de ahí su importancia dentro del sistema de gestión de una organización. Es inútil corregir errores continuamente, si no se trabaja para tratar de anticiparnos su aparición. La gestión de la calidad reúne un conjunto de acciones y procedimientos que buscan garantizar la calidad, no de los productos en sí, sino del proceso para el cual se obtienen estos productos. (Norma ISO 9001, 2015)

**Innovación:** La innovación en una compañía requiere de la sistematización de todos sus procesos. Además, se necesita definir las áreas estratégicas en donde se operará, las herramientas que se utilizarán, los elementos diferenciadores y el respaldo económico detrás de cada estrategia. Al implementarse y gestionarse de manera adecuada, una empresa asegurará su crecimiento y liderazgo en el mercado. (Sordo, 2020)

**Emprendedor:** el significado de emprendimiento se basa en la identificación y evaluación de oportunidades, la determinación de sacarle provecho por uno mismo, el empeño para conseguir recursos y el crecimiento de la estrategia y la consecución del nuevo proyecto empresarial. El incentivo del emprendimiento en los centros de estudios superiores tiene como meta promover el nacimiento de negocios que beneficien a la generación del progreso y del crecimiento económico y social. Los emprendedores inventan nuevas empresas, que, a su vez, los nuevos

negocios crean nuevos puestos de trabajo, incrementan la competencia y consiguen mejorar la productividad a través del cambio tecnológico. (Ruiz, 2020)

**Restaurant:** del francés, que se traduce como restaurante, que es el sitio en donde se prepara y sirve variadas comidas y bebidas para comerlos en el mismo restaurant, para ser cancelado por el mismo cliente. Hoy por hoy, hay gran variedad de ellos, ofreciendo múltiples servicios y especialidades, como los restaurantes mexicanos, chinos, cantoneses, italianos, etc. Algunos también se clasifican por el tipo de comida que brindan o sirven, como los tradicional o criollos, objeto del presente estudio, macro biológicos, los de carnes, los de las aves, pescados y mariscos y también por sus servicios, a la carta, de menú o self service. (Biosca, 2013)

### **III. HIPÓTESIS**

La presente investigación denominada “La Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021.”no se plantea hipótesis por ser un trabajo descriptivo. (Hernández, 2010)

## **IV. METODOLOGÍA**

### **7.3. Diseño de la investigación**

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño de investigación, No Experimental - Transversal - Descriptivo

Fue experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable en estudio, es decir, se observará la Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021, tal como se encontró dentro de su contexto (dentro de las micro y pequeñas empresas), conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal porque el estudio Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021, se realizó en un espacio de tiempo definido o determinado, donde el estudio tuvo un inicio y un fin. (2021)

Fue descriptivo porque solo se describió las características de la Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021.

### **4.2. Población y muestra**

#### **a) Población**

La población está conformada por las 20 MYPES tipo restaurantes, lo cual se obtuvo mediante la base de datos de la Municipalidad provincial de Leonardo Ortiz.

**b) Muestra**

La muestra son las 20 MYPES restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, siendo así la muestra por conveniencia teniendo en consideración el aspecto económico.

### 4.3. Operacionalidad de la variable

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDICIÓN</b>
Innovación como factor relevante en la gestión de calidad	Las empresas consiguen ventajas competitivas a través de la innovación. Su aproximación a la innovación se realiza en sentido amplio, incluyendo nuevas tecnologías y nuevas maneras de hacer las cosas. (Argudo, 2017)	1.- La innovación como gasto o inversión.	a). Gasto b). Inversión	Nominal
		2.- La empresa es innovadora.	a). Si b). No	
		3.- factores relevantes para el éxito de la innovación.	a). Compromiso b). Tecnología c). Conocimientos d). Inversión	
		4.- Las ideas innovadoras mejoran la sostenibilidad de la empresa.	a) Si b) No	
		5.- Se aplican procesos de medición; satisfacción/ventas/costos.	a) Si b) No	
		6.- Aspectos de la empresa que debe innovar.	a). Los procesos b). Marketing c). Servicios y productos	
		7.- Ventaja competitiva.	a). Personal b). Precio c). Ubicación d). Servicios y productos	
		8.- Satisfacción de las necesidades de los clientes	a). Si b). No	
		9.- Mejora de servicios	a). Delivery b). Combos nuevos c). Página web	
		10.- Grado de relevancia de la innovación para la Sostenibilidad y mejoramiento del emprendimiento.	a). Poco relevante b). Relevante c). Muy relevante	
		11.- Conocimiento del término Gestión de calidad	a) Si b) No	

		12.- Técnicas modernas de gestión.	a) Benchmarking b) Red-corporativas c) empowerment d) las 5 c e) Outsourcing f) otros	Nominal
		13.- Técnicas para medir el rendimiento del personal.	a) la observación b) la evaluación c) escala de puntuaciones d) evaluación de 360° e) otros	
		14.- La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	a) Si b) No	
		15.- La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización	a) Si b) No	



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

La técnica que se utilizó para recolectar información fue la encuesta, para registrar la información se utilizó un cuestionario estructurado por 15 preguntas relacionadas a la variable Innovación como factor relevante en la gestión de calidad (5).

#### **4.5. Plan de análisis**

Para el análisis de los datos recolectados se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas. Así mismo se utilizaron los siguientes programas informáticos: Microsoft Word: con este software se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones. Acrobat Reader XI: Es un software gratuito que permitió leer archivos digitales de extensión PDF, como fue el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual. Microsoft Excel: el cual fue utilizado para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas. Del mismo modo se utilizó el programa Turnitin para hacer la verificación que no existe plagio, así como el uso del Mendely para la generación de las referencias bibliográficas en norma APA 7ma edición; por último el PPT para la presentación de la ponencia.

#### 4.6. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES	POBLACION Y MUESTRA	METODOLOGIA	TECNICA E INSTRUMENTO
<p><b>General</b> ¿Cuáles son las características de la Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021?</p>	<p><b>General</b> Describir las características de la Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021.</p> <p><b>Específicos</b> Detallar las características de la innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021</p>	<p><b>Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad</b></p>	<p>La población está conformada por 20 mypes rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo. La muestra es por conveniencia teniendo en consideración el aspecto económico. Se toma <math>N=n</math> ¿Dónde <math>N=20</math> <math>n=?</math> entonces <math>n = 20</math></p>	<p><b>No Experimental</b>, porque no se manipuló la variable de estudio, se observó la problemática tal como se encuentra dentro del emprendimiento, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones o cambios. <b>Transversal</b>, Porque, se realizó en un tiempo determinado. <b>Descriptivo</b>. Porque solo se describió las características de las variables.</p>	<p><b>La técnica</b> fue la encuesta.  <b>El instrumento</b> fue el cuestionario  <b>Plan de análisis</b> Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo; para la Tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel.</p>

#### **4.7. Principios éticos**

La presente investigación se realizó bajo los principios éticos del Código de ética para la investigación de la Uladech Católica los ángeles de Chimbote, (2020):

El respeto de la protección a las personas, puesto que solo se hizo público la información obtenida voluntariamente de la situación que se encuentran las micro y pequeñas empresas, mas no la información personal de los representantes debido a que no hubo una autorización por parte de ellos para ser publico sus datos personales, razón por lo cual se mantuvo el respetó a su privacidad dentro de la investigación.

Beneficencia y no mal eficiencia, porque la información obtenida fue de uso para fines académicos, respetando el bienestar en todo momento de las personas voluntarias que participaron en la investigación.

Justicia, porque el trabajo de investigación se realizó bajo el cumplimiento de las normas y reglamentos de la universidad, y haciendo uso de las buenas practicas académicas teniendo en cuenta el trato equitativo con las personas que participaron el proceso de la investigación.

Integridad científica: Se consideró este principio ético, ya que se toma como referencia a los diferentes autores para las bases de esta investigación sin manipular sus afirmaciones.

Consentimiento informado y expreso: La información publicada se hizo con el consentimiento de las personas involucradas en la investigación.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

Tabla 1

*Características de la Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021.*

Características de la Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad	N	%
<b>La innovación se estima como gasto o inversión</b>		
Gasto	2	10.00
Inversión	18	90.00
Total	20	100.00
<b>La empresa es innovadora</b>		
Si	16	80.00
No	4	20.00
Total	20	100.00
<b>Factor relevante para el éxito de la innovación</b>		
Compromiso	0	0.00
Tecnología	11	55.00
Conocimientos	3	15.00
Inversión	6	30.00
Total	20	100.00
<b>Las ideas innovadoras mejoran la sostenibilidad</b>		
Si	14	70.00
No	6	30.00
Total	20	100.00
<b>Aplica procesos de (medición; satisfacción/ ventas/ costos)</b>		
Si	16	80.00
No	4	20.00
Total	20	100.00
<b>Aspectos que la empresa debe innovar</b>		
Los procesos	1	5.00
Marketing	13	65.00
Servicios y productos	6	30.00
Total	20	100.00
<b>La mayor ventaja competitiva de la empresa</b>		
Personal	1	5.00
Precio	3	15.00
Ubicación	9	45.00
Servicios y productos	7	35.00
Total	20	100.00

*Continúa...*

Tabla 1

*Características de la Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021.*

Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad	N	%
<b>La empresa satisface todas las necesidades de los clientes</b>		
Si	19	95.00
No	1	5.00
Total	20	100.00
<b>Servicios que se debe mejorar</b>		
Delivery	8	40.00
Combos nuevos	4	20.00
Página web	8	40.00
Total	20	100.00
<b>La innovación es relevante para la mejora y sostenimiento de la empresa</b>		
Poco relevante	0	0.00
Relevante	9	45.00
Muy relevante	11	55.00
Total	20	100.00
<b>Conoce el término Gestión de Calidad</b>		
Si	16	80.00
No	4	20.00
Total	20	100.00
<b>Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce</b>		
a) Benchmarking	6	30.00
b) red-corporativas	9	45.00
c) Empowerment	0	0.00
d) las 5 c	0	0.00
e) Outsourcing	5	25.00
otros	0	0.00
Total	20	100.00
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal</b>		
a) la observación	6	30.00
b) la evaluación	9	45.00
c) escala de puntuaciones	0	0.00
d) evaluación de 360°	0	0.00
e) otros	5	25.00
Total	20	100.00

*Continua...*

Tabla 1

*Características de la Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021. Concluye*

Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad	N	%
La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
a) Si	16	80.00
b) No	4	20.00
Total	20	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización		
a) Si	16	80.00
b) No	4	20.00
Total	20	100.00

**Fuente.** *Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021*

## 5.2. Análisis de resultados

Tabla 1

*Con respecto al objetivo: Características de la Innovación en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021.*

El 90% estima que la innovación es una inversión, este resultado concuerda con las características de la innovación que sostiene Vargas (2019) quien menciona que la innovación significa inversión, es decir en tiempo por parte de los colaboradores, en obtención de equipos necesarios para conseguirlo, en la prestación de Outsourcing que nos contribuyan en su desarrollo y se asemeja a Cruz (2020) quien concluye que el 100% considera a la innovación como una inversión. Lo que demuestra que la mayoría considera a la innovación como inversión.

El 80% sostiene que la empresa es innovadora, lo que contrasta con Cruz (2020) quien señala que la empresa no es innovadora y concuerda con García y Leyva (2021) quienes definen a la innovación como un proceso que inicia con una idea, invención o reconocimiento de necesidad con el fin de desarrollar un producto, técnica o servicio útil.

El 55% afirma que el factor relevante para el éxito de la innovación es la tecnología, concuerda con Chuman (2020) quien afirma que genera que el avance tecnológico vaya de la mano con el desarrollo de los activos complementarios que puedan ayudar a incrementar las ganancias de la innovación.

El 70% asegura que las ideas innovadoras mejoran la sostenibilidad de la empresa, según Chuman (2020) la innovación en la empresa se basa en la creación de nuevos productos y la adopción de nuevos procesos que permita a la empresa la especialización para producir grandes cantidades.

El 80% asegura que si se aplican procesos de medición; satisfacción/ventas/costos, concuerda con Chuman (2020) que dice que la innovación genera la integración en las empresas, en los procesos de producción,

marketing y financieros; incentivando que exista un flujo de información de la demanda de nuevas tecnologías entre las empresas.

El 65% afirma que el aspecto que la empresa debe innovar, es el marketing, concuerda con Chuman (2020) ya que la innovación genera la integración en las empresas, en los procesos de producción, marketing y financieros; incentivando que exista un flujo de información de la demanda de nuevas tecnologías entre las empresas.

El 45% asegura que la mayor ventaja competitiva de la empresa, es la ubicación, las mypes ubicadas en las mejores zonas del distrito de Leonardo Ortiz de la ciudad de Chiclayo donde tienen gran concurrencia y popularidad tienen un rol muy relevante.

El 95% sostiene que la empresa satisface todas las necesidades de los clientes, concuerda con Chuman (2020) quien afirma que centra la atención en el producto tratando de conseguir un diseño que satisfaga al máximo las necesidades de los usuarios.

El 40% estima que el servicio que se debe mejorar es el delivery, concordando con Cruz (2020) que concluye que la implementación y mejora de nuevos procesos, productos y enfoques de administración para lograr mejorar la calidad, reducir el costo de producción y la efectividad para mayor segmento de mercado y principalmente la satisfacción de los clientes.

El 55% considera que la innovación es muy relevante para la mejora y sostenimiento de la empresa, esto se asemeja a lo aportado por Cruz (2020) quien define a la relevancia de la innovación como sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una necesidad en el ámbito económico y social, aportando soluciones para así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad.



## Tabla 2

*Con respecto al objetivo: Características la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de José Leonardo Ortiz de la provincia de Chiclayo, año 2021.*

Con respecto a si conoce el término gestión de calidad, observamos que el 80% de los empresarios conoce el término de gestión de calidad, lo que iguala a Barrera (2018) quien afirma que la mayoría de los restaurantes de Ferreñafe de la ciudad de Chiclayo, conocen y utilizan la gestión de calidad y Juárez (2018) también afirma que la mayoría conoce el término. Contrastando con Capillo (2018) quien señala que la mayoría de las mypes desconocen la Gestión de Calidad. Se concluye que la mayoría de las mypes están familiarizados con la Gestión de Calidad.

En cuanto a qué técnicas de gestión de calidad conoce, observamos que el 45% conoce la técnica de red-corporativas, concordando con Juárez (2018) que manifiesta que la mayoría conocen las técnicas de gestión de calidad y Bedoya (2018) quien sostiene que la mayoría de las mypes utilizan técnicas de gestión de calidad. Se demuestra que las mypes utilizan técnicas de Gestión de Calidad.

Con respecto a si la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, observamos que el 80 % afirma que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, se asemeja a Juárez (2018) que concluye con la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de las mypes. Se concluye que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de las mypes.

Observamos que el 80% afirma que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización, concuerda con Barrera (2018) quien afirma que la gestión de calidad en la mayoría de restaurantes de Ferreñafe de Chiclayo, ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización. Se concluye que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización.

## **V. CONCLUSIONES**

La mayoría sostiene que la innovación es una inversión, así mismo, que la empresa satisface todas las necesidades de los clientes, asegura que si se aplican procesos de medición; satisfacción/ ventas/costos. También la mayoría sostiene que la empresa es innovadora, confirma que las ideas innovadoras mejoran la sostenibilidad de la empresa, por lo tanto, que el aspecto que la empresa debe innovar, es el marketing, para tener una mejor visión y desarrollo del negocio, considerando que la innovación es muy relevante para la mejora y sostenimiento de la empresa. De igual forma, afirma que el factor relevante para el éxito de la innovación es la tecnología, concluyendo también, que la mayor ventaja competitiva de la empresa, es la ubicación, teniendo en cuenta que el servicio que se debe mejorar es el delivery. Del mismo modo la mayoría conoce el término de gestión de calidad, como también afirma que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, debido a esto afirma que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización y también conoce la técnica de gestión de calidad. Como conclusión general, podemos afirmar que la innovación es muy importante, pero es poco utilizada por los representantes de las MYPES a pesar de que si tener conocimiento de la herramienta de gestión de calidad.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

Aprovechar la excelente ubicación espacio que tienen estas mypes para poder adecuarse a los protocolos existentes en cuanto al tema relacionado a la pandemia que estamos viviendo, o COVID 19, para poder tener mejor servicio, mejor rotación de los productos, mejorar el desarrollo y rentabilidad de la empresa.

Contratar Asesoría profesional, especialmente en marketing, que ayuden a posicionarnos en los nuevos retos que se presentan, como actualizar nuestra página web en las diferentes redes sociales existentes o en su defecto, asistir a cursos online para tratar de actualizarnos en los diferentes temas que nos hace falta. Así mismo, gestionar capacitación a nuestros colaboradores.

Concretar alianzas estratégicas con los diferentes negocios existentes, formar asociaciones que permitan estar unidos para hacer frente en bloque, para poder realizar negociaciones con proveedores, entidades municipales y del estado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaide, V. (2019). *Relación de la innovación y el desempeño organizacional de los restaurantes fast food en San Isidro 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/10492/1/2020\\_Alcaide%20C%3a1rdenas.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/10492/1/2020_Alcaide%20C%3a1rdenas.pdf)
- Angulo, P. (2018). *Características de la innovación en la gestión de calidad en las mypes del sector servicios rubro restaurantes campestres de la zona agrícola de distrito de Chimbote, 2015*. [Tesis de pregrado, Universidad Uladech Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3766>
- Argudo, C. (2017). *La innovación empresarial*. <https://www.emprendepyme.net/innovacion>
- Baena, C. (2018). *Innovación empresarial: 12 características clave de las organizaciones innovadoras*. <https://winnova.es/claves-innovacion-empresarial/>
- Barton, M. (2020). *Relación de la innovación y el desempeño organizacional de los restaurantes Fast Food en san isidro 2019*. facultad de administración hotelería, turismo y gastronomía. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/10492/1/2020\\_Alcaide%20C%3a1rdenas.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/10492/1/2020_Alcaide%20C%3a1rdenas.pdf)
- Barrera, T. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las mypes sector servicio rubro de restaurantes del distrito de Ferreñafe, año 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Uladech Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9197>
- Bedoya, T. (2018). *Características de la gestión de calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Uladech Católica

los Ángeles de Chimbote].  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4212>

Biosca, D. (2013). *Las 20 características que tiene que tener un restaurante para que los clientes repitan*. <https://barradeideas.com/las-20-caracteristicas-que-tiene-que-tener-un-restaurante-para-que-los-clientes-repitan/>

Capillo, L. (2018). *Características de la innovación en la gestión de calidad en las MYPES, del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización planeta, Distrito cercado de lima, Provincia de lima, departamento de Lima, 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Uladech Católica los Ángeles de Chimbote].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/21769/gestion\\_de\\_calidad\\_capillo\\_%20mendez\\_%20wilmer.pdf?sequence=1&isallowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/21769/gestion_de_calidad_capillo_%20mendez_%20wilmer.pdf?sequence=1&isallowed=y)

CANATUR. (2020). *Ahora Perú señala que más de 70,000 restaurantes han cerrado durante la pandemia*. <https://portaldeturismo.pe/noticia/ahora-peru-senala-que-mas-de-70000-restaurantes-han-cerrado-durante-la-pandemia/>

Código de ética para la investigación de la Uladech Católica los ángeles de Chimbote. (2020). *Código de ética para la investigación versión 002*. <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>

Cruz, F. (2020). *Innovación para la sostenibilidad y plan de mejora en el emprendimiento Ivanna Herrera salón & spa dedicada a brindar servicios de peluquería y estética, Chimbote 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Uladech Católica los Ángeles de Chimbote].<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/19583>

Chuman, T. (2020). *La gestión de calidad y su influencia en la recuperación económica de las mypes del sector restaurantes en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado - Huánuco, 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Uladech Católica los Ángeles de Chimbote].<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/19273>

- Duran, M. (2017). *Microempresas, PyMEs y Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado de, Recuperado de, <https://www.onu.org.mx/microempresas-pymes-y-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- García, M. (2018). *¿Cuáles son los beneficios de aplicar la innovación tecnológica en una empresa?*. <https://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/noticias-y-movidas/cuales-son-los-beneficios-de-aplicar-la-innovacion-tecnologica-en-una-empresa/>
- García, A. y Leyva, B. (2021). *Innovación en las empresas turísticas de sonora, México*. Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas, 7 (48) 26 – 48. <http://www.revistaorbis.org/pdf/53/art3.pdf>
- Hernández, T y Ynoñan, P. (2020). *Desarrollo de una solución Olap para apoyar la toma de decisiones en las ventas en el restaurante sabores peruanos de la ciudad de Chiclayo*. [Tesis de pregrado, Universidad de Lambayeque]. <https://repositorio.udl.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UDL/357/Hernandez%20e%20Yno%c3%b1an%20-%20TESIS%20IS.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Hernández, M. y Valdez, K. (2020). *Innovación y cultura organizacional en empresas restauranteras de la ciudad de Oaxaca, México*. [Tesis de pregrado, Instituto Tecnológico de Oaxaca]. <https://www.eumed.net/actas/20/turismo/33-innovacion-y-cultura-organizacional-en-empresas.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M.P. (2010). *Metodología de la Investigación*. D.F., México: Mc. Graw Hill.
- Juárez, A. (2018). *Gestión de Calidad bajo el enfoque del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería y pastelería, Casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Uladech Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18502>
- Ley 28015. (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Disposiciones generales, Artículo 2, definición de la micro y pequeña empresa*. <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>

- Ley 30056. (2013). *Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Capítulo I, Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Artículo 5, características de las micro, pequeñas y medianas empresas.*  
<http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>
- Maldonado, J. (2018). *Gestión de procesos.* <https://docplayer.es/146213115-Gestion-de-procesos-jose-angel-maldonado.html>
- Medina, N. (2018). *Caracterización de Competitividad y Gestión de calidad de las mypes sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, talara, año 2018.* [Tesis de pregrado, Universidad Uladech Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4504>
- Moreno, R. (2020). *Gestión de calidad: ¿qué es y cómo ponerla en práctica?*. Recuperado de, <https://uvg.edu.mx/blog/index.php/gestion-de-calidad/>
- Norma ISO 9001. (2015). *¿Qué es la gestión de la calidad?*. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/08/que-es-la-gestion-de-la-calidad/>
- Ruiz, M. (2020). *¿Qué es un emprendedor?, características.* <https://milagrosruizbarroeta.com/que-es-un-emprendedor/>
- Sordo, I. (2020). *Innovación empresarial: definición y ejemplos en América Latina y España.* <https://blog.hubspot.es/sales/innovacion-empresarial>
- Shastri, N. (2019). *Cómo las aplicaciones móviles han transformado el sector de la restauración y la entrega a domicilio.* <https://www.bbvaopenmind.com/economia/empresa/como-las-aplicaciones-moviles-han-transformado-el-sector-de-la-restauracion-y-la-entrega-a-domicilio/>
- Talavera, A. (2018). *¿Qué es la innovación empresarial?*. <https://www.eaprogramas.es/blog/negocio/empresa/que-es-la-innovacion-empresarial>

Talavera, A. (2018). *Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad.*

Recuperado de, <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>

Vargas, H. (2019). *Diagnóstico y recomendaciones para la innovación de productos, en pequeñas empresas del sector restaurantero de la ciudad de México, 2019.*

[Tesis de pregrado, Universidad Iberoamericana].  
<http://ri.ibero.mx/handle/ibero/3586?locale-attribute=en>



## ANEXOS

### Anexo 1. Cronograma de Actividades

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>																	
Nº	ACTIVIDADES	Año 2019				Año 2020				Año 2021							
		Tesis I		Tesis II		Tesis III		Tesis IV		Taller de investigación							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2		
1	Elaboración del proyecto	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											
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de información						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											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 de artículo científico															x	
16	Revisión del informe de tesis y articulo científicos																x
17	Pre banca																x
18	Sustentación del informe final																X

## Anexo 2. Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable estudiante</b>			
<b>Categorías</b>	<b>Base</b>	<b>% Numero</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros</b>			
Impresiones	0.3	30	9
Fotocopias	50	0.1	5
Empastado	0	0	0
Papel Bond A 4 (500 Hojas)	2	22.5	45
Lapiceros	2	0.8	1.6
<b>Servicios</b>			0
Uso del turnitin	50	2	100
<b>Sub total</b>			160.6
<b>Gastos de viaje</b>			
Pasajes para recolectar la información	20	2	40
<b>Sub total</b>			40
Taller de investigación	3000	1	3000
<b>Subtotal</b>			
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			3200.6
<b>Presupuesto no desembolsable</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% Numero</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	120
Búsqueda de información en base de datos	35	2	70
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40	4	160
Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50
<b>Sub total</b>			400
<b>Recurso humano</b>			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252
<b>Sub total</b>			252
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			652
<b>Total (S/.)</b>			3852.6

**Financiamiento:** Autofinanciado por el estudiante.

### **Anexo 3. Instrumento de recolección de datos**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: LA INNOVACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTION DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE JOSE LEONARDO ORTIZ DE LA PROVINCIA DE CHICLAYO, AÑO 2021. Tesis para optar el grado de bachiller en ciencias administrativas. se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### **I. A LA VARIABLE INNOVACION**

##### **1. ¿La innovación la estima como gasto o inversión?**

- a). Gasto      b). Inversión

##### **2.- ¿Cree Ud. que su empresa es innovadora?**

- a). Si      b). No

##### **3.- ¿Qué factor es relevante para el éxito de la innovación?**

- a). Compromiso   b). Tecnología   c). Conocimientos   d). Inversión

##### **4.- ¿Asegura que las ideas innovadoras mejoran la sostenibilidad de la empresa?**

- a). Si      b). No

##### **5.- ¿Aplican procesos de medición; satisfacción/ ventas/costos?**

- a). Si      b). No

**6.- ¿En qué aspectos de la empresa piensa se debe innovar?**

- a). Los procesos      b). Marketing      c). Servicios y productos

**7.- ¿Cuál considera es su mayor ventaja competitiva?**

- a). Personal      b). Precio      c). Ubicación      d). Servicios y productos

**8.- ¿Considera que la empresa satisface todas las necesidades de los clientes**

- a). Si      b). No

**9.- ¿En qué servicios piensa se debe mejorar?**

- a). Delivery      b). Combos nuevos      c). Página web

**10.- ¿Qué relevancia le daría a la innovación para la Sostenibilidad y mejoramiento del emprendimiento?**

- a). Poco relevante      b). Relevante      c). Muy relevante

## **GESTIÓN DE CALIDAD**

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

- a) Si  
b) No

**12. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:**

- a) Benchmarking  
b) red-corporativas  
c) empowerment  
d) las 5 c  
e) outsourcing  
f) otros

**13. ¿Qué 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

**15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización**

- a) Si

#### Anexo 4. Figuras

Referente a la Innovación como factor relevante en la Gestión de Calidad

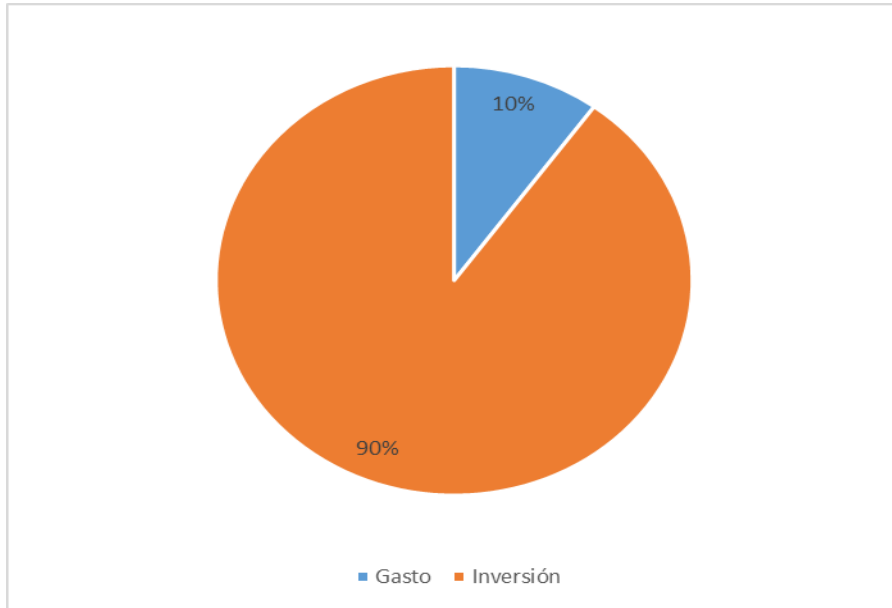


Figura 1. La innovación se estima como gasto o inversión

Fuente. Tabla 1

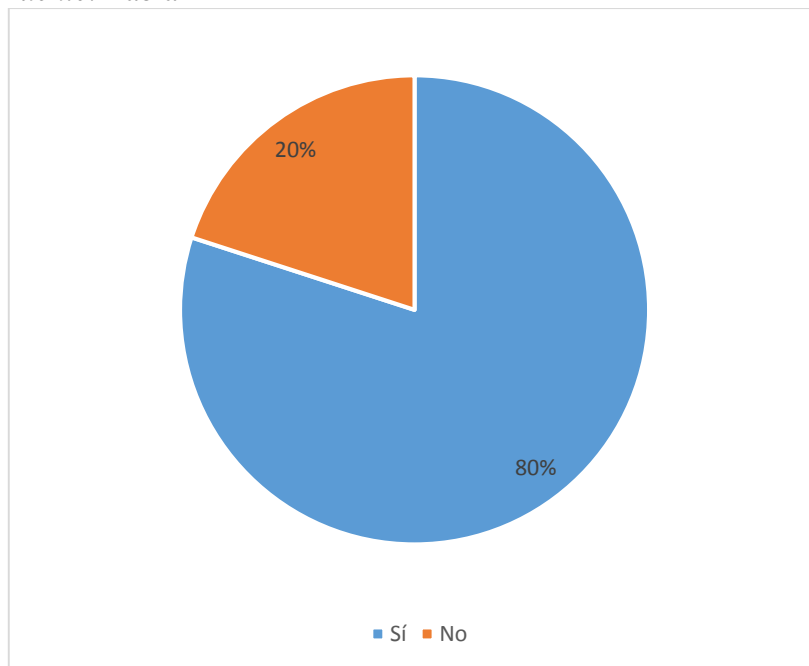


Figura 2. La empresa es innovadora

Fuente. Tabla 1

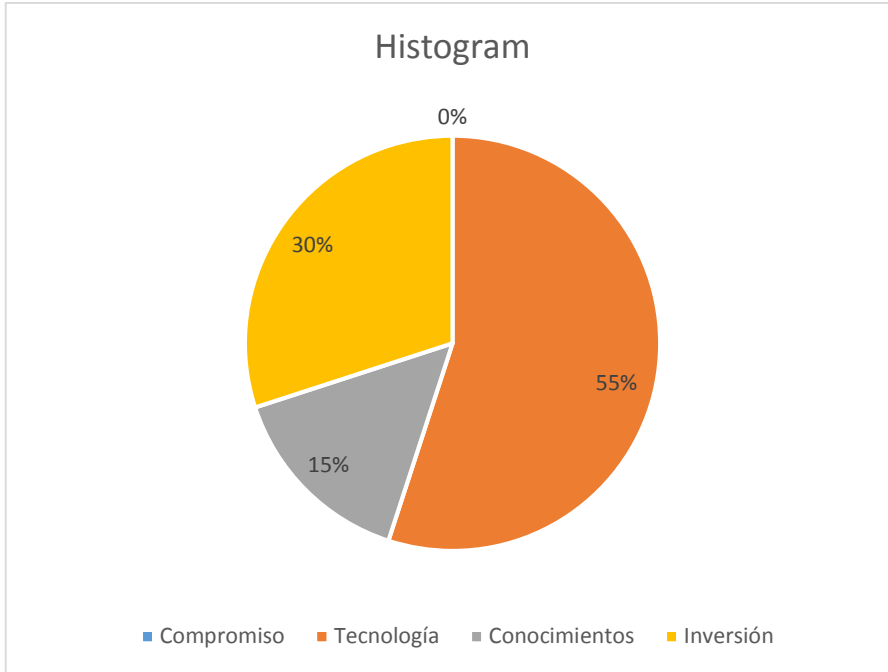


Figura 3. Factor relevante para el éxito de la innovación

Fuente. Tabla 1

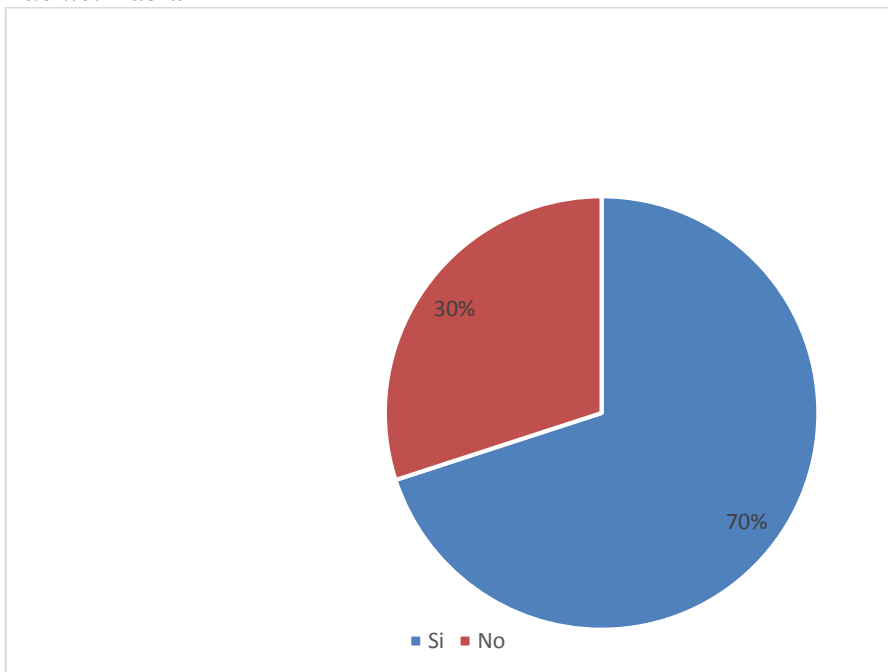


Figura 4. Asegura que las ideas innovadoras mejoran la sostenibilidad de la empresa.

Fuente. Tabla 1

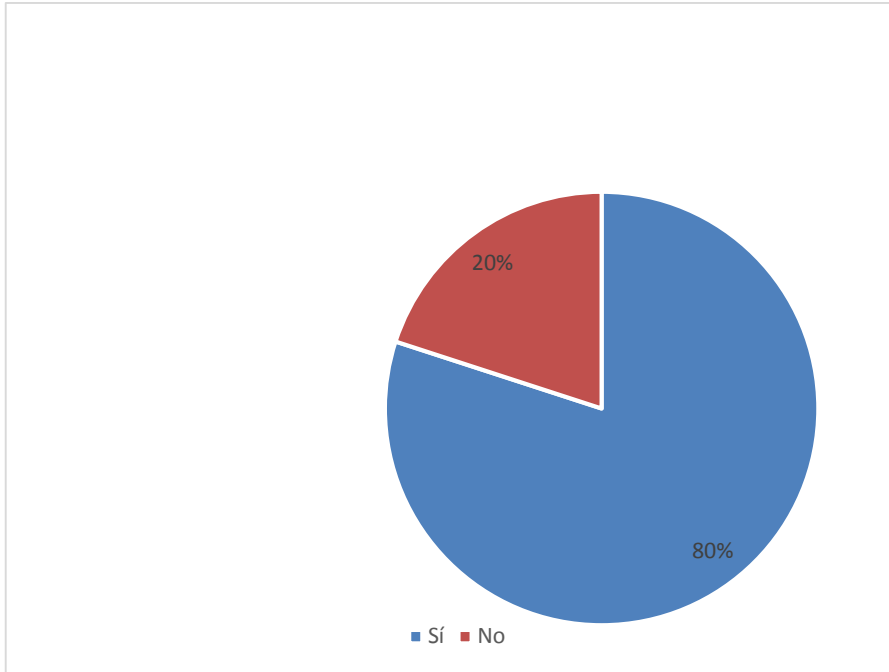


Figura 5. Se Aplica procesos de medición; satisfacción/ ventas/costos .  
*Fuente.* Tabla 1

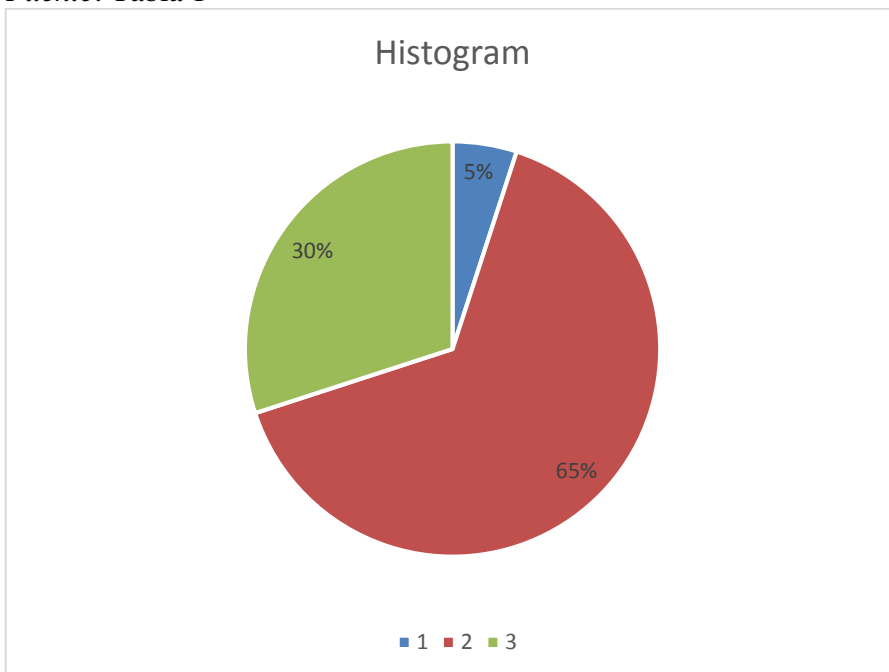


Figura 6. Aspectos que la empresa debe innovar.

*Fuentes.* Tabla 1



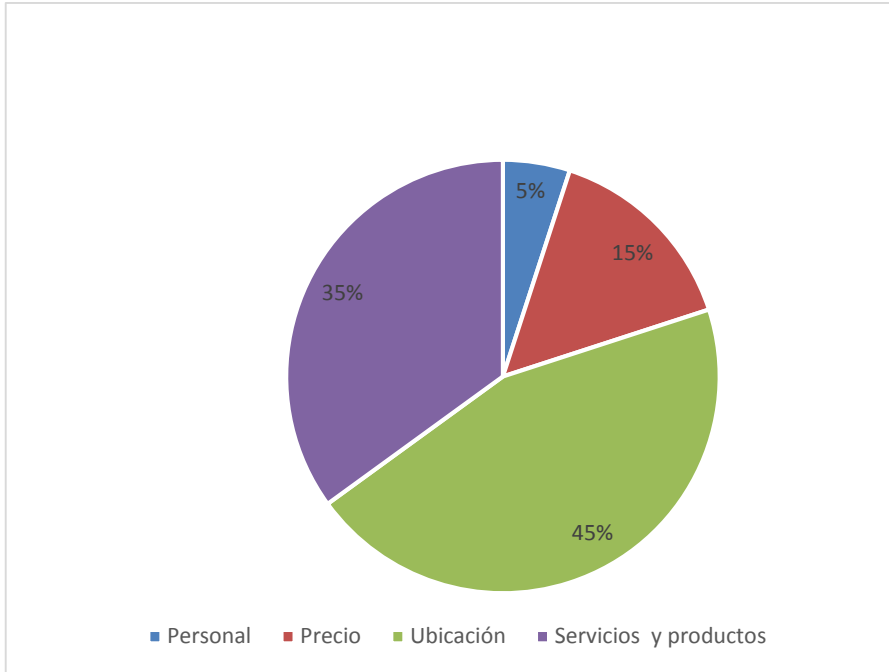


Figura 7. La mayor ventaja competitiva de la empresa  
*Fuente:* Tabla 1

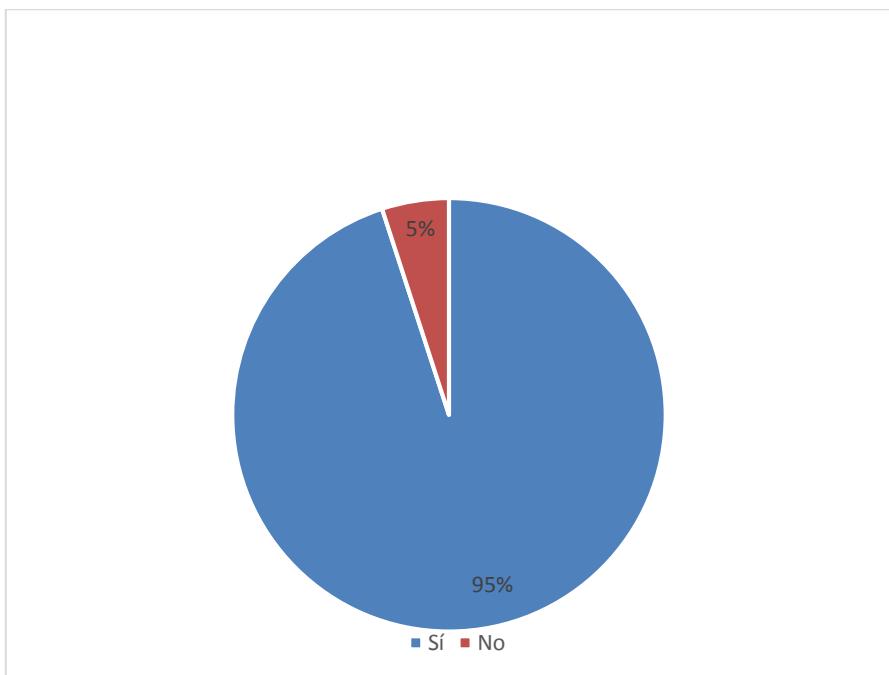


Figura 8. La empresa satisface todas las necesidades de los clientes  
*Fuente:* Tabla 1

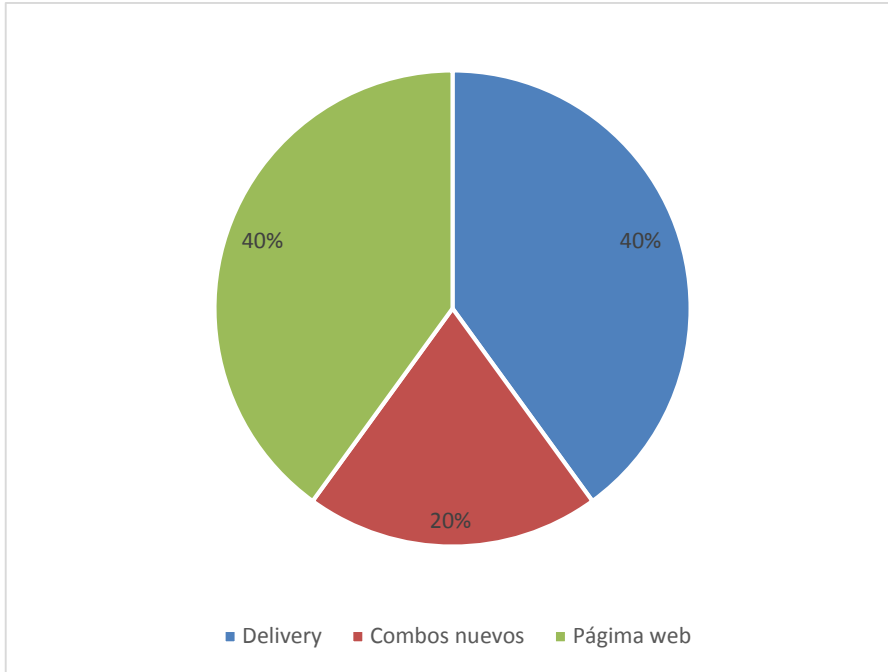


Figura 9. Servicios que se debe mejorar  
Fuente : tabla 1

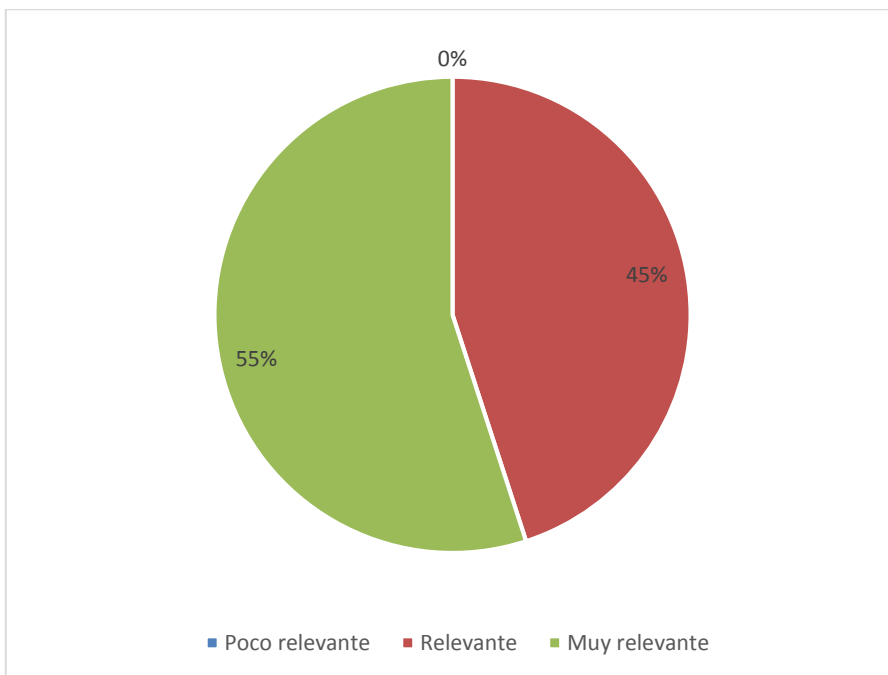


Figura 10. La innovación es relevante para la mejora y sostenimiento de la empresa  
Fuente: tabla 1

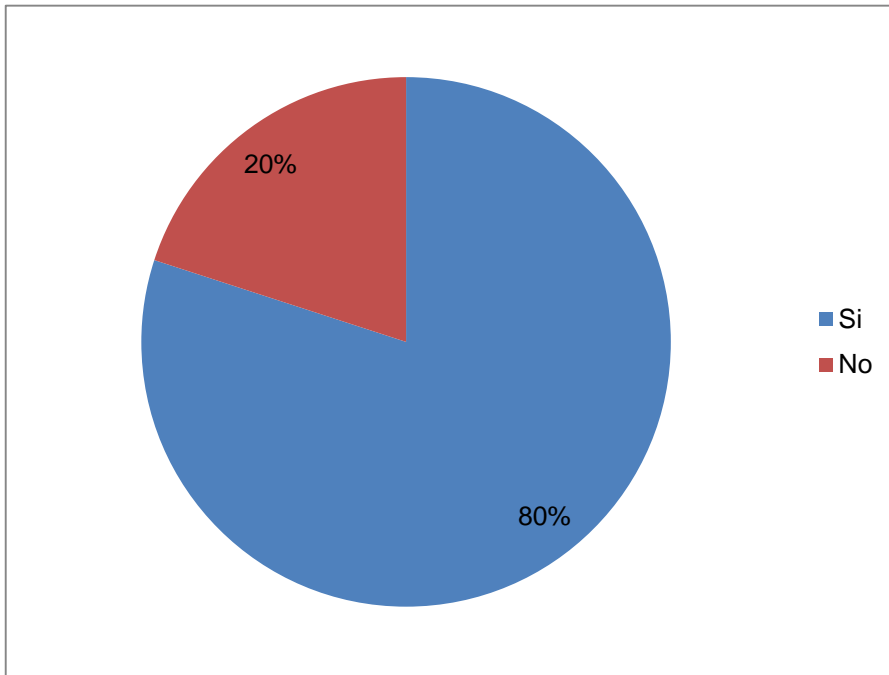


Figura 11. Conoce el término de gestión de calidad  
*Fuente : tabla 2*

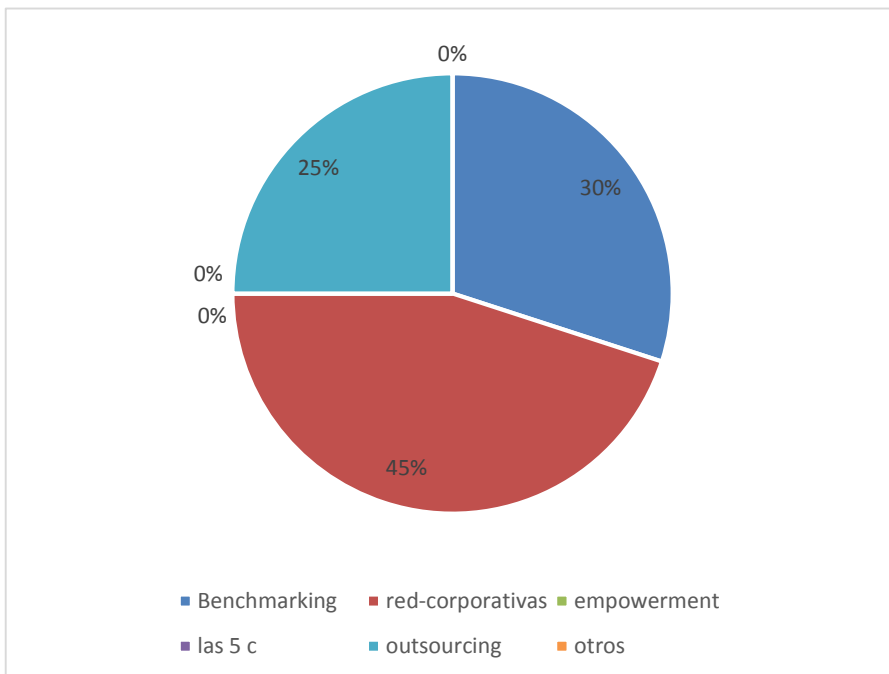


Figura 12. Conoce la técnica de red-corporativas  
*Fuente : tabla 2*

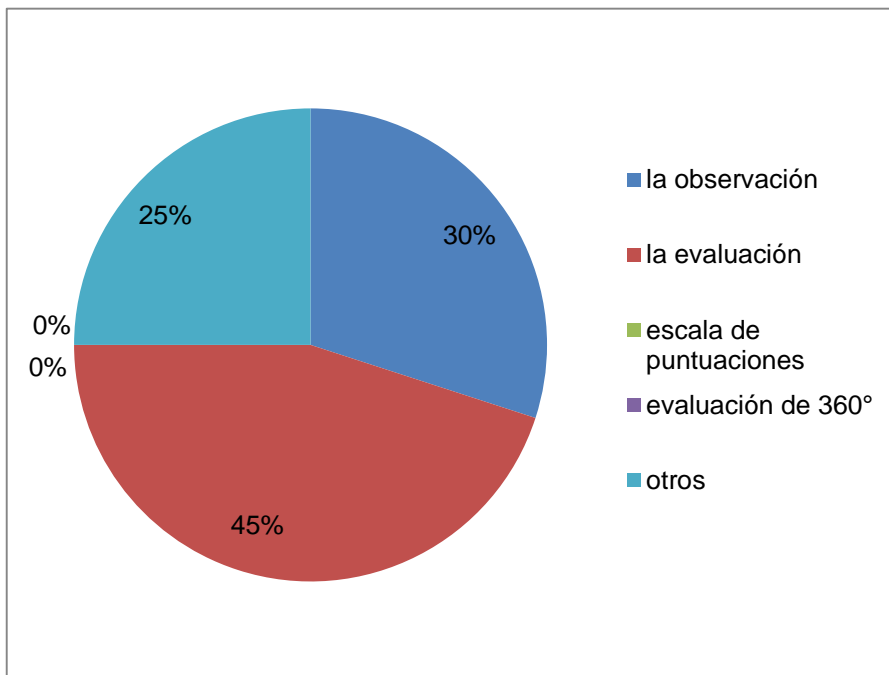


Figura 13. conoce las técnicas de evaluación  
Fuente: tabla 2

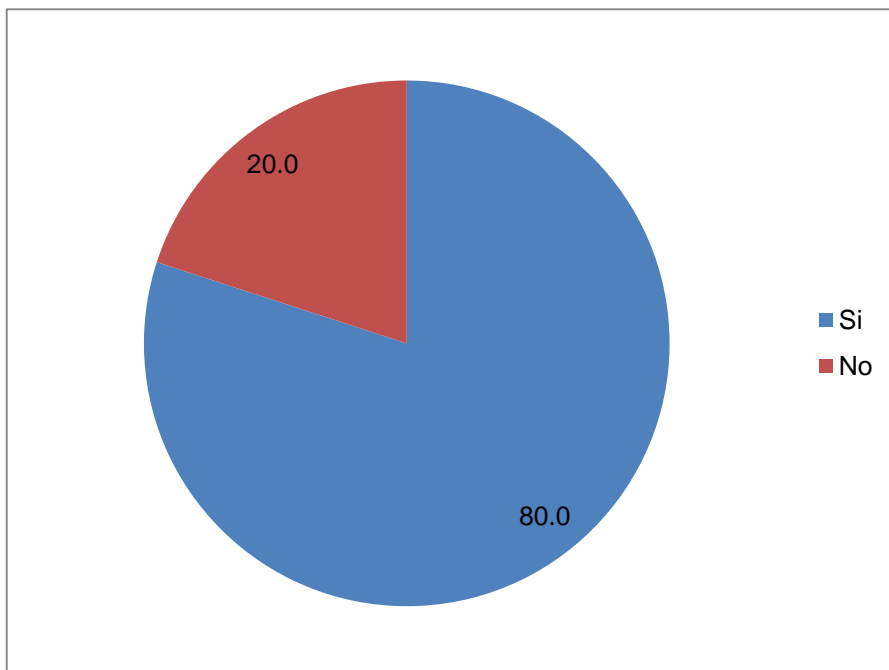


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio  
Elaboración propia  
Fuente: tabla 2

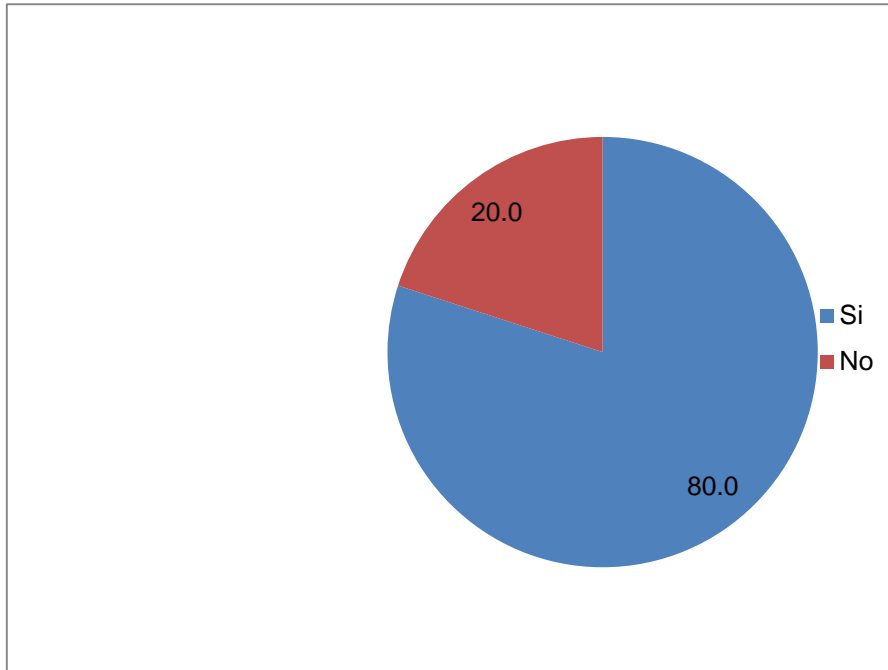


Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización.

*Fuente:* tabla 2