



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

CALIDAD DEL SERVICIO COMO FACTOR
RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO
RESTAURANTES, CAYHUAYNA, DISTRITO DE
PILLCO MARCA, HUÁNUCO, 2021.

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

AUTOR

POZO CARHUARICRA FRANK RICHARD

ORCID: 0000-0002-2876-7313

ASESOR

CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERU
2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Pozo Carhuaricra Frank Richard

ORCID: 0000-0002-2876-7313

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, Perú.

JURADO

Morillo Campos Yuly Yolanda

Presidente

ORCID. 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez Miguel Ángel

Miembro

ORCID. 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre Julio Cesar

Miembro

ORCID. 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez Miguel Ángel

Miembro

Cerna Izaguirre Julio Cesar

Miembro

Centurión Medina Reinerio Zacarías

Asesor

AGRADECIMIENTO

A mis padres por el apoyo incondicional que me ayudaron a terminar la carrera profesional y a los docentes por guiarnos y enseñarnos a culminar la carrera.

RESUMEN

En la presente investigación tuvo como objetivo general determinar las características de la calidad del servicio como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco Marca, Huánuco 2021, la investigación se desarrolló con un diseño no experimental – de corte transversal – descriptivo, tuvo una población de 47 restaurantes de las cuales se trabajó con una muestra dirigida de 16 restaurantes. La técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento que se aplicó fue el cuestionario que consta de 15 preguntas que se obtuvieron los siguientes resultados el 50% de los representantes de los restaurantes tiene una edad entre 26 a 35 años de edad, el 75% de los restaurantes tiene una permanencia en el mercado entre 1 a 5 años, el 88% de los restaurantes no dan incentivos a sus colaboradores, el 63% de los restaurantes no capacita a sus colaboradores, el 50% de los restaurantes realiza publicidad a través de las redes sociales y el 50% de los restaurantes utiliza las redes sociales como herramienta de innovación. Finalmente se llegó a la conclusión que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante no dan incentivos a sus colaboradores ya sea económico o laboral, no realizan encuestas a sus clientes para poder identificar sus necesidades, no capacitan a sus colaboradores en temas de atención calidad del servicio entre otros temas. Así mismo la mayoría realiza publicidad a través de las redes sociales por ser un medio más rápido y de llegada a más gente y también utilizan las redes sociales como una herramienta de innovación.

Palabras clave: Calidad del servicio, calidad, gestión.

ABSTRACT

In the present research, the general objective was to determine the characteristics of the quality of the service as a relevant factor of quality management in micro and small companies restaurant sector, Cayhuayna, Pillco Marca District, Huanuco 2021. the research was developed with a non-experimental – crosssectional – descriptive design, had a population of 47 restaurants of which we worked with a directed sample of 16 restaurants. The technique that was used was the survey and the instrument that was applied it was the questionnaire consisting of 15 questions that were obtained the following results 50% of restaurant representatives are between 26 and 35 years of age 75% of restaurants have a stay in the market between 1 to 5 years, 88% of restaurants do not give incentives to their employees, 63% of restaurants do not train their employees, 50% of restaurants advertise through social networks and 50% of restaurants use social media as a tool for innovation. It was finally concluded that most micro and small businesses were restaurants they do not give incentives to their employees either economically or in the workplace, they do not conduct surveys of their customers in order to identify their needs, they do not train their employees in issues of quality of service, among other issues. Also most advertise through social networks for being a faster medium and reaching more people and also use social networks as a tool for innovation.

Keyword: Quality of service, quality, management.

CONTENIDO

1. Título.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma de jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria (opcional).....	iv
5. Resumen y abstract.....	v
6. Contenido.....	vii
7. Índice de tablas y figuras.....	viii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura.....	5
2.1 Antecedentes.....	5
2.2 Bases teóricas.....	10
2.3 Marco conceptual.....	14
III. Hipótesis.....	15
IV. Metodología.....	16
4.1 Diseño de la investigación.....	16
4.2 Población y muestra.....	16
4.3 Definición y operacionalización de variable e indicadores.....	17
4.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	18
4.5 Plan de análisis.....	18
4.6 Matriz de consistencia.....	19
4.7 Principios éticos.....	20
V. Resultados.....	21
5.1 Resultados.....	21
5.2 Análisis de resultados.....	25
VI. Conclusión.....	29
Aspectos complementarios.....	30
Referencias bibliográficas.....	31
Anexos.....	33
Cronograma de actividades.....	34
Presupuesto.....	35
Instrumento de recolección de datos.....	36
Población de restaurantes de cayhuayna.....	47

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas:

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco marca, Huánuco 2021.....21

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco marca, Huánuco2021.....22

Tabla 3. Características de la calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco marca, Huánuco 2021.....23

Figuras:

Figura 1. Edad.....	39
Figura 2. Genero.....	39
Figura 3. Grado de instrucción.....	40
Figura 4. Cargo que desempeña.....	40
Figura 5. Tiempo de la empresa en el rubro.....	41
Figura 6. Número de colaboradores.....	41
Figura 7. Personas que trabajan en la empresa.....	42
Figura 8. Sueldo de los colaboradores.....	42
Figura 9. Los colaboradores reciben incentivos.....	43
Figura 10. Encuestas a sus clientes.....	43
Figura 11. Capacitaciones a sus colaboradores.....	44
Figura 12. Publicidad.....	44
Figura 13. Colaboradores son proactivos en sus labores.....	45
Figura 14. Herramientas de innovación.....	45
Figura 15. Inventario.....	46

I. INTRODUCCION

La crisis ocasionada por la pandemia ha causado un daño enorme a la economía global esto afectado el bienestar de las empresas, a nivel mundial las mypes son las más afectadas por la pandemia, entre las actividades más perjudicadas está el sector servicio los restaurantes, hotelería, agencias de viajes, etc.

La micro y pequeñas empresas son el motor de crecimiento de la economía, ya que en la última década se forjaron muchos restaurantes debido a que el Perú es uno de los países con mayor reconocimiento mundial en el ámbito gastronómico, esto hace que las micro y pequeñas empresas tengan que mejorar su servicio para así poder competir en el mercado.

Para que los restaurantes puedan sobrevivir es necesario gestionar bien, en un restaurante hay que atender múltiples factores de los que depende el éxito. La cocina, el servicio en general, los proveedores, los problemas y sus soluciones, el marketing, y varios más, son aspectos claves para una buena gestión de calidad. El objetivo de todo propietario o administrador de un restaurante es una buena gestión de calidad, para así poder brindar un servicio de calidad, el cierre de los restaurantes en un corto plazo se debe a que los propietarios no están capacitados para administrar una mype y que las instituciones públicas no le brindan el apoyo para que puedan ser competitivas en el mercado.

Una buena gestión de calidad mejorara su calidad de servicio, mayor rentabilidad y será una empresa competitiva en el mercado. Los restaurantes que no apliquen una gestión de calidad desaparecerán en el corto tiempo, ahora mencionare la problemática de las mypes en algunos países:

A nivel internacional según Hoyer (2012) una de las principales causas que incide en la carencia de servicio que se puede ver en los restaurantes, es el desconocimiento de los propietarios en brindar una excelente calidad de servicio en sus negocios. Los datos de una

encuesta realizado por la National Restaurant Association de Estados Unidos (NRAEU). “Determino que el 49% de los clientes regresan a los restaurantes por la calidad del servicio y solo el 12% por la calidad de la comida”. Hay 2 causantes primordiales en la calidad del servicio: la eficiencia y cortesía. Esto se logra a través de capacitaciones al personal de servicio para que así se logre tener una clientela satisfecha (Hoyer, 2012).

A nivel nacional según el profesor de la escuela de Posgrado de la ESAN Otto Regalado Pezúa, la pandemia y las restricciones dictadas por el presidente obligaron el cierre de los restaurantes hasta que el gobierno autorice la apertura total de los restaurantes, esta se dará solo cuando los casos de contagios disminuyan. Según la Cámara de Comercio de Lima (CCL), “existen más de 200 mil restaurantes, cifras que coinciden con la Asociación de Restaurantes y afines, que indican que hay cerca de 200 mil establecimientos que da empleo a más de 1 millón de personas a nivel nacional”. Por otro lado los restaurantes no podrán sobrevivir a la pandemia por mucho tiempo, pero una vez que se den las medidas de protección los restaurantes volverán a sus actividades. Los restaurantes que su oferta está dirigido a turistas extranjeros que no ingresan al país debido a la pandemia, el rubro gastronómico es un negocio que genera puestos de trabajo y es urgente que las autoridades planteen nuevas medidas económicas (Regalado, 2020).

A nivel regional según el Presidente de la Asociación Gastronómica de Arequipa (AGAR), Javier Chávez, indicó que los restaurantes no logran superar la crisis, las ventas llegan apenas a un 20% y con estos ingresos no pueden mantener los costos fijos, la mayoría de los restaurantes trabajan para mantener su vigencia. Menos de la mitad de los restaurantes volvieron abrir porque el costo para implementar los protocolos sanitarios es demasiado costoso. En Arequipa hay un promedio de 5 mil restaurantes que genera más de 20 mil puestos de trabajo. Se estima que al mes este sector ha perdido 10 millones de soles. En Arequipa la gastronomía

también promueve el turismo, ya que en el año 2019 llegaron 1 millón y medio de turistas. Más de la mitad de ellos decidieron como destino Arequipa por su gastronomía. (Chávez, 2020)

A nivel local según la Asociación de Hoteles y Restaurantes de Huánuco, 150 restaurantes de Huánuco están implementando medidas de bioseguridad para su atención a delivery recomendadas por el Ministerio de Salud. Así lo dio a conocer Mario Rojas Meza, quien preciso que están a la espera de que el ministerio de la producción les asigne un código para que puedan enviar su plan de trabajo (Rojas, 2020).

El enunciado de la presente investigación es ¿Cuáles son las características de la calidad del servicio como factor relevante de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas rubro restaurantes, Cayhuayna, Distrito de Pillco Marca, Huánuco, 2021? El objetivo general de la investigación fue determinar las características de la calidad del servicio como factor relevante de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas rubro restaurantes, Cayhuayna, Distrito de Pillco Marca, Huánuco, 2021 y para determinar los objetivos generales se planearon los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco Marca, Huánuco 2021,
- ✓ Especificar las características de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco Marca, Huánuco,2021
- ✓ Analizar las características de la calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas rubro restaurantes, Cayhuayna, Distrito de Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Finalmente el proyecto se justifica porque fue de gran utilidad para los restaurantes que desean aplicar una gestión de calidad y ser más competitivo en el mercado ya que muchos restaurantes no tienen una buena gestión de calidad, también se justifica porque hoy en día hay

muchos restaurantes que cierran sus puertas por una mala gestión o desconocimiento de cómo administrar una empresa y por último se justifica porque beneficio a la colectividad y a los estudiantes para futuras investigaciones como medio de consulta. La metodología que se desarrolló fue un diseño no experimental – de corte transversal – descriptivo, tuvo una población de 47 restaurantes de las cuales se trabajó con una muestra dirigida de 16 restaurantes. La técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento que se aplicó fue el cuestionario que consta de 15 preguntas que se obtuvieron los siguientes resultados el 88% de los restaurantes no dan incentivos a sus colaboradores, el 69% de los restaurantes no realiza encuestas a sus clientes, el 63% de los restaurantes no capacita a sus colaboradores, el 50% de los restaurantes realiza publicidad a través de las redes sociales, el 63% de los restaurantes sus colaboradores no son proactivos en sus labores, el 50% de los restaurantes utiliza las redes sociales como una herramienta de innovación, el 37% de los restaurantes realiza inventario semanal. Finalmente se llegó a la conclusión que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante no dan incentivos a sus colaboradores ya sea económico o laboral, no realizan encuestas a sus clientes para poder identificar sus necesidades, no capacitan a sus colaboradores en temas de atención calidad del servicio entre otros temas. Así mismo la mayoría realiza publicidad a través de las redes sociales por ser un medio más rápido y de llegada a más gente y también utilizan las redes sociales como una herramienta de innovación.

II. REVISION DE LA LITERAURA

2.1 Antecedentes

Luego de haber revisado los trabajos de investigación existentes en las diferentes Universidades Nacionales y Privadas a nivel internacional y nacional, las mismas que se detallan a continuación:

A nivel internacional:

Peña (2018) en su tesis de investigación *Diagnóstico de la calidad de los servicios y atención al cliente de la cevichería “Pepe 3”*. La presente investigación tiene como objetivo el diagnóstico de la calidad del servicio y atención al cliente de la cevichería “Pepe 3”, debido a la insatisfacción que tienen los clientes al momento de ser atendidos. El diseño de la investigación es un enfoque mixto, a fin de percibir la óptica que los clientes externos de la Cevichería “Pepe 3” en cuanto a servicios y nivel de satisfacción, se considera con elementos de medición cualitativas y cuantitativas esto se llevó a cabo precisando las técnicas y los instrumentos de investigación acordes a la información que se pretende obtener. La población que se considera para este diagnóstico es de 109,500 que corresponden al número tickets de compras emitidos a los clientes que acudieron a la Cevichería “Pepe 3” ubicada en Urdenor y Alborada el año 2016. La muestra esta conformada por un grupo de la población que es de 383. La técnica que se aplico es la observación y el instrumento es la ficha de observación, que se realizó una visita a la cevichería “Pepe 3”. Proporcionare alguno de los resultados de la investigación, El 44% de los clientes encuestados respondieron que están muy satisfechos con la atención de los colaboradores de la cevichería “Pepe 3”, el 37% de los clientes encuestados respondieron que es regular el tiempo de atención, el 53% de los clientes encuestados respondieron que están muy satisfechos con la cortesía en la atención. El investigador llego a la conclusión que la calidad es lo más importante para empresas que

ofrecen diversos servicios al cliente, más aun cuando es de servicio gastronómico, los clientes son más exigentes por lo que requieren satisfacción en todo momento.

A nivel nacional

Antúnez (2017) en su tesis de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. El objetivo general de la investigación era determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de la micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurante, en la ciudad de Huarmey, 2016, y sus objetivos específicos son: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, ciudad de Huarmey, 2016, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, ciudad de Huarmey, 2016, determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, ciudad de Huarmey, 2016. El diseño de la investigación es no experimental – transversal – descriptivo, la población está conformada por 26 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante, la muestra está dirigido a 22 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante, de las que aceptaron participar en la investigación. La técnica que utilizo en la investigación es la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Proporcionare algunos de los resultados de la investigación, el 73% de la edad de los representantes de los restaurantes esta entre los 31 a 50 años, el 46% de los representantes de los restaurantes tiene el grado académico de estudios superiores, el 59% de los restaurantes son informales, el 59% de los restaurantes si aplica una gestión de calidad en la atención a sus clientes. El investigador llego a la conclusión que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro

restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50 años, son de género masculino, con un grado de instrucción superior.

Yahuana (2017) en su tesis de investigación *Caracterización de la competitividad y la gestión de calidad de las Mype en el rubro restaurantes de la Urbanización la Alborada-Piura, año 2016*. Estableció como objetivo identificar las características que tienen la competitividad y la Gestión de calidad de las MYPE en el rubro restaurantes de la Urbanización la Alborada-Piura, año 2016. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a las variables: competitividad y gestión de calidad. La población está conformada por 5 restaurantes y la muestra está conformada por el total de la población. La técnica que utilizó en la investigación es la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Proporcionare algunos de los resultados de la investigación, el 59 % de las personas encuestadas considera que el precio del producto es un factor muy determinante en las mypes competitivas, el 80 % de los restaurantes encuestados respondieron que los objetivos de calidad no le han permitido a las mypes la mejora continua, el 100 % de los restaurantes encuestados respondieron que no cuentan con los documentos necesarios para asegurar su eficaz planificación, operación y control de procesos. El investigador llegó a la conclusión que en relación a los factores de la competitividad se ha determinado que estos son: la innovación en las ventas, la eficiencia en la comercialización; en segundo plano se ven los factores del precio, la poca diversificación.

Moreno (2016) en su tesis de investigación *Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector restaurantes turísticos del distrito de Iquitos, año 2016*. La investigación, tuvo como objetivo principal determinar la gestión de calidad y formalización del Sector Restaurantes Turísticos del distrito de Iquitos año 2016. Para tal efecto, se aplicó metodología de investigación del tipo descriptivo – transversal - no experimental, La

población está constituido por 20 micro y pequeñas empresas del sector restaurantes turístico del distrito de Iquitos, su muestra está conformada de 19 restaurantes turísticos del distrito de Iquitos. . La técnica que utilizo en la investigación es la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Proporcionare algunos de los resultados de la investigación, el 47% de los representantes de los restaurantes encuestados está en un rango de edad de 30 a 44 años, el 84% de los representantes de los restaurantes encuestados son de género masculino, el 47% de los representantes de los restaurantes encuestados respondió que el capital de trabajo es propio, el 68% de los representantes de los restaurantes encuestados respondió que no tiene una estructura orgánica. El investigador llego a la conclusión que la micro y pequeñas empresas del sector Restaurante Turístico, se caracterizan porque operan enfocados en sus clientes bajo la filosofía de la mejora continua (68,4%). Sin embargo, no significan que conoce bien lo que involucra una administración de Calidad.

Querevalu (2019) en su tesis de investigación *Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las mype, rubro restaurante, centro de Talara, año 2017*. La investigación tuvo como objetivo general determinar las características que tiene la gestión de calidad y productividad de las MYPE rubro restaurantes centro de Talara, año 2017. Se empleó la metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, la población son 4 MYPE, constituidas por 25 trabajadores, población finita conocida menor de 50 personas, por lo que la muestra es de 25 trabajadores para ambas variables, La técnica que utilizo en la investigación es la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Proporcionare algunos de los resultados de la investigación, el 64% de los representantes de los restaurantes encuestados respondieron que siempre incentivan la participación del personal para que alcancen sus objetivos, el 56% de los representantes de los restaurantes encuestados respondieron que siempre realizan procesos para que así lograr la mejora continua en los restaurantes, el 80% de los representantes de los restaurantes

encuestados respondieron que siempre capacitan al personal para mejorar sus habilidades dentro de los restaurantes. El investigador llegó a la conclusión que la relación a los principios de la gestión de calidad de las MYPE, se detallan la mejora continua en el servicio, las relaciones que mantiene con sus clientes, el enfoque al cliente, en el que brindan una atención adecuada, la participación del personal, el liderazgo en el que se involucran a todos los miembros de la organización, los procesos para el logro de la mejora continua y la participación en el proceso de toma de decisiones.

A nivel local

Alvarado K, y Villar, S (2019) en su tesis de investigación Gestión de calidad y su relación con los servicios de la cevichería el señor limón – Huánuco 2019. El objetivo de la investigación es establecer de qué manera la gestión de calidad se relaciona con los servicios de la cevichería el señor limón – Huánuco 2019. El tipo de investigación es descriptivo correlacional, el diseño utilizado es el no experimental – correlacional. Debido a que se desconoce la población, en términos numéricos, se trabajó con el tipo de población infinita que “es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por lo que no existe un registro documental de estos” la muestra está conformada por 20 clientes tomados al azar. La técnica que se utilizó es la encuesta y el instrumento es el cuestionario. Proporcionare alguno de los resultados de la investigación: El 65% de los clientes encuestados respondieron que el nivel de desempeño de los trabajadores es regular, el 60% de los clientes encuestados respondieron que el nivel de rapidez en la atención es malo, el 80 de los clientes encuestados respondieron que el costo de los productos es regular, el 60% de los clientes encuestados respondieron que la amabilidad del personal es regular. El investigador llegó a la conclusión de lograr establecer la manera en que la gestión de calidad se relaciona con los servicios en la cevichería el señor limón – Huánuco 2019 y también

logro determinar la relación entre el desempeño de los trabajadores con los servicios que brinda la cevichería el señor limón – Huánuco 2019.

2.2 Bases teóricas

Definición de gestión de calidad

La calidad es una definición extensa, ya que es tema que afecta a las empresas. Para esto se requiere establecer un sistema de gestión, un sistema que establezca políticas, objetivos y lograr esos objetivos. También se observó que pueden existir importantes vacíos entre lo que quiere un cliente y lo que la empresa le ofrezca. ¿Cómo reaccionan las organizaciones para evitar sus vacíos? Creando sistemas de gestión de calidad, sistemas para dirigir y controlar una empresa pero sin dejar de lado la calidad (Carrión, Jabaloyes, y Carot, 2020).

Evolución de la gestión de calidad

A través de los años la respuesta que dieron las organizaciones al tema de la calidad ha cambiado con el paso de los años. Estas etapas se sintetizan en tres grandes fases:

- Control de calidad

Siendo estrictos con el concepto, no se le puede considerar al control de calidad como un sistema. El control de calidad es un conjunto de técnicas utilizadas para estandarizar, el control de calidad es una parte primordial de las empresas, ya que nos da a conocer los procedimientos para una eficaz fabricación o atención para así alcanzar los estándares. Con el pasar de los años el control de calidad ha experimentado cambios importantes, desde el control de los procesos hasta la verificación del producto (Carrión, Jabaloyes, y Carot, 2020).

- Aseguramiento de la calidad y garantía de calidad

La calidad inicia como un cambio natural del control de calidad, que resulta poco eficaz y prevenir la aparición de fallos. Para esto es necesario la creación de sistemas de calidad que tengan incorporado procesos preventivos como una forma de vida, para poder anticipar fallos antes de que sucedan. Un sistema de calidad nos garantiza que la empresa cumple con los estándares establecidos y así asegurando la calidad en el largo tiempo. La calidad surge debido a las exigencias de los clientes y la dificultad de los productos, La calidad conceptualizada como un conjunto de procesos establecidos y sistemas encaminado para lograr un nivel de calidad, tiene como objetivo garantizar la dirección de la organización ha cumplir sus metas a corto y largo plazo. El departamento de producción de la empresa se responsabiliza de la calidad del producto a lo largo del proceso, las inspecciones a lo largo de las etapas de producción son menos numerosas dado que la calidad se garantiza así misma con los estándares (Carrión, Jabaloyes, y Carot, 2020).

Según Carrión, Jabaloyes, y Carot la Garantía de Calidad tendrá' como funciones:

- Aprender y determinar los procedimientos de inspección en la producción
- Afirmar que las ejecuciones de productividad son apropiados para obtener un producto de calidad aplicando los estándares.
- Señalar cuales son los estándares de calidad, de acuerdo a la prioridad de los clientes y con la política comercial de las organizaciones.
- Afirmar de forma continua los cambios de calidad, la integridad de las técnicas empleadas y de las pruebas de laboratorio que en su caso se efectúan.

➤ Estudiar los orígenes que provocan defectos de conformidad y definir las acciones correctivas.

- **Gestión Total de la Calidad (G.T.C.) o Calidad Total**

A inicios de los años 80 en Japón apareció una filosofía nueva de trabajo que permitía permanentemente mejorar la calidad, esto involucraba a todos los niveles de la empresa para así poder cumplir con los objetivos (Carrión, Jabaloyes, y Carot 2020).

Las empresas buscan la calidad total ya que es la apuesta por una mejora en sus procesos, con la meta de llegar a la calidad óptima en todas las áreas. Es una definición que explica como las empresas pueden satisfacer a sus clientes a través de sus productos, para llegar a la calidad total se tiene que mejorar constantemente el producto o servicio, para así conseguir un producto de calidad. Las empresas están en constante mejora para que puedan cumplir el objetivo de la calidad total, un cliente satisfecho crea una percepción de la calidad del producto. Cuando se satisface las necesidades de los clientes en su totalidad se estará dando un servicio de calidad total (Carrión, Jabaloyes, y Carot 2020).

Ishikawa, un autor reconocido de la gestión de la calidad, proporcionó la siguiente definición respecto a la Calidad Total: "Filosofía, cultura, estrategia o estilo de gerencia de una organización según la cual todas las personas en la misma, estudian, practican, participan y fomentan la mejora continua de la calidad" (Carrión, Jabaloyes, y Carot, 2020).

Finalidad de la calidad del servicio

Vaquero (2013) el concepto de calidad es dar lo que el cliente espera recibir por un producto o servicio. Ya que sólo de esta manera el cliente estará satisfecho con lo que ha consumido. Las empresas que producen servicios de alta calidad obtienen mayor fidelidad

de la clientela, por lo que, la subida de precios se acepta mejor, en relación a la competencia, y resisten mejor en los periodos de recesión económica. Existen dos tipos de calidad; la mensurable, tangible y que se aplica a los productos. Y la no mensurable, intangible y subjetiva que se aplica a los servicios.

La calidad se clasificar en:

- Calidad externa

Es la razón entre la probabilidad que tiene el cliente y la apreciación del servicio o producto que se le ofrece, el resultado de la satisfacción del cliente. La evaluación de la satisfacción al cliente mediante el reconocimiento y apreciación de sus perspectivas y apreciaciones, constituye el centro de la calidad externa (Vaquero, 2013).

- Las expectativas se percibe con los deseos o carencias del consumidor.
- Las percepciones son creencias o confirmaciones objetivas que el consumidor forja del servicio tras recibirlo.

- Calidad interna

Es el nivel de productividad con el que colaborados de cualquier empresa gestiona, produce y vende un bien o servicio. También se determina como el out put es decir, la calidad del colaborador o de la empresa que tiene como objetivo la satisfacción del cliente (Vaquero, 2013).

Debe existir:

- Motivación del colaborador
- Metas claras y comúnmente conocidos y aceptados
- Donde las estrategias se consideren a largo plazo

2.3 Marco conceptual

Mype

Es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, con el objetivo de desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio.

Restaurante

Son establecimientos de servicio público donde se paga por la comida o bebida, en la que se puede consumir en el mismo local o sino para llevar.

Cliente

Es una persona o entidad que compra bienes o servicios de una empresa, para así poder satisfacer sus necesidades

Colaborador

Personas que presta sus servicios y que son retribuidas por otras personas, ya sea un particular una empresa o una institución.

III. HIPOTESIS

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) no todas las investigaciones de nivel descriptivo requieren de una hipótesis, por ese motivo la presente investigación no tiene hipótesis.

IV. METODOLOGIA

4.1 Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó fue la investigación no experimental – transversal – descriptivo.

Fue no experimental, porque no se manipularon las variables y se observó cómo son las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, fue transversal porque se realizó en un tiempo determinado específicamente en el 2021, fue descriptivo porque se describió las características de las mypes del rubro restaurante y las variables.

4.2 Población y muestra

Población

Para determinar la población se solicitó a la Municipalidad de Pillco marca la información de cuantos restaurantes existen en Cayhuayna, cuyo resultado es de 47 restaurantes registrados (Ver anexo 5).

Muestra

Para determinar la muestra se utilizó una muestra dirigida de 16 restaurantes, que desearon participar en la investigación, el criterio de la selección de la muestra estuvo en función a la disponibilidad para brindar información por parte de los representantes de los restaurantes.

4.3 Definición y operacionalización de variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad	Es una serie de procesos sistemáticos que le permiten a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las distintas actividades que lleva a cabo. Esto garantiza estabilidad y consistencia en el desempeño para cumplir con las expectativas de los clientes (Estela, 2020)	Procesos de gestión	Costos laborales	Nominal
			Incentivos	Nominal
			Encuestas	Nominal
		Planeamiento	Capacitación	Nominal
			Publicidad	Nominal
		Ejecutar	Productividad del colaborador	Nominal
			Herramientas de innovación	Nominal
Controlar	Inventario	Nominal		

Aspecto complementario	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante	Persona que promueve y concierta la venta de productos de un comercio. (RAE, s.f, definición 3)	Datos de los representantes de las micro y pequeñas empresas	Edad	Razón
			Genero	Nominal
			Grado de instrucción	Nominal
			Cargo que desempeña	Nominal
Perfil de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante	Es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, con el objetivo de desarrollar actividades económicas. (Congreso de la república, 2003).	Datos de las mype	Tiempo de la empresa en el mercado	Razón
			Número de colaboradores	Razón
			Personas que trabajan en la empresa	Nominal

4.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta, que esta dirigida a los representantes de los restaurantes de Cayhuayna, distrito de Pillco Marca, Huánuco. Para el recojo de la información el instrumento fue el cuestionario que consta de 15 preguntas.

4.5 Plan de análisis

El plan de análisis permitió dar respuesta a la investigación, se realizó un trabajo de campo el cual permitió conocer si los restaurantes aplican una gestión de calidad, se utilizó algunos software para elaborar el proyecto y procesar los datos:

Microsoft Word: Es un procesador de textos que a los usuarios les permite crear y editar documentos.

Microsoft Power Point: Es un software que permite realizar presentaciones a través de diapositivas.

Microsoft Excel: Es un software que permite realizar tareas contables y financieras, desarrolla para crear y trabajar con hojas de cálculo.

4.6 Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología		
					Diseño de investigación	Población y muestra	Instrumento de recolección de datos
Calidad del servicio como factor relevante de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas rubro restaurantes, Cayhuayna, distrito de Pillco Marca, Huánuco, 2021.	¿Cuáles son las características de la calidad del servicio como factor relevante de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas rubro restaurantes, Cayhuayna, distrito de Pillco Marca, Huánuco, 2021?	<p>O. General Determinar las características de calidad del servicio como factor relevante de la gestión de calidad en las mype rubro restaurantes, Cayhuayna, Distrito de Pillco Marca, Huánuco, 2021.</p> <p>O. Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indicar las características de los representantes de las mype rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco Marca, Huánuco, 2021 • Especificar las características de las mype rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco Marca, Huánuco, 2021 • Analizar las características de la calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad en las mype rubro restaurantes, Cayhuayna, Distrito de Pillco Marca, Huánuco, 2021. 	El estudio por ser de tipo descriptiva no requiere hipótesis, (Hernández , Fernández y Baptista, 2010).	Calidad del servicio como factor relevante de la gestión de calidad	El diseño que se utilizó en la investigación fue, no experimental – transversal – descriptivo.	<p>Población: La población esta conformada por 47 restaurantes.</p> <p>Muestra: La muestra esta conformada por 16 restaurantes.</p>	Para el desarrollo de la investigación se aplicó el instrumento del cuestionario que esta dirigida a los representantes de los restaurantes.

4.7 Principios éticos

El presente código de ética tiene por finalidad establecer los principios y valores éticos que quien las buenas prácticas y conducta responsable de los estudiantes y docentes. Aprobado por acuerdo de consejo universitario con Resolución N^o 0973-2019-CU-ULADECH Católica. Toda investigación que se realiza en la Universidad se guía por los siguientes principios.

Protección a las personas: En las investigaciones que se trabaja con personas se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Las investigaciones que involucren el medio ambiente, plantas y animales deben tomar medidas para evitar daños.

Libre participación y derecho a estar informado: Las personas que desarrollen actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollen.

Beneficencia no maleficencia: Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones.

Justicia: El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos y las limitaciones de sus capacidades y conocimientos, no den lugar o toleren prácticas injustas.

Integridad científica: La integridad o rectitud deben regir no solo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional.

V. RESULTADOS

5.1 Resultado

Tabla 1

Características de los representantes de las mypes rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco marca, Huánuco 2021.

Características de los representantes	n	%
Edad		
18 a 25 años	2	12.00
26 a 35 años	8	50.00
36 a 45 años	4	25.00
46 años a más	2	13.00
TOTAL	16	100.00
Genero		
Masculino	10	62.00
Femenino	6	38.00
TOTAL	16	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	1	6.00
Estudios básicos	10	62.00
Estudio superior	3	19.00
Estudios universitarios	2	13.00
TOTAL	16	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	14	87.00
Administrador	2	13.00
TOTAL	16	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco marca, Huánuco 2021.

Tabla 2

Características de las mypes rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco marca, Huánuco 2021.

Características de las mypes	n	%
Tiempo de la empresa en el rubro		
1 a 5 años	12	75.00
6 a 10 años	3	19.00
11 años a más	1	6.00
TOTAL	16	100.00
Número de colaboradores		
1 a 5	12	75.00
6 a 10	2	12.00
11 a más	2	13.00
TOTAL	16	100.00
Personas que trabajan en la empresa		
Familiares	4	25.00
No familiares	12	75.00
TOTAL	16	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco marca, Huánuco 2021.

Tabla 3

Características de la calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco marca, Huánuco 2021.

Características de la calidad de servicio y la gestión de calidad	n	%
Sueldo de los colaboradores		
Pago por hora	0	0.00
Pago semanal	10	62.00
Pago mensual	6	38.00
TOTAL	16	100.00
Los colaboradores reciben incentivos		
Bono económico	2	12.00
Descuentos en la empresa	0	0.00
Paseos o viajes	0	0.00
No reciben incentivos	14	88.00
TOTAL	16	100.00
La empresa realiza encuestas a sus clientes		
Cada mes	0	0.00
Cada 3 meses	2	12.00
Cada 6 mese	1	6.00
Anualmente	2	13.00
No realiza encuestas	11	69.00
TOTAL	16	100.00
La empresa realiza capacitaciones a sus colaboradores		
Cada mes	0	0.00
Cada 3 meses	2	12.00
Cada 6 meses	1	6.00
Anualmente	3	19.00
No realiza capacitaciones	10	63.00
TOTAL	16	100.00

Continúa

Características de la calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco marca, Huánuco 2021.

La empresa realiza publicidad		
Redes sociales	8	50.00
Publicidad tradicional	5	31.00
No realiza publicidad	3	19.00
TOTAL	16	100.00
Los colaboradores son proactivos en sus labores		
Si	6	37.00
No	10	63.00
TOTAL	16	100.00
La empresa utiliza herramientas de innovación		
Software de gestión	2	12.00
Redes sociales	8	50.00
Sitio web	0	0.00
Ninguno de los anteriores	6	38.00
TOTAL	16	100.00
Cada cuanto tiempo la empresa realiza inventario		
Todos los días	3	19.00
Semanal	6	37.00
Quincenal	2	13.00
Mensual	5	31.00
No realiza inventario	0	0.00
TOTAL	16	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco marca, Huánuco 2021.

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1

A la pregunta realizada con respecto a la edad de los representantes el 50% tiene una edad entre 26-35 años, esto contrasta con los resultados de Antúnez (2017), donde el 72.7 tiene la edad entre 31-50 años. Estos resultados nos indica que las micro y pequeñas empresas son dirigidas por jóvenes ya que tienen ese espíritu emprendedor.

A la pregunta realizada con respecto al género de los representantes el 62% de los representantes son de género masculino, esto coincide con los resultados de Antúnez (2017), donde el 63.6% son de género masculino. Estos resultados nos indica que las micro y pequeñas empresas son dirigidas por el género masculino ya que es un rubro muy rentable

A la pregunta realizada con respecto al grado de instrucción el 62% de los representantes tiene el grado de instrucción de estudios básicos esto contrasta con Moreno (2016), donde el 63.2 % tiene estudios técnicos. Estos resultados nos indica que las micro y pequeñas empresas están dirigidas por personas que tienen poco conocimiento en gestión y calidad de servicio.

A la pregunta realizada con respecto al cargo que desempeña el 87% de los representantes son los dueños quienes administran el negocio eso coincide con Moreno (2016), donde el 63.2% son los dueños quienes administran el negocio. Estos resultados nos indican que las micro y pequeña empresa están administradas por el propio dueño ya que ellos son quienes toman las decisiones de la empresa.

Tabla Nª 02:

A la pregunta realizada con respecto al tiempo de la empresa en el rubro el 75% de la micro y pequeña empresa tiene de 1 a 5 años de permanencia en el rubro esto coincide con Antúnez (2017), donde el 68.2% de la micro y pequeña empresa tiene de 1 a 3 años de permanencia en el rubro. Estos resultados nos indican que las micro y pequeña empresa en su mayoría tiene poco tiempo en el mercado debido a la competencia o una mala administración.

A la pregunta realizada con respecto al número de colaboradores el 75% de la micro y pequeña empresa tuene de 1 a 5 colaboradores esto contrasta con Moreno (2016), donde el 42.1% de la micro y pequeña empresa tiene de 5 a 9 colaboradores. Estos resultados nos indican que las micro y pequeña empresa en su mayoría son micro empresas ya que tienen pocos colaboradores.

A la pregunta realizada con respecto a las personas que trabajan en la empresa el 75% de las micro y pequeña empresa tiene laborando a colaboradores no familiares en la empresa. Estos resultados nos indican que las micro y pequeña empresa prefieren laborar con personas que no están relacionado a la familia.

Tabla 3

A la pregunta realizada con respecto al sueldo de los colaboradores el 62% de los micros y pequeñas empresas paga a sus colaboradores semanal. Estos resultados nos indica que las micro y pequeña empresa paga semanal ya que los colaboradores no desean cobrar mensual debido que es mucho tiempo para cobrar.

A la pregunta realizada respecto si los colaboradores reciben incentivos el 88% de la micro y pequeñas empresa los colaboradores no reciben incentivos por parte de la empresa esto contrasta con Querevalu (2019), que el 48% de las micro y pequeñas empresas incentivan a veces a sus colaboradores. Estos resultados nos indica que las micro y pequeñas empresas en su mayoría no incentivan a sus colaboradores debido a que es un gasto.

A la pregunta realizada respecto si la empresa realiza encuesta a sus clientes el 69% de las micro y pequeñas empresas no realiza encuesta a sus clientes. Estos resultados nos indica que las micro y pequeñas empresas en su mayoría no realiza encuesta a sus clientes porque lo toman como algo innecesario.

A la pregunta realizada respecto si la empresa realiza capacitaciones a sus colaboradores el 63% de la micro y pequeña empresa no realiza capacitaciones a sus colaboradores esto coincide con Antúnez (2017), donde el 54.5% no capacita a sus colaboradores. Estos resultados nos indica que las micro y pequeñas empresas en su mayoría no capacita a sus colaboradores porque no cuentan con los recursos para poder capacitarlos.

A la pregunta realizada respecto si la empresa realiza publicidad el 50% de las micro y pequeñas empresas realiza su publicidad a través de las redes sociales. Estos resultados nos indica que las micro y pequeñas empresas en su mayoría realiza publicidad por medio de las redes sociales debido que es una herramienta gratis y llega a más personas.

A la pregunta realizada respecto si los colaboradores son proactivos en sus labores el 63% de las micro y pequeñas empresa sus colaboradores no son proactivos en sus labores. Estos resultados nos indica que las micro y pequeñas empresas en su mayoría sus colaboradores no son proactivos debido a que la empresa no los incentiva y no los capacita.

A la pregunta realizada respecto si la empresa utiliza herramientas de innovación el 50% de las micro y pequeñas empresas utiliza las redes sociales como herramienta de innovación. Estos resultados nos indica que las micro y pequeñas empresas en su mayoría utiliza las redes sociales como herramienta de innovación debido que es gratis y de fácil uso.

A la pregunta realizada respecto cada cuanto tiempo la empresa realiza inventario el 37% de las micro y pequeñas empresas realiza inventario cada semana. Estos resultados nos indica que las micro y pequeñas empresas en su mayoría realizan inventario una vez a la semana ya que es un periodo de tiempo ni tan corto ni tan largo.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco marca son personas jóvenes y adultas que tienen una edad entre 26 a 35 años, en su mayoría son de género masculino, con un grado de instrucción de estudios básicos y los dueños son quienes administran la empresa.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, Cayhuayna, Distrito de Pillco marca tiene una permanencia en el rubro de 1 a 5 años, tiene de 1 a 5 colaboradores trabajando y tienen laborando a miembros no familiares en la empresa.

La mayoría de los representantes respondieron que paga a sus colaboradores semanal, no reciben incentivos por parte de la empresa, no realiza encuestas a sus clientes, no realizan capacitaciones a sus colaboradores, realiza publicidad a través de las redes sociales, los colaboradores no son proactivos en sus labores, utilizan las redes sociales como herramienta de innovación y realizan su inventario cada semana.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones:

Incentivar a sus colaboradores ya que sino el colaborador no se va sentir motivado y sin ganas de dar lo máximo por la empresa, ya que si motivamos a los colaboradores ellos se van identificar con la empresa.

Encuestar cada cierto tiempo a sus clientes ya que es una técnica muy utilizada por las grandes empresas para que puedan saber qué es lo que piensan los clientes de la empresa, como poder satisfacer sus necesidades con relación al producto o servicio que se brinda y poder tomar mejores decisiones.

Capacitar a sus colaboradores para que así estén actualizados, poder brindar una mejor atención y un mejor producto y que los colaboradores se sientan valorados por la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Antúnez, C. (2017) Tesis. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043053>

Alvarado, K & Villar, S (2019) Tesis. Recuperado de:

<http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/5822/TTH00061A48.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chávez, J. (29 de septiembre del 2020) Arequipa: las picanterías abrieron sus puertas y se recuperan poco a poco. Recuperado de: elcomercio.pe

<https://elcomercio.pe/peru/arequipa/arequipa-las-picanterias-abrieron-sus-puertas-y-se-recuperan-poco-a-poco-noticia/?ref=ecr>

Congreso de la república (2003) Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (N^a 28015). Recuperado de

<https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

Estela, M. (23 de julio del 2020) Gestión de calidad. Recuperado de: concepto.de

<https://concepto.de/gestion-de-calidad/>.

García, P. (14 de enero del 2020) ¿Qué es la gestión de calidad en tu restaurante? Recuperado

de: enlacocina.telemesas.es. <https://enlacocina.telemesa.es/gestion-administracion-restaurantes/que-es-la-gestion-de-calidad-en-tu-restaurante/>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M (2010) Metodología de la investigación (5a ed.).

México: McGraw-Hill / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Hoyer, O. (21 de abril del 2012) La calidad de servicio en los restaurantes: un problema de gerencia. Recuperado de: Omarjhoyer.wordpress.com

<https://omarjhoyer.wordpress.com/2012/04/21/la-calidad-de-servicio-en-los-restaurantes-un-problema-de-gerencia/>

Jabaloyes, V. Carot, S. & Carrión, G. (2020) Introducción a la gestión de la calidad. Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/165233?>

Molina, O. (2014) Calidad de los servicios. Recuperado de: ecured.cu
https://www.ecured.cu/Calidad_de_los_Servicios

Moreno, T. (2016) Tesis. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043550>

Peña, F. (2018) Tesis. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27603>

Querevalu, R. (2019) Tesis. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000049026>

Real Academia Española. (s.f) Representante. En diccionario de la lengua española.
Recuperado el 30 de junio de 2021, de <https://dle.rae.es/representante>

Regalado, O. (24 de abril del 2020) Restaurantes: problemas, retos y soluciones en medio de la pandemia. Recuperado de: gestion.pe
<https://gestion.pe/blog/gestiondeservicios/2020/04/restaurantes-problemas-retos-y-soluciones-en-medio-de-la-pandemia.html/?ref=gesr>

Rojas, M. (12 de mayo del 2020) 150 restaurantes en Huánuco están implementando medidas de bioseguridad para atención a delivery. Recuperado de: tudiariohuanuco.pe
<https://tudiariohuanuco.pe/actualidad/150-restaurantes-de-huanuco-estan-implementando-medidas-de-bioseguridad-para-atencion-delivery/>

Vaquero, G. (2013) Servicio en restaurante. Madrid, Spain: Editorial CEP, S.L. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/50743?>

Yahuana, U. (2017) Tesis. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043118>

ANEXOS

Anexo 01: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N ^a	Actividades	Año 2021								Año 2021							
		Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
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 o docente titular				X												
5	Mejora de marco teórico					X	x										
6	Redacción de la revisión de literatura							x									
7	Elaboración del consentimiento informado								x								
8	Ejecución de la metodología									x							
9	Resultados de la investigación										x						
10	Conclusiones y recomendaciones											x					
11	Redacción del pre informe de investigación												x				
12	Redacción del informe final													x			
13	Aprobación del informe final por el jurado de investigación														x		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															x	
15	Redacción del artículo científico																x

Anexo 02: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Numero	Total (S/.)
Suministros			
• Impresiones	50.00		50.00
• Fotocopias	5.00		5.00
• Empastado	10.00		10.00
• Papel bond A-4	10.00		10.00
• Lapiceros	1.00		1.00
Servicios			
• Uso del turnitim	50.00	2	100.00
Sub total			176.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolección de información	10.00		10.00
Sub total			10.00
Total de presupuesto desembolsable			186.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Numero	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de internet (Laboratorio de aprendizaje digital – LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Modulo de investigación del ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			838.00

Anexo 03: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las mype, para desarrollar el trabajo de investigación denominado, “Calidad del servicio como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, Cayhuayna, distrito de Pillco Marca, Huánuco, 2021”

ENCUESTA

La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se agradece su valiosa colaboración.

Marque con una (X) la respuesta.

DATOS GENERALES

De los representante de las mype

1. Edad
 - a) 18 a 25 años
 - b) 26 a 35 años
 - c) 36 a 45 años
 - d) 46 años a más
2. Genero
 - a) Masculino
 - b) Femenino
3. Grado de instrucción
 - a) Sin instrucción
 - b) Estudios básicos
 - c) Estudios superior
 - d) Estudios universitario
4. Cargo que desempeña
 - a) Dueño
 - b) Administrador

De las mype

5. Tiempo de la empresa en el rubro
 - a) 1 a 5 años

- b) 6 a 10 años
- c) 11 años a más
- 6. Numero de colaboradores
 - a) 1 a 5
 - b) 6 a 10
 - c) 11 a más
- 7. Personas que trabajan en la empresa
 - a) Familiares
 - b) No familiares

VARIABLES

Calidad del servicio y gestión de calidad

- 8. ¿El sueldo de los colaboradores es?
 - a) Pago por horas
 - b) Pago semanales
 - c) Pagos mensuales
- 9. ¿Los colaboradores reciben incentivos?
 - a) Bono económico
 - b) Descuentos en la empresa
 - c) Paseos o viajes
 - d) No reciben incentivos
- 10. ¿La empresa realiza encuesta a sus clientes?
 - a) Cada mes
 - b) Cada 3 meses
 - c) Cada 6 meses
 - d) Anualmente
 - e) No realiza encuesta
- 11. ¿La empresa realiza capacitaciones a sus colaboradores?
 - a) Cada mes
 - b) Cada 3 meses
 - c) Cada 6 meses
 - d) Anualmente
 - e) No realiza capacitaciones
- 12. ¿La empresa realiza publicidad?
 - a) Redes sociales
 - b) Publicidad tradicional
 - c) No realiza publicidad
- 13. ¿Los colaboradores son proactivos en sus labores?
 - a) Si
 - b) No
- 14. ¿La empresa utiliza herramientas de innovación?
 - a) Software de gestión
 - b) Redes sociales
 - c) Sitio web
 - d) Ninguna de las anteriores
- 15. ¿Cada cuánto tiempo la empresa realiza inventario?
 - a) Todos los días
 - b) Semanal

- c) Quincenal
- d) Mensual
- e) No realiza inventario

Anexo 04: Figuras

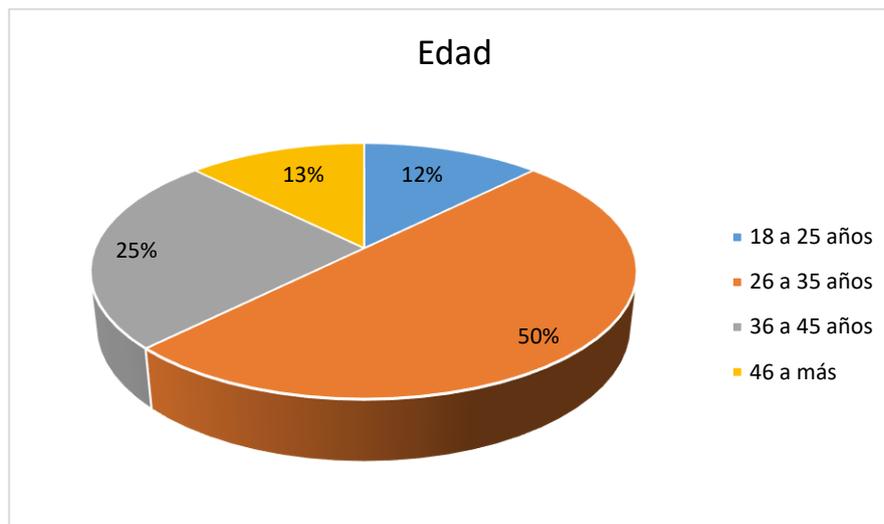


Figura 1: Edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas
Fuente: Tabla 1

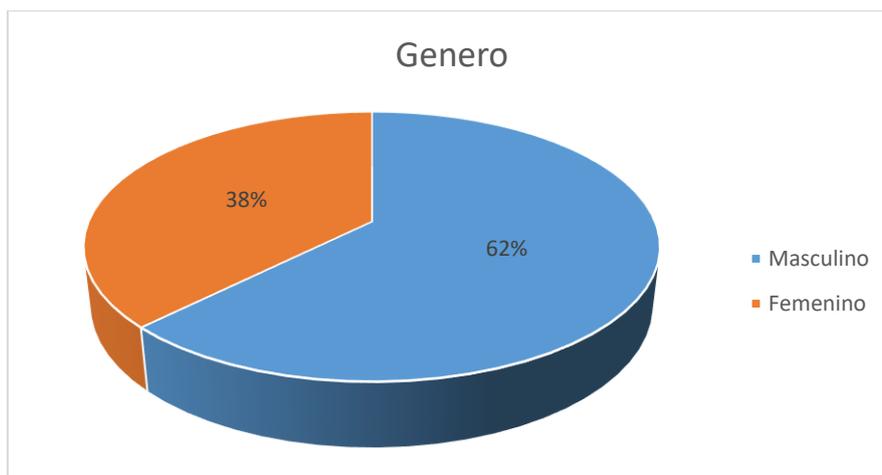


Figura 2: Genero de los representantes de las micro y pequeñas empresas
Fuente: Tabla 1

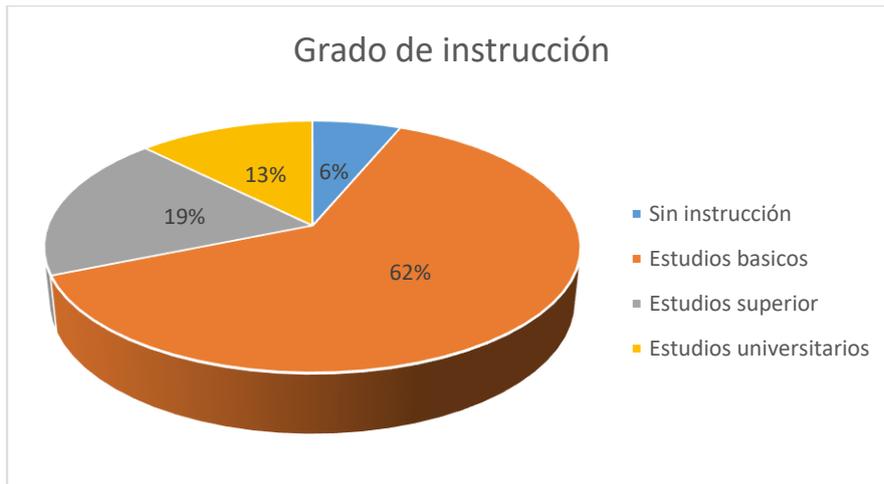


Figura 3: Grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas
Fuente: Tabla 1

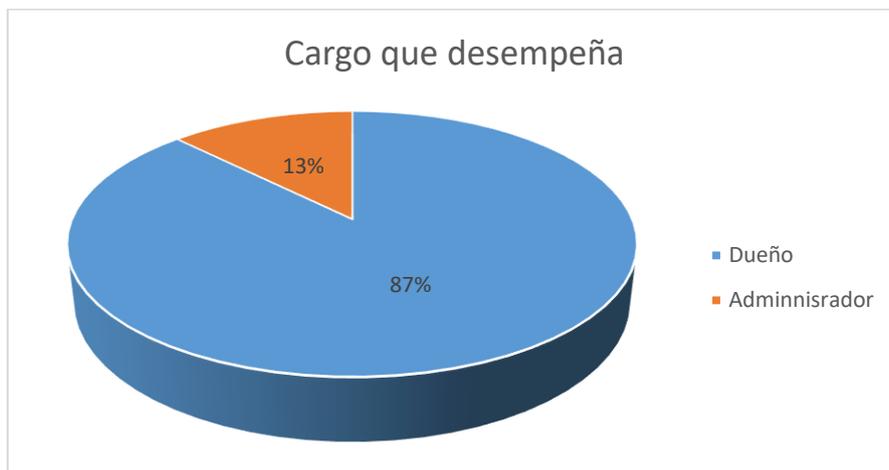


Figura 4: Cargo que desempeña los representantes de las micro y pequeñas empresas
Fuente: Tabla 1

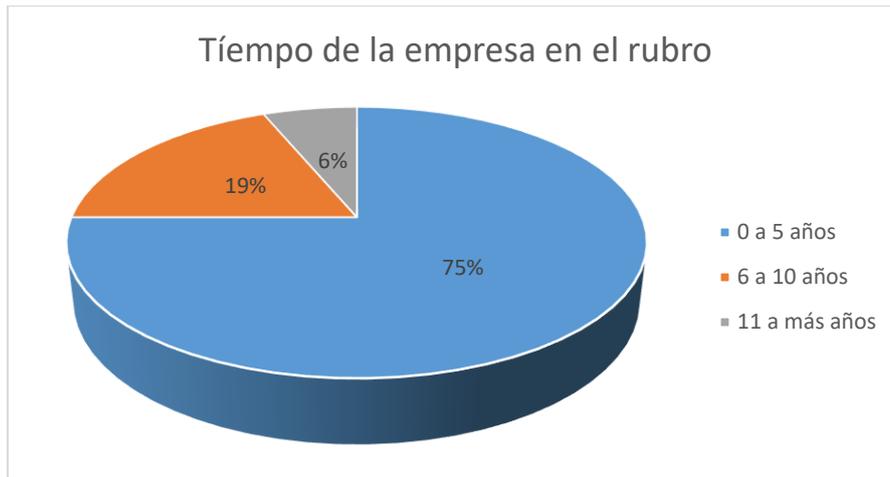


Figura 5: Tiempo de la empresa en el rubro
 Fuente: Tabla 2

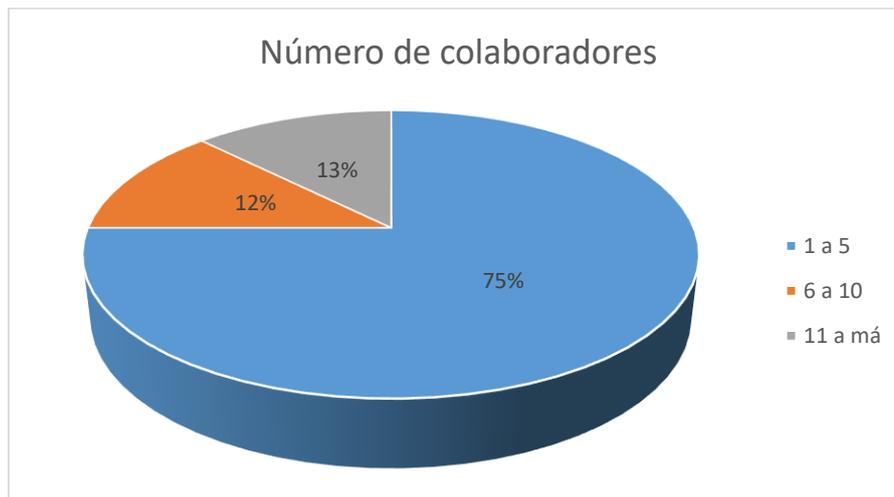


Figura 6: Número de colaboradores
 Fuente: Tabla 2



Figura 7: Personas que trabajan
Fuente: Tabla 2

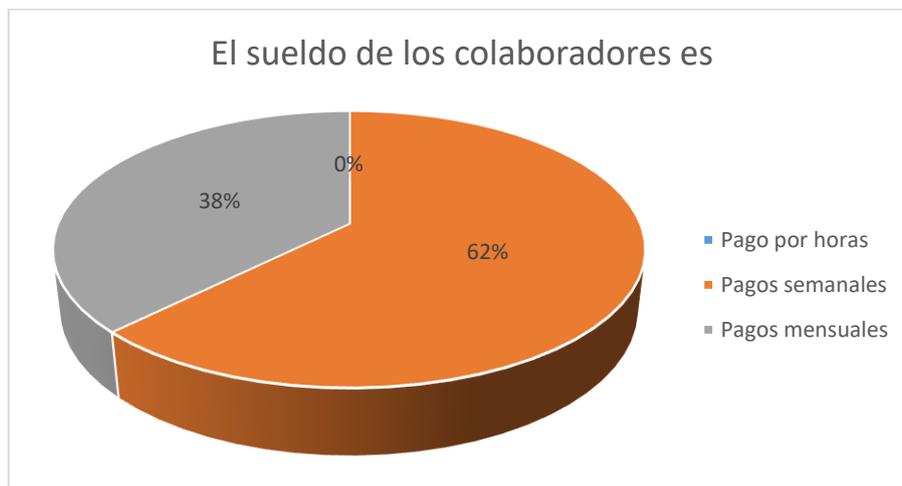


Figura 8: Sueldo de los colaboradores
Fuente: Tabla 3

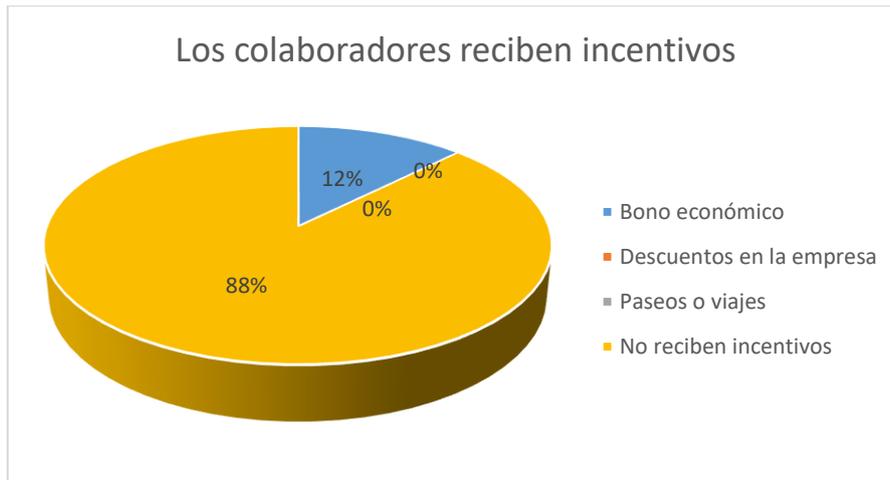


Figura 9: Los colaboradores reciben incentivos
 Fuente: Tabla 3

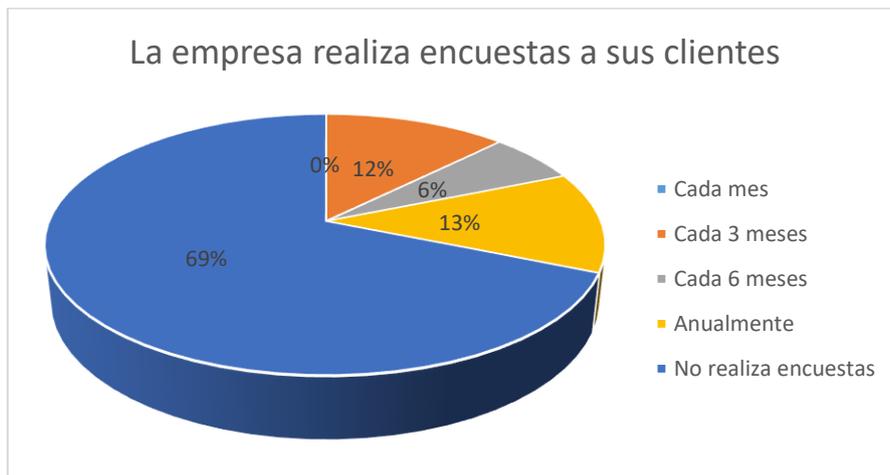


Figura 10: La empresa realiza encuestas a sus clientes
 Fuente: Tabla 3

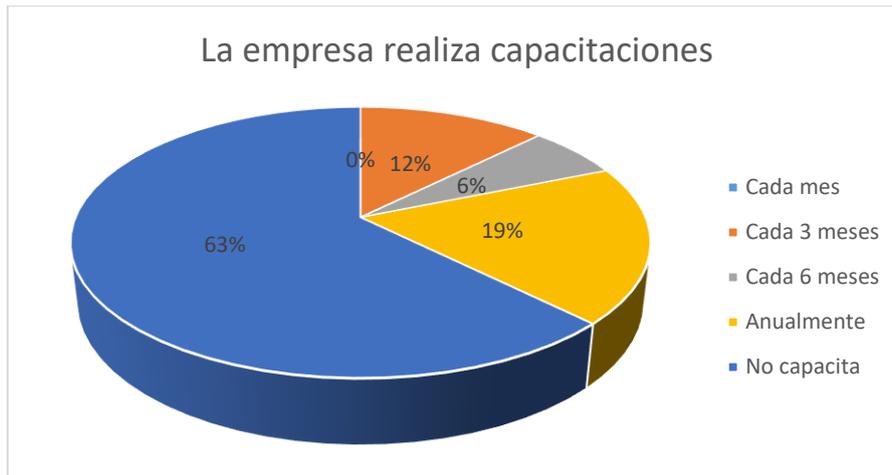


Figura 11: La empresa realiza capacitaciones
Fuente: Tabla 3

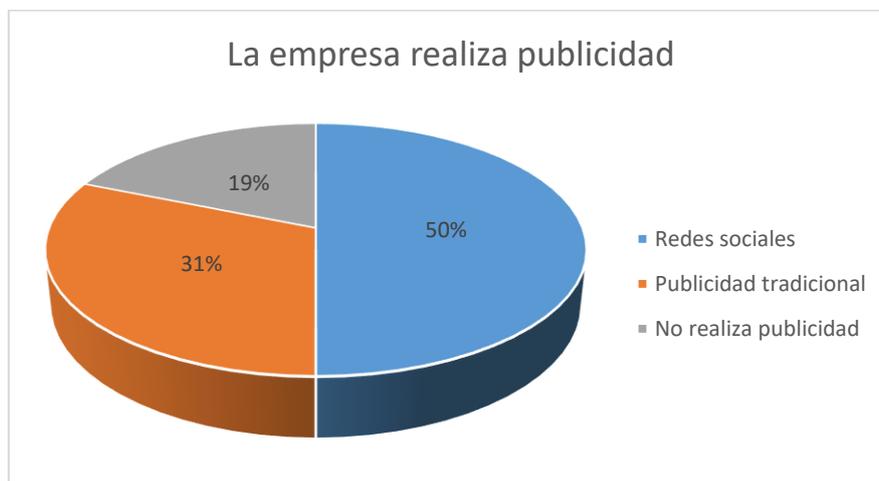


Figura 12: La empresa realiza publicidad
Fuente: Tabla 3

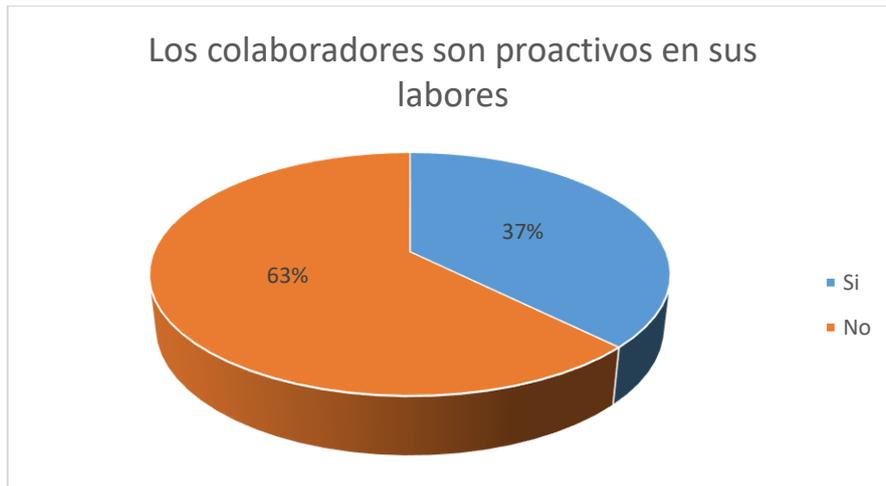


Figura 13: Los colaboradores son proactivos en sus labores

Fuente: Tabla 3

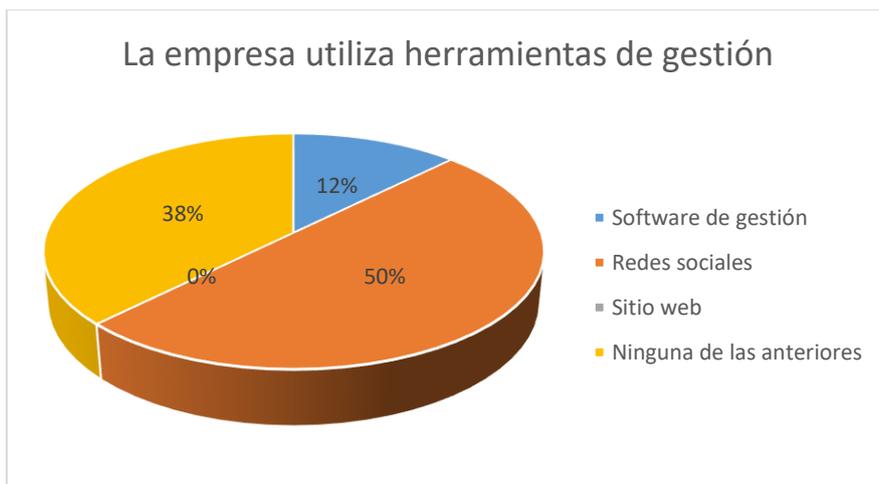


Figura 14: La empresa utiliza herramientas de gestión

Fuente: Tabla 3

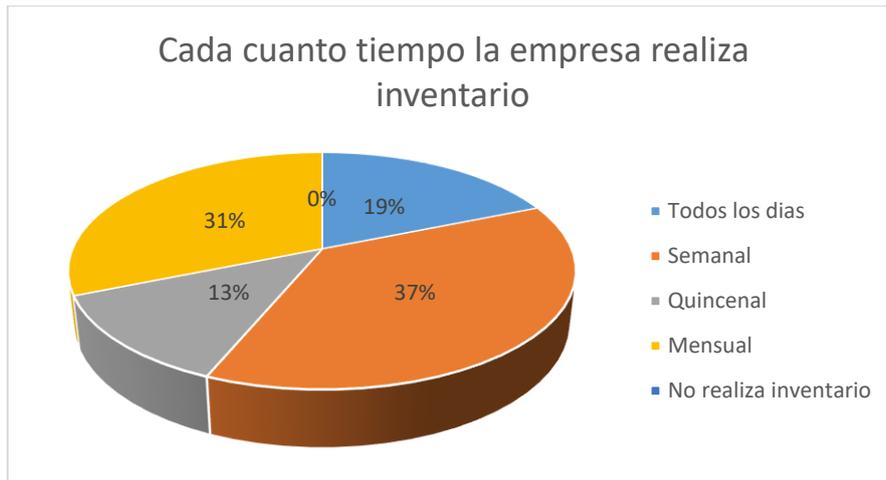


Figura 15: Tiempo de la empresa en realizar inventario

Fuente: Tabla 3

Anexo 05: Población de restaurantes de Cayhuayna

N ^a	Rubro	Dirección
1	Restaurante “Central”	Jr. Los ciruelos MZ: A LT: 01
2	Pollería y restaurante “El viajero”	Av. Universitaria N ^a 1913
3	Pollería chifa “Mana”	Av. Universitaria N ^a 2545
4	Restaurante “May lee”	Av. Universitaria S/N MZ: 01 LT: A
5	Cevichería “Donde como el rey”	Av. Universitaria N ^a 1600
6	Restaurante “La napolitana”	Jr. Santa rosa N ^a 132
7	Restaurante	Av. Universitaria N ^a 640
8	Restaurante El huanchaquito rojo	Av. Universitaria N ^a 2816
9	Lo mejor de “KOKYS”	Av. Universitaria N ^a 870
10	Cevichería “El hawaiano”	Av. Universitaria N ^a 544
11	Chifa “Mister lee”	Av. Universitaria N ^a 778
12	Restaurante “El buen sabor”	Av. Universitaria N ^a 762
13	Restaurante “La florentina”	Calle ricardo flores N ^a 143
14	Chifa “Wan fa”	Av. Universitaria N ^a 2525
15	Restaurante “La cabañita”	Av. Universitaria N ^a 2871
16	Restaurante “Candle fu”	Urbanización aprovica S/N
17	Restaurante Pollería “Elim”	Av. Universitaria KM 3.5 Cayhuayna N ^a 3210
18	Restaurante “El cántaro de oro”	Jr. Las fresas MZ: A LT: 15
19	Restaurante “Rickos”	Av. Universitaria A-1
20	Restaurante “Maritza”	Jr. Los olivos N ^a 120
21	Restaurante El punto de encuentro 2	Av. Universitaria N ^a 770
22	Restaurante “MyM”	Av. Universitaria N ^a 2804
23	Restaurante “Rio de agua viva”	Av. Universitaria – B
24	Restaurante	Av. Universitaria N ^a 721
25	Recreo “La sombra”	AA.HH. Señor de burgos-cayhuayna alta
26	Restaurante	Carretera central Huánuco-Lima
27	Restaurante “Alida”	Jr. Guardia civil
28	Restaurante “Conquistador”	Av. Universitaria N ^a 3027

29	Restaurante “Mana del cielo”	Av. Universitaria Nª 2898
30	Restaurante chifa “Sanyu”	Jr. Hermilio valdizan Nª 101
31	Chifa restaurante “Raulitos”	AA.HH. José varallanos
32	Restaurantes	Av. Universitaria S/N
33	Restaurantes	Av. Universitaria Nª 742
34	Restaurantes	Jr. Príncipe illatupa MZ. E LT: 11
35	Restaurantes	Jr. Los ficus Nª 143
36	Restaurantes	Calle Juan Velasco Alvarado Nª 116
37	Restaurantes	Jr. San martin de Porres Nª 130
38	Brosteria “Kikos”	Av. Universitaria A-2
39	Cata wong	Jr. Los ficus Nª 258
40	Venta de comida y bebidas	Calle las flores Nª 3019
41	Restaurante “Elim 2”	Av. Universitaria Nª 3043
42	Restaurante “Los angelitos”	Av. Universitaria Nª 540
43	Cevicheria al paso	Jr. Monseñor sardinas Nª 121
44	Cevicheria restaurante “Alva”	Av. Universitaria D-22
45	Café restaurante “Nostrum”	Av. Universitaria Nª 774
46	Restaurante las 200 millas	Calle Augusto Figueroa Nª 183
47	Cevicheria “La caleta norteña”	Av. Universitaria Nª 2326

Fuente: Municipalidad Distrital de Pillco Marca

Elaboración: Propia.