



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL
PROCESO DE CONTROL DE COMPRAS Y PLAN DE MEJORA
EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO - RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE
HUARAZ, 2015

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

GÓMEZ HUERTA, MARIA CELINA

ORCID. 0000-0002-1285-7824

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID. 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ –

2020

Equipo de trabajo

AUTORA

Gómez Huerta, María Celina

Orcid. 0000-0002-1285-7824

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Orcid. 0000-0002-6399-5928

Docente Tutor de la Escuela Profesional de Administración Uladech Católica
Chimbote - Perú

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Orcid. 0000-0002-5746-9374

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Orcid. 0000-0002-7575-3571

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Orcid. 0000-0002-5471-4549

Miembro

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

Agradezco a Dios por bendecirme la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres: Adriana Alejandrina y Q.E.P.D Macario Alejandro, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Agradezco a los docentes a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera especial, al Dr. Centurión Medina Reinerio Zacarias asesor de tesis quien ha guiado con paciencia, y rectitud como docente, y a los elementos de la muestra por su valioso aporte para nuestra investigación.

Dedicatoria

A mis padres Adriana Alejandrina y a Q.E.P.D Macario Alejandro, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades.

A mí pareja Ever e hijos Yuraima, Yamil y Ayzel, por sus cariños y apoyos incondicionales, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Resumen

En la actualidad, es un tema muy importante para las empresas del rubro restaurantes siendo fundamental los procesos de compras para brindar un servicio de calidad, sin embargo esta acción no se realiza por las MYPES por lo que a generando insatisfacción a los comensales, es por ello que tuvo como **objetivo determinar** las principales características de gestión de calidad bajo el proceso de control de compras y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2015. El tipo de investigación fue descriptivo de nivel cuantitativo y el diseño de investigación, no experimental-transversal-descriptivo, la población estuvo conformada por 80 representantes, con una muestra de 40 representantes de los restaurantes, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento, para el plan de análisis se utilizó el programa estadístico SPSS versión 23. Resultados: el 60% tenían de 31 - 50 años, el 42,50% indicaron que brindaban con eficiencia el servicio en el restaurant, el 50% manifestaron que casi siempre realizaban contrataciones previas para realizar la compra de los insumos. Conclusión: En relación a gestión de calidad el 60% de la muestra algunas veces se preocuparon por la mejora continua en su servicio de restaurante; así como el 45% de la muestra algunas veces brindaban una excelente higiene y limpieza en sus restaurantes y cuando realizaban el proceso de control de compras, 50% de la muestra afirmaron casi siempre realizaban cotizaciones previas para realizar las compras de los insumos.

Palabras clave: Gestión de Calidad, MYPES, proceso de compras.

Abstract

Currently, it is a very important issue for companies in the restaurant sector, being essential the purchasing processes to provide a quality service, however this action is not carried out by the MYPES so that by generating dissatisfaction to the diners, it is for The objective of this was to determine the main characterization of quality management under the purchasing control process for continuous improvement in micro and small companies in the service sector - restaurants in the Huaraz district, 2015. The type of investigation was descriptive of quantitative level and the research design, not experimental-cross-sectional-descriptive, the population consisted of 80 representatives, with a sample of 40 restaurant representatives, the technique used was the survey and the instrument, for the analysis plan it was used the statistical program SPSS version 23. Results: 60% were between 31 - 50 years old, 42,50% indicated that efficiently provided the service in the restaurant, 50% stated that they almost always made prior contracts to purchase the supplies. Conclusion: In relation to quality management, 60% of the sample sometimes worried about continuous improvement in their restaurant service; as well as 45% of the sample sometimes provided excellent hygiene and cleanliness in their restaurant, and when they carried out the purchasing control process, 50% of the sample stated that they almost always made prior quotes to make purchases of supplies.

Key word: Quality Management, MYPES, purchasing process.

Contenido

1.	Título de la tesis	i
2.	Equipo de trabajo	ii
3.	Jurado Evaluador y Asesor.....	iii
4.	Agradecimiento	iv
5.	Resumen y abstrac.....	vi
6.	Contenido	viii
2.	Índice de Tablas y Figuras	ix
I.	Introducción	1
II.	Revisión de literatura	9
I.	Hipótesis.....	27
II.	Metodología	28
4.1.	Diseño de la investigación	28
4.2	Población y muestra.....	28
4.3	Definición y operacionalización de variable e indicadores	29
4.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
4.5.	Plan de análisis	31
4.6	Matriz de consistencia	32
4.7	Principios éticos.....	33
III.	Resultados	34
5.1	Resultado	34
5.2	Análisis de resultado.....	40
5.3	Plan de Mejora.....	48
IV.	Conclusiones	60
	Aspectos complementarios.....	60
	Referencias Bibliográficas	63
	ANEXOS.....	67

Índice de Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2015.....	44
Tabla 2. Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2015.....	45
Tabla 3. Caracterización de gestión de calidad bajo el proceso de control de compras en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2015.....	46
Tabla 4. Plan de mejora en base a los resultados de la caracterización de gestión de calidad bajo el proceso de control de compras en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015.	49

Índice de Figuras

Figura 1. Edad de los representantes.....	83
Figura 1. Género de los representantes.....	83
Figura 2. Grado de Instrucción de los representantes.....	84
Figura 3. Cargo.....	84
Figura 4. Tiempo de desempeño.....	85
Figura 5. tiempo de permanencia en el cargo	85
Figura 6. Numero Trabajadores.....	86
Figura 7. Persona que trabajan en la empresa.....	86
Figura 8. Objetivo de la creación.....	87
Figura 9. Nivel de Ingresos de la empresa.....	87
Figura 10. Tipo de constitución.....	88
Figura 11. Usted se preocupa por la mejora continua por el servicio.....	88
Figura 12. Usted brinda buen trato a sus colaboradores.	89
Figura 13. Usted brinda un excelente higiene y limpieza en su restaurante.....	89
Figura 14. Usted brinda con eficiencia el servicio en el restaurante.....	90
Figura 15. Realiza con eficacia las actividades de su empresa.....	90
Figura 16. Los precios estan de los insumos son accesibles para su economía empresarial...91	
Figura 17. Realiza un presupuesto de compras de su restaurante.....	91
Figura 18. Realiza cotizaciones previas para realizar la compra de los insumos.....	92
Figura 19. Los proveedores le ofrecen precios accesibles para su presupuesto.....	92
Figura 20. Tiene alianzas estratégicas con algunas empresas.....	93
Figura 21. Elabora inventario para su mejor gestión de compras.....	93
Figura 22. Controla usted, la orden de compras.....	94
Figura 23. Usted selecciona insumos de calidad para su restaurante.....	94
Figura 24. Controla las entradas y salidas de los insumos.....	95
Figura 25. Lleva al día el control de Kardex de su almacén.....	95
Figura 26. El proceso de adquisición de las compras son eficientes.....	96

I. Introducción

En tiempos tan competitivos, la búsqueda de la calidad es constante para que todas las empresas puedan crecer y desarrollarse en el contexto donde interactúan, existe preocupación, porque las Micro y Pequeñas Empresas sean cada vez mejores, lo cual ha impulsado a la ULADECH, a través de su carrera Profesional de Administración a establecer como línea de investigación la Gestión de la Calidad, de acuerdo a esta línea se enmarcó el presente trabajo.

La calidad del servicio como tema de interés en la ciudad de Huaraz, se debe a la insatisfacción por parte de los clientes, en los servicios ofrecidos por los proveedores de insumos alimenticios a las MYPES rubro restaurantes, brindando sus productos de primera necesidad con fechas vencidas y en mal estado, hecho que ha influido a que exista poca valoración de los platos ofrecidos a sus comensales y la baja atención del servicio.

En Colombia, la velocidad con que se mueve el mundo se ha convertido en un reto para las compañías, dado que requiere de procesos ágiles que permitan responder de manera adecuada y en tiempos eficaces a las necesidades de sus clientes. Por lo tanto, las empresas están obligadas a gestionar procesos flexibles, ágiles y que busquen alinearse con las políticas de la compañía. Dentro de la cadena de valor de los restaurantes se ven involucrados diferentes eslabones de gran importancia, con proveedores de insumos alimenticios, materias primas, tecnologías y servicios; posteriormente se encuentran los clientes internos de las diferentes áreas de la organización, el cliente y el consumidor final (Barrios & Mendez, 2015).

En Santa Clara, el restaurante como actividad extra hotelera constituye un complemento fundamental en las actividades de turismo en un territorio. Su funcionamiento óptimo depende de una adecuada gestión de los recursos, es decir las compras. Entre las entidades pertenecientes al grupo empresarial extra hotelero palmeras, restaurante Mesón de la Plaza ha presentado dificultades con los abastecimientos y la planificación de sus compras, debido a la inexistencia de un mecanismo fundamentado para la realización de sus actividades (Díaz, 2016).

La calidad en todos sus sentidos, contribuye uno de los principales factores que logran la competitividad empresarial, estableciendo y manteniendo las condiciones precisas para su gestión como parte fundamental de toda organización de tal manera para lograr una calidad total es importante que las empresas actúen con calidad en todo momento (Avolio y Mesones, 2015).

Las MYPES tienen presencia en todos los países del mundo. Es decir, así como son importantes en el Perú, son importantes en EE.UU., Japón, Francia y Argentina. Cerca del 98% y 99% de las empresas en todos los países del mundo son Micro o Pequeñas Empresas. La diferencia entre un país y otro es su nivel de producción. En algunos países, las MYPES aportan 20% o 30% del producto bruto, y en otros países como en el Perú pueden aportar el 40% o 50% porque son más numerosas (Avolio y Mesones, 2015).

Muchas empresas del rubro de restaurantes, invierten para producir productos de calidad y esto es contribuido con la rentabilidad que obtiene y la fidelidad que reciben por parte de los clientes, ya que está demostrado que estos clientes están dispuestos a pagar un mayor precio por productos de calidad, en esta inversión se pueden considerar la materia prima, maquinas, equipos, la tecnología, la mejora en los procesos y procesos de gestión de calidad (Avolio y Mesones, 2015).

Peña (2016) sostiene que en el 80% de las Micro y Pequeñas Empresas restauranteras mexicanas no tienen una conciencia de los procesos de la empresa y las áreas funcionales compiten entre sí, generando enormes desperdicios. Los propietarios de las MYPES, deben comprender que existen muchos procesos que se emplean, como recursos para ofrecer diferentes tipos de productos, propios de la zona.

También el carácter global de la economía donde se desenvuelven las empresas restauranteras en el Perú, trae consigo al igual que mayores perspectivas de negocio unas condiciones especiales para competir, esto exige a las empresas (microempresas en el caso particular) emplear herramientas de gestión que aseguren su desarrollo y permanencia en los sectores y mercados correspondientes. Este carácter global de la economía refleja entre otras cosas una avalancha de información y conocimientos en todos los campos de la ciencia, y la teoría de la administración de empresas (Peña, 2016).

La globalización, y liberación de los mercados y del comercio de bienes y servicios están requiriendo de las organizaciones o empresas usuarias y proveedoras de servicios una gestión con altos rendimientos. Dentro de éste contexto, la gestión de calidad en los restaurantes se convierte en la estrategia más idónea para mejorar la eficiencia y eficacia de las empresas y así contribuir a mejorar su competitividad.

En el Perú las MYPES restauranteras también enfrentan diversos desafíos y limitaciones para su crecimiento y desarrollo, situación que genera preocupación por la vital importancia de estas organizaciones económicas en la estructura productiva del país, la reducción de su productividad podría afectar de manera significativa su situación económica (Duarte, 2015).

Las MYPES son la principal fuente de empleo en el Perú, pero enfrentan serias limitaciones. Además de los costos ocasionados por la inadecuada infraestructura, el problema más importante es que su pequeño tamaño usualmente reduce su productividad y, por ende, son poco competitivas. Les falta la escala necesaria para acceder y hacer uso de tecnologías más modernas, información actualizada, cadenas y logísticas, etc (IPE, 2014).

En Lima, se realizó un diagnóstico y propuesta de mejora para la gestión de compras con la finalidad de incrementar la productividad en un concesionario de alimentos. Realizó un análisis teórico práctico de los procesos en el área de compras, teniendo como finalidad determinar el problema de la gestión en la eficiencia de las compras, cuyo resultado inicial sirvió para saber cómo se encuentra actualmente el entorno de compras y permitió analizar los problemas hallados. Después de realizar el diagnóstico se realizó un análisis de los procedimientos, tiempos, actividades, costos, funciones, maneras, procesos y formas como se vienen ejecutando en el área de compras (Espino, 2016).

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) surgen de la necesidad que no ha podido ser copado por el Estado, tampoco por las grandes empresas nacionales, ni por los inversionistas de las grandes empresas internacionales en la generación de puestos de trabajo, por lo tanto, estas personas guiadas por esa necesidad buscan la manera de poder generar sus propias fuentes de ingresos, para ello, recurren a diferentes medios para conseguirlo, creando sus propios negocios a través de pequeñas empresas, con el fin de auto emplearse y emplear a sus familiares (IPE, 2014).

El interés en el tema sobre la gestión de calidad bajo el proceso de control de compras y plan de mejora en los restaurantes, se debe a que en el distrito de Huaraz, se han encontrado productos en mal estado siendo usados para la cocción y consumo de los comensales en los restaurantes, generando la insatisfacción de los clientes por el mal estado y uso de los productos, debido a que ha conllevado a una mala imagen sobre el servicio brindado por las Micro y

Pequeñas empresas rubro Restaurants de la ciudad de Huaraz, tanto como a consumidores locales, nacionales e internacionales en vista de que esto influye en la fidelización del cliente local y la imagen ante los clientes nacionales y extranjeros (IPE, 2014).

Además de ello, cuando la municipalidad realiza operativos en los diferentes restaurantes de nuestra localidad, han encontrado alimentos que no estaban en buen estado para el consumo humano, asimismo esto pueden llegar a atentar contra la vida y salud de los comensales, también se encontró vajillas, baldes, sartenes y ollas sucias que estaban en condiciones poco higiénicas, ello hace ver que las MYPES que se dedican al rubro restaurantes, no cumplen con las normas debidamente establecidas que establece el estado. Lo que hace que se genere una mala imagen de todas las empresas que se dedican a este rubro, ya que este tipo de noticias se propagan por todos los medios de comunicación.

Esta nueva realidad competitiva en las empresas es un campo de servicios en donde la flexibilidad, la velocidad de llegada al mercado y la productividad serán las claves en determinar el tiempo de permanencia de las empresas en los mercados (mundo competitivo), es aquí donde la gestión de calidad juega un papel crucial, a partir del manejo eficiente del flujo de bienes y servicios hacia el consumidor final.

Es necesario saber lo que el cliente quiere, y la manera más efectiva es poder anticiparse a lo que ellos desean en cuanto sea posible. Por ello cobra mucha importancia el conocer bien a los clientes, para así predecir sus cambios y deseos acertadamente. El cliente puede estar satisfecho, pero no vinculado ni comprometido. El valor de la satisfacción verdaderamente se centra, en la felicidad y la ausencia de quejas en el servicio brindado, haciendo que los usuarios recomienden la empresa y llegue a ser conocida en el mercado por la calidad prestada.

Por otro lado, no es suficiente para un micro empresario clásico generar la idea de negocio y llevarla a cabo según su “propia” concepción de managment sino que atendiendo anticipadamente a las nuevas herramientas que la Administración Moderna ofrece actualmente; es decir, así como el ambiente global exige competitividad al mundo de los negocios, así también le ofrece una amplia gama de posibilidades teóricas y tecnológicas, muchas de ellas comprobadas positivamente en la práctica a través de experiencias nacionales e internacionales.

Como producto de observaciones previas por parte del investigador, se pudo identificar las dificultades en las funciones administrativas, relaciones interpersonales, informativas y decisorias, en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio rubro Restaurantes, entre las cuales cabe destacar. Se carece de una planificación, por la debilidad en la definición de las tareas y funciones específicas y planes de gestión de procesos para abordar la problemática de cortes y suspensiones, prevalece la cultura de la improvisación y la urgencia, sin tener objetivos definidos y precisos. Prácticas de gestión tradicionales y rutinarias, que expresan un comportamiento inadecuado del administrador. Las adquisiciones de los insumos se realizan carentes de calidad, sin ningún proceso que conlleve a una buena selección. No existe una adecuada selección de los insumos a utilizar. Respuestas poco oportunas que no responden a las necesidades de los usuarios y los mismos trabajadores, además son lentas, y sustentadas en procesos que no se ajustan a la simplificación de procedimientos administrativos (IPE, 2014).

Después de realizar el análisis del tema se formuló el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el proceso de control de compras y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - ¿rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015?

Para dar respuesta al problema, se propuso el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de gestión de calidad bajo el proceso de control de compras y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015.

Para lograr el objetivo general se desagregaron en los siguientes objetivos específicos: (a) Identificar las principales características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015, (b) Considerar las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante del distrito de Huaraz, 2015. (c) Determinar las principales características de gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015, (d) Establecer las principales características del proceso de compras en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015 y (e) Elaborar un plan de mejora sobre la aplicación de gestión de calidad bajo el

proceso de compras y en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015.

La presente investigación se justifica teóricamente, ya que el estudio invita a generar reflexiones sobre las variables presentadas, aportando conocimiento sobre el tema, se logró mediante la búsqueda y el apoyo en los aspectos teóricos de diferentes autores, alimentando la investigación desde diversos puntos de vista, esto se empleará en el desarrollo del estudio, teniendo en cuenta que para Cuatrecases (2010), la gestión de calidad es una filosofía que toda empresa debe realizar, para que puedan generar mejores ingresos y un buen posicionamiento en el mercado.

En la práctica, la investigación permitirá generar conciencia en los gerentes de los restaurantes sobre la calidad del servicio, de modo que puedan identificar las características esenciales en las que necesitan mejorar para brindar un servicio de calidad y la satisfacción de sus clientes, ello los llevara a posicionarse en el mercado, sobreviviendo a la competencia que existe en el rubro.

La necesidad de conocer el modelo de gestión para el proceso de compras y la mejora continua en las MYPES - rubro Restaurantes, permitió establecer la idea central que tienen para conducir sus negocios. Cuyos resultados contribuirán a las ciencias administrativas a fortalecer a las MYPES y se convierta en una herramienta indispensable para la toma de decisiones.

En el aspecto social, servirá como antecedente y base teórica para otros estudios posteriores a ser realizados por los profesionales y estudiantes de administración, ayudando a profundizar la gestión de calidad bajo el proceso de control de compras y el plan de mejora, incrementando información en la línea de investigación.

En cuanto a la **metodología** a emplearse en la presente investigación fue de nivel descriptivo, porque se recopilaron los datos de la realidad natural; tipo aplicativo porque servirá para la solución de problemas prácticos para los restaurantes. En cuanto al diseño de la investigación fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente ninguna de las variables, así mismo es transversal, ya que se recolectaron los datos en un solo momento y tiempo único.

En lo práctico, permitió entender mejor la practicidad de las técnicas en el estudio y la posibilidad de ser adecuadas conforme a diversas necesidades que las Micro y Pequeñas Empresas afrontan en los mercados locales, regionales e inclusive nacionales. El aporte radica en el hecho de hacer comprender como una gestión de calidad en el proceso de control de compras y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes garantiza el éxito de la empresa.

En cuanto a las técnicas de investigación, se aplicaron la observación y la encuesta y el instrumento de medición fue la escala Nominal para la recolección de datos. Los datos fueron ingresados al programa estadístico SPSS Versión 23 para el procesamiento de datos, la presentación en tablas, figuras y el análisis estadístico posterior.

De acuerdo a lo investigado se llegó a los siguientes resultados; que el 60% de los representantes de la micro y pequeñas empresas tiene de 31 a 50 años, el 52.5% son de sexo masculino, el 60.0% su grado de instrucción es de nivel secundario, el 42.5% están mas de 7 años en el rubro de restaurantes, y el 60% de restaurantes se preocupan por la mejora continua de su servicio.

Se concluyó de la siguiente manera en relación a la gestión de calidad que las tres quintas partes de la muestra algunas veces se preocupaban por la mejora continua en su servicio de restaurante; así como la mitad de la muestra algunas veces brindaban una excelente higiene y limpieza en su restaurante y cuando realizaban el proceso de control de compras, la mitad de la muestra afirmaron casi siempre realizaban cotizaciones previas para realizar las compras de los insumos; así como cerca de la mitad de la muestra casi siempre llevaba al día el control de Kardex de su almacén.

Se recomienda que los empresarios tengan mayor interés en el proceso de compras para las MYPES del rubro Restaurantes, con la finalidad del logro de los objetivos, asimismo que reciban capacitación respecto a la gestión de calidad para que plasmen los conocimientos en sus actividades empresariales, puesto que se direccionará a la competitividad en el mercado.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Abordando el tema de investigación en base a antecedentes internacionales se encontró a Antero y Ramírez (2017) en su investigación *El plan de mejora, basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa distribuidoras A&Btá*. El objetivo de la investigación fue establecer un plan de mejora basado en gestión por procesos, la metodología empleada fue de tipo básica, nivel descriptivo, de diseño no experimental, la población muestral fue igual a 44 empresas distribuidoras, la técnica e instrumento utilizado fue el cuestionario; los resultados encontrados fueron, que el 22,18% representa la productividad que aumentará después de la implementación del plan de mejora, se reduciría el desperdicio de agua en el lavado de bidones, se eliminaría un puesto de trabajo que no generaría valor y la empresa tendría un ciclo de mejora continua anual para una constante evaluación y desempeño de los procesos. Concluyó que la inversión para la implementación del sistema se recuperará en el transcurso del primer año, el resultado del análisis, beneficio – costo es de 1.39, es decir que la propuesta es económicamente viable, en donde se recuperará la inversión y se obtendrá ganancias

García (2016) en su estudio *la propuesta de indicadores de calidad del servicio al cliente en una empresa manufacturera de transmisión de potencia, en su estudio examina las percepciones y expectativas de los clientes de la empresa manufacturera de Productos de Transmisión de Potencia (PTP)*. Su objetivo es medir las diferencias entre lo que se espera recibir y el servicio brindado, la metodología fue de tipo de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, la población muestral fue igual a 85 empresas manufactureras, la técnica empleada fue la encuesta, el instrumento empleado fue el cuestionario estructurado. Los resultados de esas interrogantes permitieron identificar y cuantificar las diferencias más trascendentales que fijan el grado de satisfacción de los consumidores. Concluyó con base en dicha información y utilizando como referencia el concepto de cuadro de mando integral, en el cual los objetivos e indicadores deben ser construidos partiendo de la visión y estrategia de la empresa PTP, contemplando cuatro perspectivas, la financiera, del cliente, la del proceso interno y la de formación y crecimiento; fueron propuestos diferentes indicadores que esta organización

podría utilizar para medir periódicamente el servicio al cliente y determinar las acciones a seguir para la obtención de resultados positivos.

Antecedentes Nacionales

En base a los antecedentes nacionales se encontró a Rodríguez (2016) en su estudio de *Caracterización del Control Interno de las micro y pequeñas empresas comerciales del Perú caso empresa E&E Agallpampa, 2016*. Tuvo como objetivo general determinar y describir las características del control interno de las micro y pequeñas empresas comerciales del Perú y de la empresa E&E Agallpampa, 2016. La investigación fue de diseño no experimental bibliográfica, para el recojo de la información se utilizó un cuestionario de preguntas abiertas aplicado mediante la técnica de la entrevista al propietario de la empresa. El resultado de la presente investigación se verificó lo más importante que es el control interno en las Micro y Pequeñas Empresas, no importa la actividad a la cual se dediquen sino la forma de administrarlo, asimismo es importante crear conciencia en los empresarios sobre la necesidad de aplicar y mejorar el Control Interno, conocer los resultados de la empresa que pueden ser positivos y provechosos para ellos. La conclusión de esta investigación pretende demostrar, que por medio de la caracterización del control interno logrará resultados positivos que ayudarán a mejorar el orden y control en la empresa, y así poder tomar decisiones y buscar estrategias para el futuro en la empresa comercial.

Espinoza (2016) en su tesis de *Implementación de mejora en la gestión de compras para incrementar la productividad en un concesionario de Alimentos*, tiene como objetivo realizar el diagnóstico y propuesta de mejora para la gestión de compras con la finalidad de incrementar la productividad en un Concesionario de alimentos en la ciudad de Lima. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, la población muestral fue igual a 50, la técnica e instrumento utilizado fue la encuesta y cuestionario estructurado. Según el resultado el 85,00% afirmaron que implantan la mejora continua en su empresa. Concluyó que la metodología en el actual estudio de investigación es de enfoque cuantitativo y aplicativo, el tipo es correlacional y su diseño es transversal y no experimental.

Huamani (2014) en su estudio de *Propuesta de modelo de gestión de mantenimiento enfocado en la gestión por procesos para la mejora de la productividad y la competitividad en una*

asociación de MYPES del Sector Textil. Tuvo como objetivo analizar la propuesta de modelo de gestión de mantenimiento enfocado en la gestión por procesos para la mejora de la productividad, la metodología empleada fue de tipo y nivel cuantitativo- descriptivo, con un diseño transversal, la técnica fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario estructurado. Según los resultados El 21,4% de las MYPES Manufactureras se dedican exclusivamente a la producción y comercialización de textiles. El 42% de las MYPES del país presenta esta condición de informalidad y es el generador de aspectos negativos dentro de la empresa como la falta de compromiso entre los trabajadores, esto lleva a que la empresa tenga una baja productividad. Concluyó que las MYPES tienen dificultades para su desarrollo, entre ellas se encuentran la escases de capacidades operativas, las limitadas capacidades gerenciales, los problemas de acceso a la información, la desarticulación empresarial, el uso inadecuado de tecnología y la dificultad de acceso al financiamiento, pero el aspecto más perjudicial de este tipo de empresas es la informalidad. Sin embargo, existen barreras que nacen desde la misma formación de las MYPES como unidades de negocio, tales como la limitada capacidad de producción, la limitada disponibilidad de recursos, etc.

Antecedentes Regionales

Rodríguez (2016) en su estudio *La Gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí, Año 2016.* Tuvo como objetivo Determinar la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de características electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí, Año 2016. La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Fue descriptiva y se escogió una muestra de 6 microempresas, aplicando un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. En los resultados los representantes legales de las MYPES, el 66,7% tienen de 31 a 50 años, son de sexo masculino el 83,3% y el 66,7% tienen grado de Profesional Universitario. De la Empresa el 100,0% de las MYPES son formales, el 50,0% de las MYPES de las empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado, menos de 10 trabajadores permanentes es de 100%, y menos de 10 trabajadores eventuales es de 100%. El 100% de las MYPES afirma que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. La conclusión de la Empresa es el 100% de las MYPES son formales, el 50,0% de las MYPES las empresas tienen

más de 4 años de permanencia en el mercado y el 100% de las MYPES afirma que La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Las palabras claves son Gestión de calidad y competitividad.

Antecedentes Locales

Figuroa (2016) en su investigación la *Caracterización de la Gestión de calidad bajo el enfoque de lean manufacturing de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Huaraz, 2015*. Tuvo como objetivo describir las principales características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de lean manufacturing de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industrial – rubro Elaboración de Productos de Panadería del Distrito de Huaraz, 2015. Para el desarrollo del trabajo se utilizó el tipo y nivel de investigación descriptivo - cuantitativo y el diseño transaccional. Tuvo una población de 40 gerentes a quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas por medio de la encuesta. Los resultados fueron que el 45% de los gerentes encuestados del rubro elaboración de productos de panaderías, señalan que casi siempre identifican los problemas laborales y técnicos que se suscitan en la organización, el 45% de gerentes encuestados del rubro elaboración de productos de panadería afirman que casi siempre implantan las políticas de mejora continua en la organización y el 30% de gerentes encuestados del rubro elaboración de productos de panadería, señalan que siempre es importante la innovación al momento de fabricar y producir. Concluyó que el 45% gerentes encuestados perciben que existe una deficiencia en la producción pues la ejecución de procesos demanda mucho tiempo y existe una merma de materia prima.

Asensios (2016) en su investigación la *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeña empresa del sector comercio - rubro venta al por mayor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, año 2016*, tuvo como objetivo general describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio - rubro Venta al por mayor de Productos Textiles y Prendas de Vestir (boutique) del Distrito de Huaraz, año 2016. El estudio fue de tipo y nivel de investigación descriptivo-cuantitativa y un diseño no experimental (transaccional o transversal). Para la determinación de la muestra, se

identificó una muestra censal de 16 gerentes debido a que la población fue relativamente pequeña. El resultado fue que el 31,25% de gerentes encuestados del rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique), afirman que la gran mayoría de gerentes solo a veces efectúan pruebas de conocimiento, situación que podría generar conflictos al no tomar importancia y desconocimiento de los beneficios que le va traer. Concluyó que en las boutiques del Distrito de Huaraz no cuentan con una buena selección de personal para la buena atención de los clientes, por consiguiente, existen grupos de clientes insatisfechos con la atención que brindan, por ello algunos optan por retirarse del establecimiento sin adquirir prenda alguna.

2.2 Bases Teóricas de la investigación

La gestión de calidad

Cuatrecasas (2010) menciona que la gestión de calidad es una nueva corriente filosófica de gestión empresarial, que toma en cuenta la calidad a nivel de todo el organismo, su estructura y el equipo humano que forma parte de la empresa, que contribuyan a fortalecer la gestión de toda organización, optimizando todos sus componentes a efectos de brindar un adecuado servicio a sus clientes.

De igual forma permite dirigir y controlar a las organizaciones en cuanto a calidad, ligando sus objetivos estratégicos a la estabilización de sus procesos y posteriormente a la mejora de los mismos, al contar con procesos estables es posible identificar desperdicios en cualquiera sentido, considerando humanos, materiales o tecnológicos que finalmente representan desperdicios económicos que toda organización desea evitar; el diseño de un sistema de gestión de la calidad a la medida de las necesidades de una empresa representa un área de oportunidad para el establecimiento que le permitirán enfrentar de manera efectiva los cambios de su entorno y al mismo tiempo contribuirá a la consolidación de una empresa competitiva (Castellano, 2014)

Principios de gestión de la calidad

Hernández (2018) menciona que conducir y operar una organización de forma exitosa es importante que la empresa se dirija y controle en forma sistemática y transparente, con la implementación de un sistema de gestión diseñado para mejorar continuamente su desempeño mediante la consideración de las necesidades de todas las partes interesadas. La gestión de una organización comprende entre otras disciplinas de gestión ocho principios que pueden ser utilizados por la alta dirección con el fin de conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño.

- **Enfoque al cliente.** Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer las necesidades de los clientes.
- **Liderazgo.** Contar con líderes con la finalidad de crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

- **Participación del personal.** El personal en todos los niveles, es la esencia de una organización y estar comprometidos posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.
- **Enfoque basado en procesos.** Este enfoque es importante para analizar el resultado deseado que se alcanza cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan con un proceso.
- **Enfoque de sistema para la gestión.** Para una buena gestión mediante un sistema es importante identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados a la eficacia y eficiencia de una organización y en el logro de sus objetivos.
- **Mejora continua.** La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.
- **Enfoque basado en hechos para la toma de decisión.** Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.
- **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.** Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Para Zapata (2016), el ciclo Deming comprende cuatro fases básicas que son, planear, hacer, verificar, actuar, en la primera fase de planificación se define el problema y se describe el proceso. En la segunda fase, se analiza los métodos de medición, se define las variables de importancia, se evalúa el volumen del proceso y se optimiza el proceso. En la fase tres se valida la mejora y por último en la fase cuatro se controla y se da un seguimiento al proceso.

Camisón (2015) también define las cuatro fases; en la primera fase que es la planeación, se definen los objetivos y determinan las estrategias para lograr los objetivos, la segunda fase es principalmente llevar a cabo e implementar la mejora para lograr los objetivos planteados, en la tercera fase se comprueba los resultados y en la última fase se vuelve a la primera fase para planificar y determinar si la mejora implementada ha funcionado.

La gestión de calidad ISO 9001

Imilce (2014) menciona que los componentes relacionados a los procesos permiten mejorar la efectividad y eficiencia en una organización, para ello es importante contar con un liderazgo adecuado logrando así un ambiente interno con personal involucrado con la empresa de manera eficiente para lograr metas establecidas. Otros de los componentes relacionados al proceso es la mejora continua, previsto en la NTP ISO 9001 el cual refiere que para alcanzar los procesos es necesario medir y analizar los resultados de tales procesos, para una buena toma de decisiones, para alcanzar dichos procesos se propone un modelo de gestión de calidad que comprende:

Conocer las exigencias de los clientes y partes interesadas para el diseño de productos y servicios.

- Tener un sistema de gestión ordenado por parte de la dirección o gerencia quienes son los encargados de guiar al personal.
- Percibe los procesos que van relacionados a las políticas, objetivos, del establecimiento respecto a la revisión del sistema de gestión de calidad.
- Asegurar la entrega adecuada de materias primas, maquinarias, equipos implementos, para el buen funcionamiento de la empresa.
- Obtener adecuados procesos de compra, de producción, servicio, diseño y desarrollo de nuevos productos para atender las demandas del cliente.
- Medir el nivel de percepción del cliente sobre el producto y procesos de entrega del producto, así mismo analizar los resultados que se obtuvieron para decisiones en cuanto a la mejora de la empresa.

El Ciclo de Deming o Ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar) muestra cómo se puede alcanzar la mejora de procesos a través de:

- La planificación de los procesos a través de la predicción de los resultados.
- La ejecución del plan mediante la toma de mediciones.
- La verificación y evaluación de los resultados de lo ejecutado.
- La toma de acciones para la estandarización y mejora de los procesos.

De modo que en la siguiente planificación del proceso podamos tener un mejor criterio predictivo.

El enfoque basado en proceso de compra

La Norma Internacional promueve la adopción de un enfoque basado en procesos de desarrollo, implementación y mejora de la eficacia de un sistema de gestión de calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos. Para que una organización funcione de manera eficaz, tiene que identificar y gestionar numerosas actividades relacionadas utilizando recursos que se gestiona con el fin de permitir que los elementos de entrada se transformen en resultados, constituyendo directamente el elemento de entrada del siguiente proceso.

García (2014) menciona que la aplicación, identificación, e interacción de un sistema de procesos dentro de la organización, se puede denominar como “enfoque basado en procesos” es el control continuo que proporciona sobre los vínculos entre los procesos individuales dentro del sistema de procesos, así como sobre su combinación e interacción. Un enfoque de este tipo, cuando se utiliza dentro de un sistema de gestión de la calidad, enfatiza la importancia de:

- a) La comprensión y el cumplimiento de los requisitos,
- b) La necesidad de considerar los procesos en términos que aporten valor,
- c) La obtención de resultados del desempeño y eficacia del proceso, y
- d) La mejora continua de los procesos con base en mediciones objetivas.

El seguimiento de la satisfacción del cliente requiere la evaluación de la información relativa a la percepción del cliente acerca de que si la organización ha cumplido sus requisitos. El modelo mostrado cubre todos los requisitos de esta Norma Internacional, pero no refleja los procesos de una forma detallada.

De manera adicional, puede aplicarse a todos los procesos la metodología conocida como Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA).

PHVA puede describirse brevemente como. Planificar establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización. Hacer implementar los procesos. Verificar realizar el seguimiento y la medición de los procesos y los productos respecto a las políticas, los objetivos y los requisitos para el producto, e informar sobre los resultados (García 2011).

B) Proceso de compras

Es comprar productos en cantidades y en tiempo previsto, por lo que debe de tener calidad exigida y unos precios bajos, además el encargado debe de negociar con los proveedores así evaluar y analizar los precio y establecer la cantidad deseada de los insumos (Griful, C. et, al., 2010)

Es una actividad que utilizan recursos, y que se gestiona con el fin de permitir que los elementos de entrada se transformen en resultados (Gracia, 2014).

García (2011) en el proceso para efectuar las compras está formado por los siguientes pasos:

a. Requerimiento

El requerimiento es un documento que inicia el proceso de compra, en este documento se indica los bienes y servicios que desea cada área de la organización, el encargado de hacer el requerimiento es el encargado de almacén ya que él se encarga de ver el inventario actualizado para poder realizar la cotización es fundamental que este sea aprobado por el dueño o gerente.

b. Cotización

la cotización es un proceso donde se busca información esto se realiza con los proveedores encontrados en el mercado, buscando al mejor postor de acuerdo al precio y beneficios que estos brindan.

c. Selección del proveedor

Para la selección del proveedor se debe tener en cuenta toda la información referente a los proveedores iniciando desde el precio, servicio y calidad.

d. La orden de compra

La orden de compra es un documento que da la orden al proveedor de proceder a enviar los productos solicitados.

e. Seguimiento

El seguimiento es importante realizar porque permite que el bien llegue a su destino de manera adecuada y oportuna.

e. Recepción

Es la llegada del bien solicitado por parte del empresario donde se registra y verifica el estado del producto con la finalidad de evitar errores en la entrega.

f. Manejo de facturas

La factura es un documento donde se presenta detalladamente la mercancía que se ofrece al cliente, es así que el proveedor se encarga de emitir la factura con el fin de rendir sus impuestos a la SUNAT.

g. Registro del departamento de compras

En el departamento de compras se concentra el almacenamiento de información del proveedor, precio de cotización, compra y contratos.

h. Reportes a la dirección

El departamento de compras debe tener informado a la dirección sobre su desempeño, actividades y logros, mediante los informes el departamento de compras será evaluado su desempeño. Esta evaluación deber ser hecha por el mismo departamento de compras, por lo tanto, es importante que contenga, en forma explícita, la siguiente información.

- Ahorros comprados logrados mediante compras exitosas bajo las condiciones del mercado.
- Ahorros logrados por la adquisición de artículos más baratos, sustitutos de los habituales.
- Ahorros intangibles, como logros en condiciones de compra más favorables, adquisición de artículos de mayor calidad al mismo precio.
- Gastos y costos incurridos por el departamento en su operación.
- Gastos incurridos por fallas o deficiencias del departamento, como materiales no recibidos a tiempo, errores o pérdidas.
- Variaciones en inventario atribuibles a la operación del departamento (García, 2011, pp 10-15).

El control de compras

Es un proceso que comprende la estructura, las políticas, el plan de organización, el conjunto de métodos y procedimiento de la empresa dirigido asegurar el abastecimiento de materias primas y servicios con mejores condiciones de mercado (García, 2011).

Dimensiones del proceso de control de compras

a. Calidad adecuada

Según Velasco (2015) el término calidad cambia dependiendo del contexto en el que se aplique, por ejemplo, en el área de compras un adecuado uso de material para realizar, el fin con el que es comprado:

Para una adecuada adquisición de insumos hay que tener en cuenta los siguientes requisitos

- Especificar de una forma exacta y adecuada los requerimientos.
- Seleccionar proveedores correctamente.
- Creando un mutuo entendimiento entre las necesidades del comprador y del proveedor.
- Llevar un control constante de las mercancías, así como de los proveedores.

El control de calidad va a despertar de todas las partes de la organización, sin embargo, la responsabilidad más grande va recaer en el personal encargado del área de compras, de él depende la calidad del elemento más básico e importante. El insumo la calidad del producto es la medida del grado en que el producto cumple los requisitos del comprador inmediato, el fabricante y del consumidor final del producto terminado.

b. Precio adecuado.

Calderón (2014) define el precio como uno de los elementos más importantes en la adquisición de materias primas y el jefe de compras debe tratar de lograr los mejores precios para su empresa, teniendo en cuenta la calidad, cantidad y precio de los productos.

De acuerdo con García (2011) el precio adecuado es aquel que es justo y razonable tanto para el proveedor como para el comprador. La responsabilidad básica del personal de compras es obtener el mayor valor al más bajo costo. Entiéndase por valor aquello determinado por distintos factores, pero esencialmente por la calidad y la función para la que es requerido dicho material. Por costo se comprende la suma de dinero empleado para hacer llegar un material al lugar de uso del comprador. Este costo está principalmente constituido por el precio base, los descuentos, los términos de venta y el costo de transporte.

c. Cantidad adecuada.

Calderón (2014) menciona que la cantidad de materia prima registrada en inventario es el adecuado siempre y cuando se mantenga los costos bajos y garantice el abastecimiento a la cadena de producción. Si la cantidad comprada es muy pequeña, usualmente el precio de adquisición es mayor, existe una mayor posibilidad de escases para la producción y las relaciones con los proveedores muchas veces se ven afectados por la investigación.

Micro y Pequeña Empresa

Unidad económica formada por una persona natural o jurídica, las micro y pequeña empresa está protegida por la ley N° 280015 emitida el 03/07/2003, el objetivo principal de estas mypes es el desarrollo de actividades de extracción, transformación y comercialización de bienes y servicios (Ley N° 28015, 2003).

- **Características de la Micro y Pequeña Empresa (MYPES).**

MEF (2014) según la ley N° 30056 las Micro y Pequeñas Empresas deben ubicarse en una de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales. Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT)

- **Importancia de la Micro y Pequeña Empresa (MYPES).**

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) en el Perú, son un componente muy importante del motor de nuestra economía. A nivel nacional, brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del producto bruto interno (PBI). Es indudable que abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre las más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas de realización personal, contribuye de forma creciente en aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país (Sánchez, 2015)

Los Restaurantes como MYPES

Definición del término Restaurante

Según Sudhir (2007) el término restaurante proviene del francés «restaurant», palabra que se utilizó por primera vez en París de 1765, en castellano, «restaurant» significa «restaurativo», refiriéndose a la comida que se ofrecía en el siglo XVIII (un caldo de carne). Otra versión del origen de la palabra restaurante para denominar las casas de comidas, la encontramos también en Francia.

Según esta segunda versión, un mesonero llamado Boulanger, al inaugurar la que se podría considerar la primera casa de comidas, puso un eslogan en la entrada, que rezaba en latín «Venite ad me vos qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos», que al castellano podríamos traducir como. «Venid a mí todos los de estómago cansado y yo os lo restauraré». De esa última palabra del eslogan derivaría el término restaurante. La palabra se extendió por toda Europa. En algunos países se modifica a "restoran", "ristorante" (en Italia) o "restauracja" (en Polonia).

Clasificación de los tipos de restaurantes

Cooper, F. et, al., (2002) menciona que, entre los tipos de restaurantes podemos considerar.

- **Restaurante familiar o económico.** Por lo general un restaurante familiar se enfoca en una gran selección de platos que contienen diferentes tipos de carnes, verduras, papas y arroz con un precio accesible.
- **Cafetería.** Se puntualiza por ser un servicio rápido e inmediato para el gusto del consumidor la cual solicita alimentos al paso para satisfacer sus necesidades fisiológicas.
- **Restaurantes para Gastrónomos o Gourmets.** En la gran parte de situaciones este tipo de restaurantes son caros por lo general puesto que requiere una mayor inversión para la presentación de los platos finos que se brinda.
- **Restaurantes de Comidas Nacionales y Regionales.** Este tipo de restaurantes se alinean a las costumbres del país o lugar donde se establece el negocio, donde se considera platos típicos.

- **Comida Rápida.** El menú es limitado y los precios son relativamente bajos, se puede ofrecer determinada especialidad, por ejemplo, comida típica, aunque siempre en forma de servicio rápido. Debido a los precios módicos, es esencial contar con un alto volumen de clientela. El restaurante de comida rápida debe permanecer abierto muchas horas y, por lo general, los siete días de la semana. En estos establecimientos, no suelen vender bebidas alcohólicas. Un alto nivel de capacitación del personal que atiende no es esencial, a menos que se trate de una concesión, en donde, por lo general, la firma que otorga la concesión establece que normas de servicio y de calidad de las comidas deben cumplirse.

- **Delicatessen.**

Este tipo de restaurantes ofrece un servicio a un precio accesible para la comunidad, asimismo ofrece diferentes tipos de platillos.

- **Restaurante tipo bufé.** Se da de manera de autoservicio, pero brinda una amplia gama de servicios al cliente como licores, poster, etc., asimismo el bufé consiste en todo lo que pueda comer ya que los encargados preparan y sirven los alimentos, es tipo familiar en su mayoría.

Dificultades de las MYPES en el rubro de Restaurantes.

La pequeña producción adolece, por lo general, de problemas en los ámbitos del financiamiento, tecnología, recursos humanos, comercialización y diferenciación del producto y cooperación empresarial. En lo relativo al financiamiento hay que señalar la insuficiencia de recursos propios, la dificultad para acceder a líneas de crédito de mediano y largo plazo, y la debilidad en el poder de negociación, como elementos limitativos de la actividad de las MYPES. Dadas las limitaciones financieras resultantes del tipo de propiedad, las MYPES precisan de mayores recursos ajenos que la gran empresa. Sin embargo, el acceso al crédito les resulta más difícil, y enfrentan tipos de interés más elevados y plazos de amortización más cortos. A ello se suma la dificultad para proveer las garantías patrimoniales tradicionalmente solicitadas por el sistema financiero, todo lo cual acaba por configurar un cuadro claramente adverso para este tipo de empresas. Naturalmente, todo ello equivale a un menor estímulo a la inversión productiva interna e inferior para el aprovechamiento del potencial de creación de empleo. (Gonzalez, 2015)

La escasa tecnología incorporada en los procesos productivos y las dificultades de asimilación de los conocimientos técnicos disponibles, junto a la reducida capacidad de gestión empresarial y tecnológica, perjudican igualmente la productividad de las Pymes en comparación con las empresas grandes, las cuales tienen más recursos y posibilidades para acceder a este tipo de servicios de desarrollo empresarial (Robledo. A. et. al, 2010,p 4)

En este sentido, hay que resaltar también la baja calificación de los recursos humanos, que impide el aprovechamiento de las ventajas tecnológicas y organizativas, así como la escasa orientación de la investigación para el desarrollo y la oferta de servicios tecnológicos hacia la problemática de las MYPES, todo lo cual repercute adversamente sobre los niveles de eficiencia productiva y competitividad de las empresas de pequeña dimensión frente a las grandes (Robledo. A. et. al, 2010,p 4).

Las MYPES tienen también grandes limitaciones para la distribución y promoción de sus productos, así como en el diseño de los mismos, razón por la cual centran sus actividades en mercados locales, mostrando por ello una escasa tradición exportadora.

Para superar estas dificultades se precisa recurrir a la cooperación entre empresas o al establecimiento concertado entre diversos actores sociales y empresas locales de entidades comercializadoras de productos, donde las Administraciones Locales pueden desempeñar un importante papel como catalizadoras (Chavez, 2016).

Kantis (2016) menciona que, por lo general, la práctica habitual de Mypes suele basarse más en la desconfianza frente al competidor local que en la posible colaboración con el mismo para la búsqueda colectiva de los servicios necesarios que por sí solas este tipo de empresas no puede generar, servicios sobre información de mercados o tecnologías, capacitación empresarial y comercialización conjunta, entre otros. Las Pymes poseen, por tanto, la dificultad adicional de su escasa tradición en cooperación entre empresas, lo cual obliga a actuaciones orientadas hacia la búsqueda de una concertación estratégica entre actores públicos y privados en el territorio, donde las Administraciones Locales pueden desempeñar una función de animación fundamental.

El déficit de competitividad de Pymes no está, pues, relacionados únicamente con sus dificultades financieras, sino también con la baja calidad y diseño de sus productos y procesos productivos, reducida capacidad de gestión empresarial y tecnológica, deficiente comercialización de productos y limitada práctica de cooperación empresarial, entre otros

aspectos sustantivos. El acceso a recursos financieros es posible lograrlo territorialmente, aunque sea pagando precios de usura por ello, pero normalmente, la oferta de los servicios avanzados de desarrollo empresarial no suele encontrarse en los diferentes ámbitos territoriales (Kantis, 2016)

2.3 Marco conceptual de la investigación

- **Calidad** Es aquella cualidad de las cosas que son de excelente creación, fabricación o procedencia, la calidad describe lo que es bueno, por definición, todo lo que es de calidad supone un buen desempeño. Todo lo que posee un cualitativo de calidad supone que ha pasado por una serie de pruebas o referencias las cuales dan la garantía de que es óptimo.
- **Compras** La compra hace referencia a la acción de obtener o adquirir, a cambio de un precio determinado, un producto o un servicio. Pero también se considera “compra” al objeto adquirido, una vez consumado el acto de adquisición. El acto de compra presume la existencia de otra parte, que es la que recibe el precio pactado por la prestación, es decir, la venta. Resulta obvio que cada parte necesita de la existencia de la otra para cumplir su función, lo que se plasma en la conocida expresión “compra-venta”.
- **Control** Es el proceso de verificar el desempeño de distintas áreas o funciones de una organización. Usualmente implica una comparación entre un rendimiento esperado y un rendimiento observado, para verificar si se están cumpliendo los objetivos de forma eficiente y eficaz y tomar acciones correctivas cuando sea necesario.
- **Empresa** Una empresa es una unidad productiva agrupada y dedicada a desarrollar una actividad económica con ánimo de lucro. En nuestra sociedad, es muy común la creación continua de empresas. En general, una empresa también se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y por el que se obtengan beneficios.
- **Gestión** hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

- **MYPESS** unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.
- **Proceso.** En el proceso productivo de un restaurante hay dos etapas: la pre producción y la producción. La primera, pre producción, consta de: recepción de las materias primas, almacenaje según PEPS y del género de la materia en los congeladores y sistemas de refrigeración, finalmente, lavado y desinfectado de los alimentos. En la segunda etapa, producción, se cuecen y se elaboran las materias primas para, finalmente, distribuir los platos hacia el comedor donde esperan los comensales.
- **Restaurante.** Llegó a nuestro idioma como restorán o restaurante. Se trata del comercio que ofrece diversas comidas y bebidas para su consumo en el establecimiento. Dicho consumo debe ser pagado por el cliente, que suele ser conocido como comensal.

I. Hipótesis

La presente investigación al ser descriptiva, no va a presentar hipótesis, ya que según la teoría mencionada por Hernández, Fernández y Baptista (2017) en su libro de metodología en la investigación, afirma que cuando una investigación es descriptiva no se incluye el planteamiento de la hipótesis, a menos que intente predecir un valor o dato en una o muchas variables que se van a intentar observar o medir.

II. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

El tipo de investigación fue no experimental, ya que el estudio fue realizado sin manipular las variables, en tal sentido se va a estudiar la gestión de calidad en los procesos de compra en su ambiente natural, el estudio es de corte transversal, porque se recolectaron los datos en un solo momento, en un tiempo único. (Hernández, Fernández y Baptista, 2017).

La investigación fue de nivel descriptivo, porque se describió la caracterización respecto a la variable de la gestión de calidad bajo el proceso de control de compras en el lugar de estudio, distrito de Huaraz en el 2015.

El tipo de investigación fue cuantitativo, porque se realizó la recolección de datos fundamentada en la medición de las variables y conceptos, las cuales fueron representadas mediante números que fueron analizados a través de métodos estadísticos (Hernández et al, 2017).

4.2 Población y muestra

Población

“Es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (Hernández et al, 2017).

La población para el presente estudio, fueron los representantes de las MYPES del sector servicios rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz = 80 Representantes.

Muestra

Representa un subconjunto de la población, y es representativo de esta (Hernández, 2012). Por lo que, en la investigación se tomó una muestra censal, por ende, se estudiaron a los 80 representantes.

4.3 Definición y operacionalización de variable e indicadores

Variable	Definición de la variable	Denominación	Indicador	Escala de medición
Representante De las Micro y pequeñas empresas.	Es la persona encargada de representar en base a funciones que se le asigna mediante un cargo para poder velar los intereses de las micro y pequeñas empresas Sudhir (2007)	Edad	a) 18 a 30 b) 31 a 50 c) 51 a más años	Razón
		Género	a) Masculino b) femenino	Nominal
		Grado de instrucción	a) sin instrucción b) primaria c) secundaria d) superior no universitario e) superior universitario	Nominal
		Cargo	a) Dueño b) Administrador	Nominal
		Tiempo de desempeño	a) 0 a 3 b) 4 a 6 c) 7 a más años	Razón
Micro y pequeñas empresas	Son empresas pequeñas de unidad económica conformadas por personas naturales o jurídicas para poder desarrollar diferentes actividades (Sánchez, 2015).	Permanencia	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 años a mas	Razón
		Trabajadores	d) 1 a 5 e) 6 a 10	Razón
		Colaborador	a) Familiares b) no familiares	Nominal
		Objetivo	a) ganancias b) subsistencia	Nominal
		Ingresos	a) s./1500 a s/2500 b) s/2500 a s/3500	Razón
Gestión de calidad bajo el proceso de control de compras	Es conjunto de procesos que van a fortalecer la gestión de toda organización, optimizando todos sus componentes a efecto de brindar un adecuado servicio a sus clientes . Proceso de compras: tiene como función la adquisición de las materias primas o insumos con los cuales la organización funciona (Cuatrecasas 2010).	Procedimientos de actividades	b) Nunca c) Muy pocas veces d) Algunas veces e) Casi siempre f) Siempre	Nominal
		Ejecuta actividades	a) Nunca b) Muy pocas veces c) Algunas veces d) Casi siempre e) Siempre	Nominal
		Supervisa actividades	a) Nunca b) Muy pocas veces c) Algunas veces d) Casi siempre e) Siempre	Nominal
		Toma de decisiones	a) Nunca b) Muy pocas veces c) Algunas veces d) Casi siempre e) Siempre	Nominal
		Proceso de control de	a) Nunca	

	compras y plan de mejora	b) Muy pocas veces c) Algunas veces d) Casi siempre e) Siempre	Nominal
	Buen trato a sus proveedores	a) Nunca b) Muy pocas veces c) Algunas veces d) Casi siempre e) Siempre	Nominal
	Una excelente higiene y limpieza en su restaurante	a) Muy pocas veces b) Algunas veces c) Casi siempre d) Siempre	Nominal
	precios de los insumos son accesibles para su economía empresarial	a) Muy pocas veces b) Algunas veces c) Casi siempre d) Siempre	Nominal
	Alianzas estratégicas con algunas empresas	a) Nunca b) Muy pocas veces c) Algunas veces d) Casi siempre e) Siempre	Nominal
	Elaboración de inventario para su mejor gestión de compras	a) Muy pocas veces b) Algunas veces c) Casi siempre d) Siempre	Nominal
	Controla la orden de compras	a) Muy pocas veces b) Algunas veces c) Casi siempre d) Siempre	Nominal
	Selecciona insumos de calidad para el restaurante	a) Nunca b) Muy pocas veces c) Algunas veces d) Casi siempre e) Siempre	Nominal
	Controla entradas y salidas de los insumos	a) Muy pocas veces b) Algunas veces c) Casi siempre d) Siempre	Nominal
	Controla Kardex de su almacén	a) Nunca b) Muy pocas veces c) Algunas veces d) Casi siempre e) Siempre	Nominal
	Procesa la adquisición de las compras	a) Muy pocas veces b) Algunas veces c) Casi siempre d) Siempre	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas.

las distintas maneras o formas que utilizan para recolectar datos, por lo que, para el recojo de datos de la investigación, se utilizó la encuesta, es una herramienta fundamental para el estudio en ciencias sociales y permite la formulación de preguntas o interrogantes, para realizar la medición de la información recolectada (Hernández et al, 2017).

Instrumento.

Son los medios materiales que se emplean para almacenar y recoger datos (Arias, 2006).

En el estudio utilizó un cuestionario estructurado, que fue elaborado de acuerdo a los objetivos de la investigación y los indicadores de las variables de estudio (Hernández et al, 2017).

4.5. Plan de análisis

Para realizar la caracterización de la gestión de calidad bajo el proceso de control de compras, primero para la confiabilidad fue mediante el alfa de Cronbach, saliendo 0.741, lo que hace que el instrumento sea confiable. Después para su procesamiento y análisis se utilizó como herramienta el programa SPSS Versión 23 con la finalidad de realizar el ingreso de los datos para la formulación de la base de datos, se hizo la recolección de información mediante la encuesta y cuestionario, considerando la escala de Likert para facilitar, la aplicación del instrumento se realizó la tabulación, la clasificación, ordenamiento y codificación de datos; para realizar las operaciones estadísticas para la presentación de resultados en tablas y figuras; que sirvieron para la interpretación y análisis posterior (Hernández et al, 2017).

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos	Plan de análisis
<p>General: ¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad bajo el proceso de control de compras en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2015?</p>	<p>General: Determinar las principales características de gestión de calidad bajo el proceso de control de compras y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2015.</p> <p>Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las principales características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015, 2. Considerar las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante del distrito de Huaraz, 2015. 3. Determinar las principales características de gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015, 4. Establecer las principales características del proceso de compras en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015 y (e) Elaborar un plan de mejora sobre la aplicación de gestión de calidad bajo el proceso de compras y en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015. 	<p>Gestión de Calidad bajo el Proceso de compras</p>	<p>Población La población estuvo conformada por 80 representantes de restaurantes N= 80</p> <p>Muestra El tamaño de la muestra es censal, por lo que se tomó a 80 representantes para los estudios.</p>	<p>El tipo de investigación fue cuantitativo, el nivel fue descriptivo y el diseño No experimental – transversal.</p>	<p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encuesta <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario 	<p>Para realizar la caracterización de la gestión de calidad bajo el proceso de control de compras, primero para la confiabilidad fue mediante el alfa de Cronbach, saliendo 0.741, lo que hace que el instrumento sea confiable. Después para su procesamiento y análisis se utilizó como herramienta el programa SPSS Versión 23 con la finalidad de realizar el ingreso de los datos para la formulación de la base de datos, se hizo la recolección de información mediante la encuesta y cuestionario, considerando la escala de Likert para facilitar, la aplicación del instrumento se realizó la tabulación, la clasificación, ordenamiento y codificación de datos; para realizar las operaciones estadísticas para la presentación de resultados en tablas y figuras; que sirvieron para la interpretación y análisis posterior (Hernández et al, 2017).</p>

4.7 Principios éticos

La investigación, no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario, la beneficiará siendo un propósito favorable para las Micro y pequeñas empresas de la ciudad de Huaraz orientada al éxito.

Por ello, la presente investigación, tiene en cuenta los siguientes principios éticos en todo el trabajo de estudio:

Protección a las personas la información obtenida de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresa serán estrictamente confidenciales por el ejecutor de este estudio.

Respeto a la dignidad de la persona humana se respetaron las ideas u/o opiniones confidenciales brindadas voluntariamente por los representantes de la micro y pequeñas empresas lo cual será reservado confidencialmente por el ejecutor de este estudio.

Beneficencia y no maleficencia Se testificó el bienestar de los representantes quienes participaron en el estudio; demostrando así respeto en todo momento y sin causar daño por ningún motivo y disminuyendo los efectos posibles de adversarios.

Principio de Justicia Los representantes de las MYPES no todos participaron para la elaboración del estudio por ende salvaguardando el antes, durante y después, de un trato justo. El investigador demostró su respeto y amabilidad siempre enfocando al derecho a la privacidad y confidencialidad garantizando la seguridad a la persona.

Integridad científica En todo momento se demostró la rectitud y seriedad en el trabajo científico, extendiendo al futuro ejercicio profesional con base a las normas deontológicas que rigen la profesión de administración.

Consentimiento informado y expreso Se respetó mi participación voluntaria, como representantes de la MYPES ya que la información proporcionada a la investigadora será aprovechable para fines de investigación además me informo que no procederán a identificarme y que mi intervención no afectará de ninguna manera a la empresa y los datos proporcionados solo será exclusivamente para el desarrollo del presente trabajo.

III. Resultados

5.1 Resultado

Tabla 1

Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2015.

Datos Generales	N	%
Edad		
18 - 30 años	14	17.50
31 - 50 años	48	60.00
51 - más años	18	22.50
Total	80	100.00
Género		
Masculino	42	52.50
Femenino	38	47.50
Total	80	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	4	5.00
Primaria	4	5.00
Secundaria	48	60.00
Superior no universitario	24	30.00
Total	80	100.00
Cargo		
Dueño	58	72.50
Administrador	22	27.50
Total	80	100.00
Tiempo de desempeño		
0 - 3 años	16	20.00
4 - 6 años	32	40.00
7 - a más años	32	40.00
Total	80	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurantes del distrito Huaraz 2015.

Tabla 2

Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2015.

Datos Generales	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro restaurantes		
0 – 3 años	16	20.00
4 a 6 años	30	37.50
7 a más años	34	42.50
Total	80	100.00
Cantidad de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	54	67.50
6 a 10 trabajadores	26	32.50
Total	80	100.00
Trabajadores de la empresa		
Familiares	24	30.00
Personas no familiares	56	70.00
Total	80	100.00
Objetivo de la creación		
Generar Ganancia	78	97.50
Subsistir	2	2.50
Total	80	100.00
Ingreso mensual		
S/. 15000 - S/. 25000	62	77.50
S/. 25000 - S/. 35000	18	22.50
Total	80	100.00
Tipo de constitución de la empresa		
Persona natural	80	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurantes del distrito Huaraz 2015.

Tabla 3

Caracterización de gestión de calidad bajo el proceso de control de compras en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2015

Datos Generales	N	%
Procedimientos de actividades de gestión de calidad		
Nunca	6	7.50
Muy pocas veces	4	5.00
Algunas veces	20	25.00
Casi siempre	20	25.00
Siempre	30	37.50
Total	80	100.00
Ejecución de actividades de la gestión de calidad		
Nunca	4	5.00
Muy pocas veces	10	12.50
Algunas veces	24	35.00
Casi siempre	24	35.00
Siempre	10	12.50
Total	80	100.00
Supervisión de la gestión de calidad		
Nunca	2	2.50
Muy pocas veces	4	5.00
Algunas veces	32	40.00
Casi siempre	16	20.00
Siempre	26	32.50
Total	80	100.00
Toma de decisiones en la gestión de calidad		
Nunca	10	12.50
Muy pocas veces	8	10,00
Algunas veces	24	30,00
Casi siempre	22	27,50
Siempre	16	20,00
Total	80	100,00
Proceso de control de compras y plan de mejora		
Nunca	6	7.50
Muy pocas veces	8	10.00
Algunas veces	48	60.00
Casi siempre	16	20.00

Siempre	2	2.50
Total	80	100.00
Brinda buen trato a sus proveedores		
Nunca	2	2.50
Muy pocas veces	10	12.50
Algunas veces	36	45.00
Casi siempre	22	27.50
Siempre	10	12.50
Total	80	100.00
Brinda una excelente higiene y limpieza en su restaurante		
Muy pocas veces	10	12.50
Algunas veces	40	50.00
Casi siempre	24	30.00
Siempre	6	7.50
Total	80	100.00
Precios de los insumos son accesibles para su economía empresarial		
Muy pocas veces	8	10.00
Algunas veces	28	35.00
Casi siempre	32	40.00
Siempre	12	15.00
Total	80	100.00
Alianzas estratégicas con algunas empresas		
Nunca	2	2.50
Muy pocas veces	4	5.00
Algunas veces	18	22.50
Casi siempre	32	40.00
Siempre	24	30.00
Total	80	100.00
Elabora inventario para su mejor gestión de compras		
Muy pocas veces	2	2.50
Algunas veces	30	37.50
Casi siempre	34	42.50
Siempre	14	17.50
Total	80	100.00
Control de orden de compras		
Muy pocas veces	4	5.00
Algunas veces	24	30.00
Casi siempre	34	42.50
Siempre	18	22.50

Total	80	100.00
Selecciona insumos de calidad para su restaurante		
Nunca	10	12.50
Muy pocas veces	12	15.00
Algunas veces	22	27.50
Casi siempre	22	27.50
Siempre	14	17.50
Total	80	100.00
Controla las entradas y salidas de los insumos		
Muy pocas veces	6	7.50
Algunas veces	30	37.50
Casi siempre	38	47.50
Siempre	6	7.50
Total	80	100.00
Lleva al día el control de Kardex de su almacén		
Nunca	2	2.50
Muy pocas veces	8	10.00
Algunas veces	20	25.00
Casi siempre	38	47.50
Siempre	12	15.00
Total	80	100.00
El proceso de adquisición de las compras es eficiente		
Muy pocas veces	2	2.50
Algunas veces	38	47.50
Casi siempre	36	45.00
Siempre	4	5.00
Total	80	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurantes del distrito Huaraz 2015.

Tabla 4

Plan de mejora en base a los resultados de la caracterización de gestión de calidad bajo el proceso de control de compras en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015

Problema	Causas	Solución – aplicación de mejora	Responsable
Compras desmedidas de los productos	Falta de compromiso del personal con el restaurante	Adquirir productos según la necesidad	Responsable de compras y almacén
exceso de rotación y ausencia del personal	Enfermedades más comunes por el cambio climático	Aplicar las estrategias en el manejo de personal	Gerente
Faltas de productos de buena calidad en el mercado	Deficiente en el abastecimiento de productos	Buscar convenios con diferentes proveedores	Responsable de compras y almacén
Compra de productos a alto costo	Pocos proveedores	Buscar y negociar con los diferentes proveedores	Responsable de compras y almacén
Falta de fidelización de los proveedores hacia los representantes de las Mypes	Productos de baja calidad y en mal estado con precios elevados	Cambio de proveedor	Responsable de compras y almacén

5.2 Análisis de resultado

Respecto a las características de los representantes

respecto a la edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas; el 60,00% tienen de 31 a 50 años (Tabla 1), coincidiendo con García (2016) quien menciona que el 63,00% tienen de 21 a 41 años, de igual forma coincide con Huamani (2014) el cual manifiesta que el 58,00% tienen de 29 a 49 años. Contrastando lo dicho por Rodríguez M (2016) el cual señala que el 58,00% tienen entre 25 a 35 años; así mismo contrasta con Figueroa (2016) quien señala que el 75,00% tienen entre 47 – 57 años. Concluyendo que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas en el rubro de restaurantes son dirigidas por personas de 31 a 51 años que cuentan con experiencia en el rubro y están capacitados para administrar dicha actividad comercial.

En relación al género de los representantes de las Mypes, el 52.5% son varones (tabla 1), el resultado coincide con lo dicho por Antero y Ramírez (2017) quien menciona que el 75.00% son de sexo masculino, del mismo modo coincide con Espinoza (2016) quien señala que el 56.00% son de género masculino, también coincide con Ascencio (2016) quien manifiesta que el 70.00% son varones; Contrastando con Huamani (2014) quien alude que el 56.00% son mujeres, con estos resultados se puede afirmar que la mayor parte de los representantes de las Mypes son de género masculino destacando su habilidad y desempeño en el rubro de restaurantes.

Referente al grado de instrucción de los representantes de las MYPES, el 60% terminaron la secundaria (Tabla1), estos resultados coinciden con los resultados obtenidos de Rodríguez (2016) quien afirmó que el 75,00% de los encuestados tienen grado de instrucción secundaria completa. Pero contrastan con los resultados de García (2016) quien sostiene que el 80,00% de los representantes encuestados tienen el grado de instrucción superior universitario. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las MYPES tienen el grado de secundaria completa significando que las empresas tienen al mando personas que les falta el nivel intelectual para dirigir sus negocios, generando que a futuro se pueda sufrir ciertos percances por falta de conocimiento y capacitaciones en dirección de empresas.

Referente al cargo que desempeñan los representantes de las MYPES; el 72,50% son dueños (Tabla 1), coincidiendo con Espinoza (2016) quien indican que el 88,00% son dueños, del mismo modo concuerda con Figueroa (2016) quien manifiesta que el 80% son dueños. Pero se diferencia con Rodríguez M. (2016) quien menciona que un 72% son representados por administradores concluyendo que la mayor parte de las MYPES en el rubro restaurantes, estas representados por los dueños, ya que es un punto primordial para el éxito empresarial que se quiere lograr mediante los objetivos.

Respecto al tiempo que desempeñan en el cargo; el 40% tiene de 7 a más años (Tabla 1), coincidiendo con Asencios (2016) quien determino que el 45% tienen de 7 a más años. Pero contrastan con Espinoza (2016) quien menciona que el 88% tienen de 10 a más años en el cargo. Esto demuestra que los empresarios tienen experiencia en el campo de restaurantes, significando que han experimentado lo suficiente para poder desarrollarse empresarialmente.

Respecto a las características de las Micro y Pequeñas Empresas

Con respecto al tiempo que se desempeñan las MYPES el 42,50% informó que tenían un tiempo de permanencia de 7 a más años en el rubro restaurantes (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados de Antero y Ramírez (2017) quien manifiesta que un 51% el tiempo de permanencia de 7 a más años en el rubro. Pero contrasta con los resultados Huamani (2014) quien sostiene que el 78% tienen de 3 a 6 años de permanencia en el rubro. Esto demuestra que los empresarios llevan un buen tiempo trabajando en el rubro restaurantes.

Referente al número de colaboradores con los que cuenta las MYPES, el 67,50% cuentan con 1 a 5 trabajadores (tabla 2), coincidiendo con Rodríguez M. (2016) el cual especifico que el 60% poseen de 1 a 4 trabajadores. diferenciando lo dicho por Asencios (2016) quien menciona que el 79% de las MYPES tienen más de 20 colaboradores. Esto demuestra que las MYPES del rubro restaurantes trabajan con poco personal, que están prestos de asumir roles específicos la cual mediante el trabajo en equipo lo realizan.

Con respecto a los representantes de las MYPES el 70% están conformados por personas no familiares quienes trabajan en su empresa (Tabla 2), según los resultados obtenidos, estos coinciden con los resultados encontrados de Figueroa (2016) quien determina que el 79% de las empresas encuestadas, están constituidas por personas ajenas a su entorno familiar. A diferencia

de los resultados de Espinoza (2016) quien determinó que el 80% albergan personas familiares. Esta contrastación demuestra que la mayoría de empresarios trabajan mejor con personas ajenas a su entorno empresarial.

Con respecto a los resultados obtenidos el 97,50% afirmó que el objetivo para crear la Micro Empresa es para generar ganancias (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Antero y Ramírez (2017) quien determinó que un 80% manifestaron que su objetivo es generar ganancias en la MYPE. Pero esto contrasta con los resultados obtenidos por García (2016) quien determina que el 89% corroboró que el propósito de la empresa es generar múltiples ganancias. Esto determinó que las MYPES siempre buscan obtener ganancias para desarrollarse en el mercado laboral.

Con respecto al nivel de ingreso el 77,50% opinaron que su nivel de ingreso mensual es S/. 15.000 hasta S/. 20.000 (Tabla 2), dichos resultados obtenido contrastan con los resultados hallados por Rodríguez (2016) determinó que el 86% manifestaron que su ingreso es mayor a S/. 30000.00 soles a más. Estos resultados han demostrado que los diferentes empresarios van recibiendo ingresos a favor de su economía, la cual les conducirá al logro de sus objetivos.

Con respecto al tipo de constitución de la empresa el 100% de los representantes de las MYPES son personas naturales (Tabla 2), esto coincide con los resultados encontrados por Huamani (2014) quien manifestó que el 95% que el tipo de constitución son personas naturales. Sin embargo contrasta con los resultados de Rodríguez M. (2016) quien afirmó que el 75% están integrados en la Sociedad Anónima Abierta. Los resultados han demostrado que las MYPES están constituidas por personas naturales en su mayoría.

Respecto a la Gestión de calidad

El 25% de los representantes casi siempre realizan los procedimientos de actividades al momento de realizar las compras, estos resultados coinciden con la tesis de Antero y Ramírez (2017) quienes determinan que el 35% realizan las compras de manera eficiente. Esto demuestra que la supervisión de los procedimientos actividades en los restaurantes se realizan de manera eficiente efectiva para brindar un servicio de calidad.

El 35% de representantes afirmaron que casi siempre ejecutan las actividades relacionados a las compras, este resultado coincide con el estudio de Rodríguez (2016) quien especifica que 45% afirmaron que realizan sus actividades de manera oportuna. Esto demuestra que las actividades de compras son parte de la actividad empresarial que permite alcanzar los objetivos.

El 40.0% de los representantes algunas veces ejecutan las supervisiones de las actividades de compras en los restaurantes, estos resultados coinciden con la tesis de Huamani (2014) quien sostiene que el 55% realizan supervisiones en su empresa. Esto demuestra que es primordial realizar las supervisiones pues permiten corregir los errores que se presentan con la finalidad de mejorar.

El 30% de los representantes algunas veces toman decisiones inmediatas respecto a la solución de los problemas de los restaurantes, este resultado coincide con la tesis Asencios (2016) quien manifiesta que el 36% toman decisiones para la solución de sus problemas empresariales. Esto demuestra que la toma de decisiones son parte fundamental en la empresa para que encamine a su visión propuesta.

Respecto a la variable proceso de control de compras

Con respecto a los resultados obtenidos el 60% opinó que algunas veces se preocupaba por la mejora continua en su servicio de su restaurante (Tabla3), coincidiendo con Asencios (2016) quien estableció que el 58% afirmó que se preocupan por la mejora continua de la empresa. Tal es así que contrasta con la investigación de Imilce (2014) quien menciona que la mejora continua en las empresas se debe de realizar constantemente con la finalidad de desarrollar un buen servicio, teniendo en cuenta la gestión de calidad.

Con respecto a los resultados obtenidos el 45% indicó que algunas veces los representantes de las MYPES brindaban un buen trato a los colaboradores (Tabla4), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Espinoza (2016) quien sostuvo que el 43% afirmó que los empresarios brindan un buen trato a los empleados. Pero contrasta con los resultados encontrados por Velasco (2015) quien sostuvo que se debe dar un buen trato a los internos y externos de una organización para que se pueda trabajar de una manera armónica entre todo el personal con el fin de realizar las actividades de manera eficiente.

Referente a los resultados obtenidos el 50% indicó que algunas veces brindan una excelente higiene y limpieza en su restaurante (Tabla3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Humani (2014) quien determinó que el 55% opinó que brindan un servicio con buena higiene y limpieza. Pero contrasta con los resultados encontrados por Sánchez (2015) quien sostiene que la teoría de higiene de limpieza se debe de cumplir en toda organización debido a que es la presentación principal de cualquier actividad económica.

Con respecto a los resultados obtenidos el 42,50% indicó que brindaban con eficiencia el servicio en el restaurante (Tabla3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Figueroa (2016) quien manifestó que el 47,30% opinó que los empresarios brindaban un buen servicio. Pero contrasta con los resultados encontrados por Jurado (2014) quien sostiene que la calidad de servicio es un término que se debe aplicar en las empresas con la intención de tener mejores resultados.

Con respecto a los resultados obtenidos el 40% opinó que casi siempre los precios de los insumos son accesibles para su economía empresarial (Tabla 3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Asencios (2016) quien sostiene que el 45% afirmó que los

precios son cómodos para la empresa. Asimismo, estos resultados coinciden con la investigación de Norman, (2015) quien menciona que la importancia de los precios es básica para la ejecución de compras.

Respecto a la variable proceso de control de compras

Con respecto a los resultados obtenidos el 47,50% indicó que algunas veces realizaban un presupuesto de compras de su restaurante (Tabla 4), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Espinoza (2016) quien determinó que el 56% afirmó que a veces realizaban un presupuesto de compras. Pero contrasta con los resultados hallados por Norman, (2016) quien sostiene que llevar los documentos de una empresa en orden genera un beneficio, asimismo recalca que es importante realizar presupuesto cada determinado tiempo con la intención de saber el manejo de los recursos económicos de cada empresa.

Con respecto a los resultados obtenidos el 50% manifestó que casi siempre realizaban contrataciones previas para realizar la compra de los insumos (Tabla 4), estos resultados encontrados coinciden con los resultados encontrados por Rodríguez (2016) quien especifica que el 65% opinó que si realizaban contratos anticipados a las compras que realizaban. Tal es así que Kantis (2014) quien menciona que la práctica habitual de MYPES suele basarse más en la desconfianza frente al competidor local que en la posible colaboración con el mismo para la búsqueda colectiva de los servicios necesarios que por sí solas este tipo de empresas no puede generar, tales como los servicios sobre información de mercados o tecnologías, capacitación empresarial y comercialización conjunta, entre otros.

Con respecto a los resultados obtenidos el 55% manifestó que casi siempre los proveedores le ofrecen precios accesibles para su presupuesto (Tabla 4), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por García (2016) quien tuvo como resultado que un 67% afirmó que los proveedores le dan precios accesibles. Tal es así que contrasta con los resultados de Jurado (2014) quien manifiesta que se debe mantener buenas relaciones con los proveedores y clientes en la empresa para que el trabajo se de manera eficiente.

Respecto a las alianzas estratégicas el 40% indicó que casi siempre ejecutan alianzas estratégicas con algunas empresas (Tabla4), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Antero y Ramírez (2017) quien sostiene que el 43% opinó que si tienen alianzas

estratégicas con empresas para un mejor trabajo empresarial. Sin embargo, contrasta con los estudios de Camison (2016) quien manifiesta que la gestión de la calidad total, en cuanto a garantizar productos o servicios acordes con los objetivos de la empresa, requiere el involucramiento de todos los miembros de la organización en la mejora de todos los procesos, con el objetivo de incrementar, de modo continuado, la eficacia y la eficiencia de los mismos.

Con respecto a los resultados obtenidos el 42,50% manifestó que casi siempre elaboraban el inventario para su mejor gestión de compras (Tabla 4) estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Rodríguez (2016) quien establece que el 57% afirmó que elaboran el inventario para gestión de actividades. Pero contrasta con el estudio de Berrios & Mendez, (2015) quien sostiene que sus principios gerenciales de compras se refieren al precio como dentro del proceso de compras el precio es uno de los elementos más importantes en la adquisición de materias primas y el jefe de compras debe tratar de lograr los mejores precios para su empresa, siempre cuidando no desvirtuar puntos como la calidad, cantidad y otros puntos importantes.

Con respecto a los resultados obtenidos el 42,50% indicó que casi siempre controlaban la orden de compras (Tabla 4), concordando con García (2016) quien señala que el 63% manifestó que casi siempre controlaban las actividades de las compras. Tal es así que estos resultados contrastan con la investigación de Hernández (2016) quien determina que en el área de compras se define a la calidad como que tan viable es el uso del material para realizar el fin con el que es comprado.

Con respecto a los resultados obtenidos el 27,50% indicó que casi siempre seleccionaban insumos de calidad para su restaurante (Tabla 4), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Espinoza (2016) quien especifica que el 78% afirmó que siempre compraba insumos de calidad. Asimismo, contrasta Hernández (2016) quien sostiene que para brindar un buen servicio se tiene que atender, realizar y adquirir insumos de calidad con la finalidad de ofrecer un buen servicio de tal forma el cliente se sienta satisfecho.

Con respecto a los resultados obtenidos el 47,50% manifestó que controlaban las entradas de los insumos (Tabla 4), coincidiendo con Huamani, (2014) quien especifico que el 56% controlaban los insumos. También coincidieron con Camisón, (2015) quien sostuvo que la

aplicación de la gestión de la calidad no sólo proporciona beneficios directos, sino que también hace una importante contribución a la gestión de costos y riesgos. En un enfoque basado en procesos.

Con respecto a los resultados obtenidos el 47,50% indicó que casi siempre llevaban al día el control de Kardex de su almacén (Tabla 4), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Rodríguez M. (2016) quien menciona que el 65% opinó que tienen el control de Kardex. contrastando con Barrios & Méndez, (2015) el cual refirió que el control de Kardex de una empresa es importante para el buen manejo de sus procesos en el área de almacén y sobre todo para el control de sus insumos.

Con respecto a los resultados obtenidos el 47,50% indicó que algunas veces realizaban el proceso de adquisición de compras es eficiente (Tabla 27), coincidiendo con García (2016) el cual menciona que el 63% siempre realizaban en un proceso de compras de una manera eficiente. Pero contrasta con los resultados encontrados por Kantis (2014) quien menciona que siempre los procesos de compras son primordiales en toda organización para el mejor resultado en la actividad económica de ello depende la gestión sea de manera eficiente.

5.3 Plan de Mejora

1. Datos Generales

Nombre o Razón Social : Micro y Pequeñas SAC.
Giro de la Empresa : Sector servicio, rubro restaurantes
Dirección : Ámbito del distrito de Huaraz
Nombre del representante : En listado de gerentes

2. Misión

Elaborar la mejor comida peruana con una sazón especial, utilizando productos de muy buena calidad, ofrecida a través de un excelente servicio, logrado mediante una capacitación continua de nuestros colaboradores que se identifican plenamente con el negocio.

3. Visión

Ser una sólida corporación especializada en gastronomía peruana con proyección nacional e internacional.

4. Objetivos Empresariales

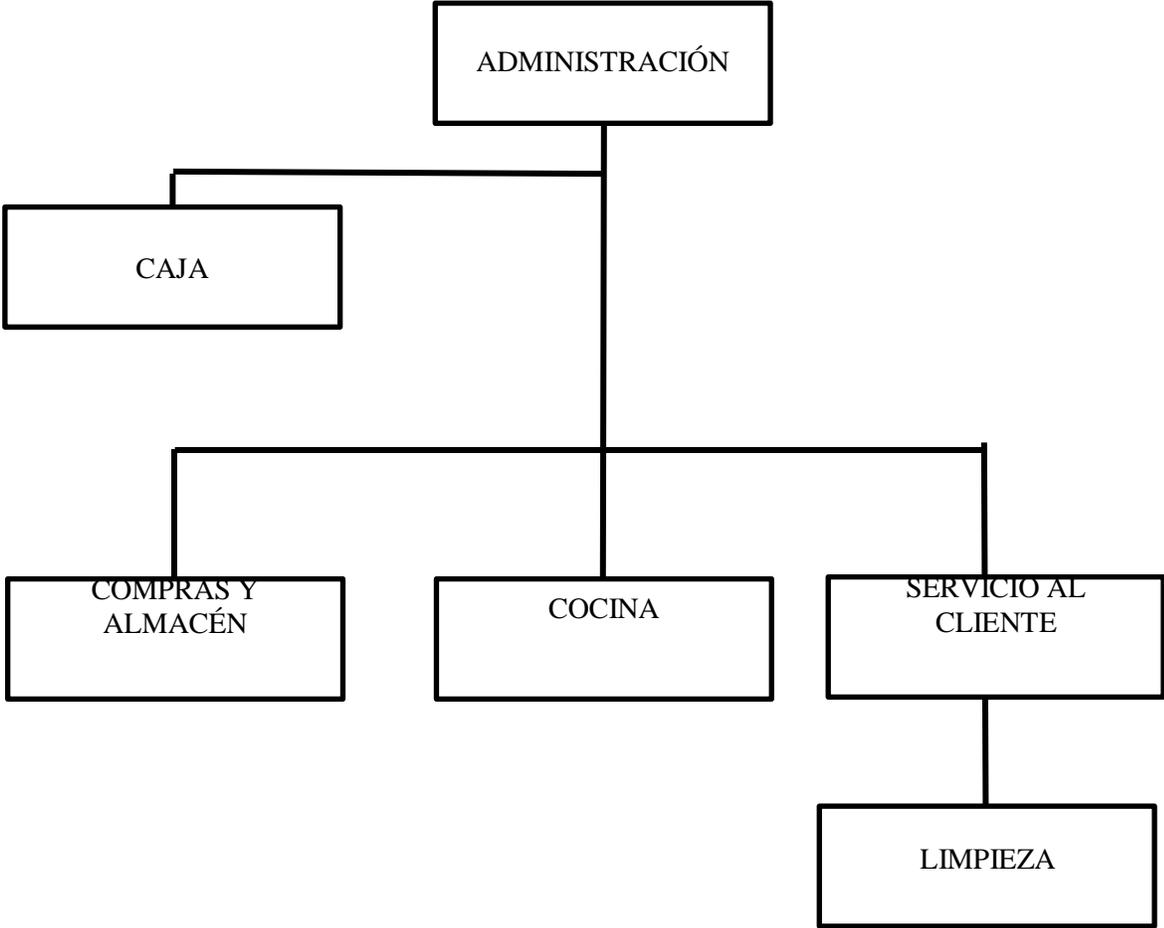
El Restaurante está destinado a ofrecer un servicio de calidad gastronómica y satisfacer plenamente sus necesidades del cliente brindando un buen servicio.

- Desarrollar un emprendimiento empresarial a través de la organización de una empresa en el sector o servicio, rubro restaurants en el distrito de Huaraz.
- Organizar la presentación atractiva del local y el mobiliario adecuado a los tiempos modernos, de acuerdo al gusto del cliente de la ciudad y de los visitantes de otras regiones y del extranjero.
- Ofrecer platos típicos propios de Huaraz, criollos y extranjeros de acuerdo al gusto del cliente.
- Ofertar un servicio de calidad gastronómica, diversificando los platos atractivos del cliente, con servicios de chefs debidamente capacitados.
- Solicitar un crédito de entidad financiera, para mejorar la rentabilidad del restaurante.

5. Servicios

La microempresa tiene como línea de actividad la preparación de alimentos de potajes autóctonos y criollos, desde desayunos, almuerzos y cenas; en algunos casos con un valor agregado; para los visitantes sean de la localidad de Huaraz, de otras regiones y extranjeros.

6. Organigrama de la empresa



6.1. Descripción de las áreas

Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Administrador de empresas • Conocimiento de contabilidad • Manejo de personal • Trabajo en equipo • Facilidad de palabra
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • motivar las actividades emprendedoras administrativas de planeamiento organización, dirección-gestión, control y evaluación del servicio de restaurante,

Cargo	Cajera o (o):
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Cursar 5to año de secundaria • Habilidades numéricas • Proactivo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Cobro del costo por cada servicio prestado en el restaurante • Proactividad

Cargo	Jefe compras y almacén:
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio universitario en Administración
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de compras de insumos y productos básicos • Planificar y gestionar su funcionamiento en base a su presupuesto • Facilidad de palabra • Trato y negociación con los proveedores. • Responsable del almacén, de las entradas y salidas de los productos • Manejo de kardex y sistema de datos informáticos. • Proactividad

CARGO	Responsable de Cocina:
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Chef profesional
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar y dirigir la preparación • Preparación de potajes regionales, nacionales e internacionales • Supervisar el área de la cocina • Proactividad

Cargo	Responsable de servicio al cliente:
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante en Administración
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Buen trato con el cliente • Coordinación con el personal encargado del servicio al publico

Cargo	Responsable de limpieza
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Cursar 5to año de secundaria
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Esta área se encarga de la limpieza permanente de local, mobiliario y lavado de vajillas. • Proactivo

6.2. Diagnóstico General

FODA

	Oportunidades	Amenazas
<p>FACTOR INTERNO</p> <p>FACTOR EXTERNO</p>	<p>O 1. Productos de la región</p> <p>O 2. Nuevos mercados</p> <p>O 3. Compra y Venta de productos a delivery</p> <p>O 4. Acceso a tecnología de punta</p>	<p>A 1. proveedores incumplidos</p> <p>A 2. Competitividad en precios</p> <p>A 3. Desabastecimiento de producto</p> <p>A 4. Desastres naturales</p>
Fortalezas	Estrategia F-O	Estrategia F-A
<p>F 1. Nuevos productos</p> <p>F 2. Precios accesibles de los productos</p> <p>F 3. Entrega oportuna de los productos</p> <p>F 4, Productos de buena calidad</p>	<p>O1,O2,F1,F2,F3,F4 aprovechar productos de calidad a precios bajos</p> <p>O3,F1,F2,F3 Fidelizar con los proveedores por el buen servicio</p> <p>O1,F2,F3 Aprovechar los productos propios de la región</p>	<p>A2,A3,F1,F2,F3 Realizar alianzas estratégicas con diferentes proveedores para previa cotización</p>
Debilidades	Estrategia D-O	Estrategia DA
<p>D 1. Resistencia del cambio tecnológico.</p> <p>D 2. Mal manejo de kardex</p> <p>D 3. Precio elevado de los productos</p> <p>D 4. Productos en mal estado</p>	<p>O1,D1,D4 Aprovechar el crecimiento del mercado, para la adquisición de variedad de productos</p> <p>O4,D3 control adecuado del seguimiento y recepción de pedidos</p> <p>O4, D1 Adquirir sistema de software para control de productos</p>	<p>D1,A1,A4, contar con almacén apropiado.</p> <p>D1,D2,A3 establecer estrategia en compras</p>

7. Indicadores de Gestión

Indicador	Evaluación de los Indicadores dentro de la Mype
Ventas mayores de lo programado	Mejoramiento y variedad de productos
Participación activa en el mercado	Pecina coordinación con los proveedores
Satisfacción de los clientes relacionado a la calidad de servicio	Mala adquisición de productos de poca calidad
Posicionamiento eficiente frente a la competencia	Falta de aplicación de estrategias
Rentabilidad significativa	buen uso de los recursos

8. Problemas

Indicadores	Problema	Seguimiento del problema
Manejo de kardex	Exceso de Adquisición de productos	Ocasiona pérdidas directas a la empresa
Gestión de recursos humanos liderazgo motivacional	Ausentismo y rotación de personal	Ingreso y salida del personal por motivo de despido voluntario e involuntario
Estrategias en marketing en compras	Faltas de productos de buena calidad	Escases de productos por falta de proveedores
Alianzas estratégicas con proveedores	Adquiere productos a alto costo	Genera perdida en compra de productos
Manejo de marketing en atención al cliente	Falta de fidelización de clientes.	Falta de la fidelización es la insatisfacción de los clientes por el mal servicio prestado

9. Establecer soluciones

9.1. Establecer acciones

Indicador	Problemas	Solución
Uso de manejo de kardex	Compras desmedidas de los productos	Adquirir productos según la necesidad
Implementación el liderazgo motivacional	exceso de rotación y ausencia del personal	Aplicar las estrategias en el manejo de personal a través del liderazgo motivacional
Implementar estrategias de marketing en compras	Faltas de productos de buena calidad en el mercado	Buscar convenios con diferentes proveedores
Establecer alianza estratégico con los proveedores	Compra de productos a alto costo	Negociar con los proveedores
Implementación de marketing en atención al cliente	Falta de fidelización de clientes por parte de los proveedores	Brindar buena atención al cliente por parte de los proveedores

9.2. Estrategias que se desean implementar

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
01	Adquirir productos de calidad	Compras excesivas de productos	3 meses	Productos en mal estado	Mejoramiento continuo en el área de compra
02	Adquirir software para control de productos	no manejan kardex	5 meses	Falta de conocimiento en uso de kardex	Uso de software para el control de ingreso y salida de productos
03	Contar con proveedores diversos	Productos de pésima calidad	4 meses	Escases de producto	Mejoramiento en la compra de productos
04	Capacitación al personal sobre gestión de calidad	No cuenta con buenos proveedores	4 meses	Poca relación con proveedores	Establecer alianzas estratégicas con diversos proveedores
05	Creación de una bases de datos para control de ingreso y salida de los productos	Mala adquisición de insumos	3 meses	Exageración de compra de insumos	Control de manejo de la base de datos

9.3. Recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
01	Organizar y ejecutar cursos de capacitación al personal en gestión de calidad.	Contratar un capacitador profesional en gestión de calidad.	S/.1500.00	proyector	6 meses
02	Adquisición de equipos y software	personal especializado en manejo del sistema	S/.800.00 soles mensual	Uso del sistema	6 meses
03	Establecer alianza con los proveedores	Gerente			2meses

IV. Conclusiones

6.1. Conclusión

La mayoría relativa de los representantes de las MYPES, son varones que se encuentran entre las edades de 31 a 50 años, teniendo un grado de estudio de nivel secundario, según el cargo que ocupó la mayoría son dueños, desempeñándose en ese rubro durante siete años a más, lo que hace notar que los dueños tenían mucha experiencia, ya que no es fácil mantenerse durante muchos años, además de ello, la mayoría al estar en ese rango de edad favorece su desempeño, ya que cuentan con la madurez del caso para realizar la toma de decisiones, por otro lado, se observó que no cuentan con estudios superiores, sin embargo, la experiencia empírica les ha servido mucho para seguir desempeñando el cargo.

La mayoría relativa de las MYPES, su permanencia en el mercado es de siete años a más, contando con un número de trabajadores máximo de 5, donde no hay relación familiar entre los trabajadores, estos están dedicados a generar ganancias, contando con un ingreso que oscila entre 1500 a 2500 mensuales, en donde todas las MYPES presentan una constitución legal de persona natural, por lo que los dueños han sabido posicionarse en el mercado, esto demuestra que la permanencia de las empresas en el rubro es regular, la cantidad de trabajadores que tiene es buena, puesto que si se realizan más contratos de personal habría mucha gente en el sitio, y las ganancias no serían muchas, además de ello el que no haya familiares es positivo, para que la toma de decisiones sea imparcial y objetiva. Según el objetivo específico.

La mayoría determinó las principales características de gestión de calidad en las MYPES, casi siempre y en algunas se ejecutan, la supervisión se realiza algunas veces, y algunas veces hay toma de decisiones. Es favorable realizar la gestión de calidad para que la empresa logre posicionarse y darse a conocer en el mercado mediante la calidad de servicio que presta.

La mayoría también mencionó que las principales características del proceso de compras, algunas veces se realizaban de forma eficiente en la adquisición de insumos, casi siempre se realizaban el control de orden de compras, se realizaban la selección de insumos de calidad y casi siempre se realizaban cotizaciones previas para su adquisición, la mayoría menciona que casi siempre se realizaban presupuestos de compras, casi siempre los proveedores ofrecían

precios accesibles, casi siempre se realizaban alianzas estratégicas, casi siempre los precios de los insumos eran accesibles para su economía empresarial, algunas veces y casi siempre, se controlaban la entrada y salida de insumos, casi siempre realizaban el control de Kardex de su almacén, ,la mayoría mencionó que casi siempre se elaboraba inventarios para una mejor gestión de compras, algunas veces realizaban con eficiencia las actividades, la mayoría se preocupaban algunas veces por la mejora continua, algunas veces brindaban buen trato a los proveedores, algunas veces se realizaban excelente higiene y limpieza. El proceso de compras es muy importante ya que mediante la realización eficiente del proceso se van a adquirir servicios, equipos, suministros, Se deberían fomentar a tener un mayor criterio organizacional materiales adecuados para que haya un desarrollo satisfactorio de la empresa.

Se elaboró y propuso un plan de mejora aplicando el marketing mix, la adquisición de nuevos equipos informáticos para un buen manejo de los registros del MYPE, así mismo realizar una conferencia de prensa con exhibición de todo lo que ofrece el restaurante, finalizando con la organización y ejecución de las capacitaciones al personal e informatizando el proceso de compras para la mejora del mismo.

6.2. Recomendaciones

Al representante de la MYPE, se recomienda asistir a cursos de capacitación en gestión de calidad bajo el proceso de control de compras para mejorar y lograr el empoderamiento de los trabajadores y así mismo vincular e identificar más a la empresa.

Con respecto a la gestión de calidad, se debería fomentar a tener un mayor criterio organizacional estableciendo patrones de organización, para dar mayor rentabilidad a la empresa debiendo establecer funciones y responsabilidades para poder así lograr la expansión y crecimiento del restaurante.

Proponer en el proceso de compras a implementar, evaluar y seleccionar a los proveedores en función de su capacidad para poder suministrar los productos según los requisitos que requiera la organización. Verificar los productos adquiridos haciendo cumplir los requisitos de compra especificadas o establecidas según la empresa, así mismo controlar el ingresos y salidas de los insumos del almacén mediante un kardex con la finalidad de cuidar la rentabilidad empresarial.

Promover a la empresa a implementar el plan de mejora para lograr la adquisición de productos de buena calidad y para el crecimiento del restaurante, en base a la estrategia de marketing y a la adquisición de nuevos equipos tecnológicos para el buen control de los insumos y el buen funcionamiento en la administración, así como la organización y ejecución de las capacitaciones al personal e informando el proceso de compras para la mejora del mismo.

Referencias Bibliográficas

- Antero, Fernandez; Ramirez, Luis. (2017). *Propuesta DE Un Plan De Mejoras, Basado En Gestión Por Procesos, Para Incrementar La Productividad En La Empresa Distribuciones A&B*. Pimentel: Universidad Señor De Sipán.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de Investigación introducción a la metodología científica* (Sexta ed.). Caracas: Episteme. Obtenido de <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACIÓN-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Asencios, M. (2016). *Caracterización de la Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De Selección De Personal En Las Micro Y Pequeña Empresa Del Sector Comercio - Rubro Venta al Por Mayor DE Productos Textiles Y Prendas De Vestir (Boutique) Del Distrito De Huarz, Año 2016*. Huaraz, Ancash: Uladech. Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/844/MYPE_SELECCION_DE_PERSONAL_SILVA_ASENCIOS_MARNI_DANITZA.pdf?sequence=4
- Avolio , B., & Mesones , A. (2015). *Factores que limitan el crecimiento de las Micro y pequeñas empresas en el Perú (Mypes)*. Lima, Perú : CENTRUM Católica. Recuperado el 19 de Octubre de 2018, de <file:///C:/Users/carsa/Downloads/4126-15740-1-PB.pdf>
- Barrios , Y., & Mendez , M. (2015). *Propuesta de mejoramiento del proceso de compras, teniendo en cuenta su integración con los procesos comercial y planeación de producción para la empresa ArPrint LTD limitada*. Bogota, Colombia : Pontifica Univercidad Javeriana. Recuperado el 19 de Octubre de 2018
- Calderon, M, & Peralta. (2014). *Mejora Continua de la productividad de la empresa Modasa (Tesis pregrado)*. Obtenido de Lima: Universidad San Martin de Porras
- Camison, C. (2015). *Gestión de Calidad, Estrategia y Competitividad*. Obtenido de <http://www.ingeba.org/lurralde/lurranet/lur31/31gomez/31gomez.htm>
- Castellano, N. (2014). *Gestion de calidad y competitividad en las organizaciones*. Biblioteca Central Vicerrector Ricardo A. Podesta, Villa Maria. Obtenido de http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num.php?explnum_id=1106
- Chavez, R. (2016). *"Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad mypes sector comercio rubro ferreterías distrital de Tumbes, 2016"*. Tumbes: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote facultad de ciencias contables, financieras y administrativas. Recuperado el 14 de Mayo de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/583/CHAVEZ_APONTE_ROVERTO_CARLOS_FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_RENTABILIDAD_MYPE_FERRETERIAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cooper, F. et, al. (2002). *Cómo iniciar y administrar un restaurante*. Bogota, Colombia: Norma. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=EAB1IkM2gDIC&pg=PA9&dq=tipos+de+restaurantes>

&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjEr-
_H4_7rAhXXEbkGHSuHCE0Q6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=tipos%20de%20restaurantes&f=false

- Cuatrecasas, L. (2010). *Gestión integral de calidad*. Obtenido de Profit Editorial, 2010 - Barcelona: <https://librosenpdf.org/libro-gestion-integral-calidad-implantacion-control-certificacion-pdf/>
- Diaz , K. (2016). *Diseño de un sistema de compras para el restaurante Meson de la Plaza*. Santa Clara: Universidad Central Marta "Abreu". Recuperado el 19 de Octubre de 2018
- Duarte , J. (2015). *Factores de determinantes y críticos en empresas de servicios, para la obtención de ventajas competitivas sostenibles y transferibles a estrategias de globalización*. Barcelona, España : Universidad Autonoma de Barcelona. Recuperado el 19 de Octubre de 2018, de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/3957/jldc1de1.pdf;sequence=1>
- El congreso de la República. (2013). *Ley de promoción y formalización de la Micro y pequeña empresa*. Lima, Perú: Congreso de la República.
- Espino, E. (2016). *Implementación de mejora en la gestión compras para implementar la productividad en un consesorio de alimentos*. Lima, Perú : Universidad San Ignacio Loyola. Recuperado el 19 de Octubre de 2018
- Espinoza , E. (2016). *Implementacion de Mejora En La Gestión Compras para Incrementar La Productividad En un Concesionario de Alimentos*. Lima, Perú: Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2459/1/2016_Espino_Implementacion_de_mejora_en_la_gestion_compras.pdf
- Figuroa , Y. (2016). *Caracterizacion de la Gestion de Calidad Bajo el Enfoque Lean Manufacturing de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial -Rubro Elaboración de Productos de Panaderia del Distrito de Huaraz, 2015*. Huaraz, Ancash: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1062/MYPE_GESTION_DE_CALIDAD_FIGUEROA_ROBLES_YOSELYN_MELISSA.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Garcia, H. (2016). *Propuesta de indicadores de calidad del servicio al cliente en una empresa manufacturera transmision de potencia*. Mexico: Instituto Politécnico Nacional. Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de <http://148.204.210.201/tesis/1471374614461HugoGarciaAr.pdf>
- Griful, C. et, al. (2010). *Gestion de la Calidad* (primera edición ed.). EdicionUPC 2002. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?op=lookup&id=2cP2SvNsDkEC&continue=https://books.google.com.pe/books%3Fid%3D2cP2SvNsDkEC%26pg%3DPA30%26dq%3Dcuales%2Bson%2Blos%2Bprocesos%2Bpara%2Badquirir%2Bun%2Bproducto%26hl%3Des%26sa%3DX&hl=es>
- Hernandez, H. (junio de 2018). *Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones*. (I. 1900-0642, Recopilador) colombia bogota 2018. Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/327197050_Gestion_de_la_calidad_elemento_clave_para_el_desarrollo_de_las_organizaciones

- Huamani, M. (2014). *Propuesta De Modelo De Gestión De Mantenimiento Enfocado En La Gestión Por Procesos Para La Mejora De La Productividad y La Competitividad En Una Asociación De Mypes Del Sector Textil*. Lima: Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas (UPC). Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/346246/1/Tesis+Cruzado_SA.pdf
- Imilce, D. (2014). *La gestión de calidad ISO 9001*. Lima: La norma NTP ISO 9001. Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/4-4-sistema-de-gestion-de-la-calidad/>
- IPE . (2014). *El desarrollo de ñlas Mypes en el Perú*. Lima, Perú : Ediciones economic S.R.L. Recuperado el 19 de Octubre de 2018
- Jurado, G. (2014). *Calidad de la Gestión en el Servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el Cnetro Historico de la Ciudad de Quito*. Quito, Ecuador : Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado el 30 de Octubre de 2018
- kantis, H et, al. (2019). *Condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico. Novedades y tendencias para fortalecer e integrar los ecosistemas de la región*. Rafaela:Asociación Civil Red Pymes Mercosur. . Obtenido de <http://catalogo.econo.unlp.edu.ar/meran/opac-detail.pl?id1=3813#.X118uBBKjIU>
- MEF. (2014). *Características de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE)*. Perú. Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de <http://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>
- Norman. (2016). *La calidad en el servicio al cliente*. Vertice. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&dq=buen+servicio+a+los+clientes&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Origins of the Food Service Industry*. (2007). doi:ISBN 9780070655737.
- Peña , M. (2016). *Caracterización de la Capacitación y competitivias de la Capacitación y competitividad en las Mype, rubro restaurantes Vegetarianos del Centro de Piura, año 2016*. Piura, Perú : Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado el 19 de Octubre de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1051/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_PENA_LIZANO_MERCEDES.pdf?sequence=1
- Robledo. A. et. al. (2010). *Gestión de las capacidades de innovación tecnológica para la competitividad de las empresas antioqueñas de software*. Medellín: Universidad Nacional, 2010. Obtenido de https://scholar.google.es/scholar?cluster=1068695227622671113&hl=es&as_sdt=2005

- Rodriguez , M. (2016). *Caracterizacion de la Gestion de Calidad y Competitividad de Ventas de Electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí, Año 2016*. Chimbote, Ancash: Facultad de Ciencias Contables , Financieras y Administrativas -ULADECH. Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/629/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_RODRIGUEZ_PINEDO_MILAGROS%20.pdf?sequence=1
- Rodriguez, E. (2016). *Caracterización del Control Interno de las Micro Y Pequeñas Empresas Comerciales del Perú: Caso Empresa E&E AGALLPAMPA,2016*. Truhillo, Perú: Uladech. Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/461/CONTROL_INTERNO_RODRIGUEZ_CUEVA_ELIZABETH.pdf?sequence=4
- Sudhir, A. (Agosto 2007). paris. doi: ISBN 9780070655737
- Summer, D. (2016). *Administracion de la Calidad*. Mexico: Pearson Educación. Obtenido de <http://peruhydraulics.com.pe/ebook/Administracion-de-la-calidad.pdf>
- Velasco, J. (2015). *Gestión de la calidad: Mejora continua y sistemas de gestión. Teoría y práctica*. (E. P. 2015, Ed.) 2. doi:8436823621, 9788436823622
- Zapata, A. (2016). *Ciclo de la Calidad De PHVA*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=FgT2DwAAQBAJ&dq=escalante+2006,+sobre+el+ciclo+de+deming&hl=es&source=gbs_navlinks_s

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																					
N°	Actividades	Semestre I				Semestre II								Semestre II				Semestre II			
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller Cocurricular			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
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 tutor				X																
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X															
6	Elaboración y validación de los instrumentos 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 resultados										X										
11	Redacción del pre informe preliminar											X									
12	Revisión de informe final de tesis para el jurado de investigación												X	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				
16	Revisión de tesis del artículo científico																	X			
17	Pre banca																	X			
18	Sustentación de la tesis final																		X		

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
Impresiones	360	0.50	180.00
Fotocopias	1000	0.10	100.00
Empastado	30.00	3	90.00
Papel bond A-4 (500 hojas)	20	3	60.00
Lapiceros	8	0.50	4.00
Taller cocurricular	2100.00	1	2100.00
Servicios			
Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			2534.00
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información		500	500.00
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			3034.00
Presupuesto no desembolsable (LAD)			
Categoría	Base	% ó Número	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 (Módulo 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/.)			652.00

Anexo 3. Población Muestra

Directorio de Restaurantes

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS/RAZON SOCIAL	DIRECCION
1	SALIS VINO CLINTONG ROMALDO	JR. SAN CRISTOBAL 2do. PISO N° 112- ZONA COMERCIAL
2	CAJA HUAMAN GERARDO	AV.27 DE NOVIEMBRE N° 604-608-HUARUPAMPA
3	SOTOMAYOR FORONDA MARIANA KAROL	PASAJE MANUEL VILLARAN Y LOLI N°138, MZ.C LT.9- SAN FRANCISCO
4	MARQUEZ ARBAIZA BRITAZAYDA ESTEFANIA	JR. ALBERTO GRIDILLA N° 361- VILLASOL
5	BUENO SANCHEZ VLADIMIR RICHARD	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL ESTE
6	MACEDO DEPAZ LUZ MARIA	JR . SAN CRISTOBAL N° 1015 CONO ALUVIONICO OESTE
7	TORRES QUITO DE MINAYA JANET YOLANDA	JR. SAN MARTIN N° 833 ZONA COMERCIAL.
8	FLORES FERNANDEZ LUZ REDINA	JR. SAN MARTIN N° 477 ZONA COMERCIAL
9	MARQUEZ LABRADOR LENNI YAMILETH	JR. SAN MARTIN N° 1108
10	JAMANCA MORALES ABRAHAM	AV. LUZURIAGA 2° PISO N° 655 ZONA COMERCIAL
11	MAURICIO ORIHUELA WALDIR MARCOS	JR. JOSE DE SAN MARTIN N° 932 HUARUPAMPA
12	AGUEDO ROSAS DE MEJIA IRMA REGINA	AV. ANDRES A. CACERRES N° 234 HUARUPAMPA
13	MEZA PRUDENCIO FELICIANO MAXIMO	JR. JULIAN DE MORALES N° 541 ZONA COMERCIAL
14	TREJO DUEÑAS ALEJANDRO	AV. 27 DE NOVIEMBRE N° 994 HUARUPAMPA
15	CASTILLO INFANTE LISSY IBEL	JR. 28 DE JULIO N° 1207 SOLEDAD BAJA
16	RONDAN ONCOY GRETTEY MELISSA	AV. AGUSTIN GAMARRA N° 795 SOLEDAD BAJA
17	CALVO POMA ALEXANDER MAXIMO EMILIO	JR. LUCAR Y TORRE 1°PISO INTERIOR N° 552 ZONA COMERCIAL
18	ALEJOS CARRERA BETTOBEN	JR. SEBASTIAN BEAS N° 871 ZONA COMERCIAL
19	SALAZAR GONZALES ANDRES FRANCESCO LI	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL ESTE N° 2947 SOLEDAD BAJA
20	ROBLES MAGUIÑA NATALIA AMANDA	JR. RAMON CASTILLA S/N MC.C LT. 13
21	RAMIREZ VEGA MARILUZ BETTY	PASAJE NN 78 WUAMASHRAJU 1° PISO S/N MZ.U LT.34 ZONA COMERCIAL
22	CARRION AGUILAR DANIEL ALCIDES	JR. JOSE DE SUCRE 1227 SAN FRANCISCO
23	LEYVA ARAUCANO TEOLINDA ASUNCIONA	JIRON FRANCISCO BOLOGNESI N° 173 - ROSAS PAMPA
24	MALDONADO SANCHEZ ALEJANDRA VICTORIA	AVENIDA PRIMAVERA N° 200- CONO ALUVIONICO ESTE
25	MENDEZ LLIUYA ALEJANDRINA ROSALINA	AVENIDA CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL ESTE 1ER PISO N° 356 - PEDREGAL MEDIO

26	HUAMAN PUMACHAYCO NERLIN MELISSA	PASAJE TEOFILO CASTILLO N° 585- BELEN
27	AMBROSIO HERMOSILLA ROSITA YULY	AVENIDA CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL ESTE N° 386 - CON ALUVIONICO ESTE
28	NEIRA DEXTRE GLORIA NOEMI	AVENIDA LAS AMERICAS N° 318 CONO ALUVIONICO ESTE
29	CORDERO CRUZ MILAGROS BRIYITH	JIRON PUMACAYAN 1ER PISO PUMACAYAN 2DO PISO PUMACAYAN
30	EMPRESA CONSTRUCTORA POTRERO SRL	JIRON LEONISA LESCANO N° 646 - 650 - ZONA COMERCIAL
31	CANO OBREGON ROSA ELENA	JIRON OBREGON ROSA ELENA
32	GAMARRA BAUTISTA CARMEN JULIA	JIRON AMADEO FIGUEROA 1ER PISO N° 1289 SOLEDAD BAJA
33	MAEDA SAM EIRL	AVENIDA LUZURIAGA N° 1190 - BELEN
34	COCHACHIN MALLQUI WALTER AGUSTIN	AVENIDA FITZCARRALD N° 368 - CONO ALUVIONICO
35	RAMIREZ ASIS VILMA JUDIT	JIRON ANDRES AVELINO CACERES 1ER PISO N° 243- HUARUPAMPA
36	AGUILAR DEXTRE SILVIA PATRICIA	AVENIDA PEDRO VILLÓN N° 135 - HUARUPAMPA
37	ROMERO LEON MAGDA NORMA	JIRON COMERCIO N° 110 CONO ALUVIONICO ESTE
38	ARANDA CALDERON RAQUEL ROSMERY	AVENIDA ROSAS PAMPA N° 270 VILLASOL
39	EMPRESA SANTA VICTORIA SRL	AVENIDA LUZURIAGA 1RO Y 2DO PISO N° 492 ZONA COMERCIAL
40	CELESTINO VALVERDE MARCELINA	AVENIDA PROLONGACION RAYMONDI N° 492 CONO ALUVIONICO ESTE
41	JULCA SOTELO ESTHER YANINA	JIRON MARISCAL CÁCERES N° 258 - HUARUPAMPA
42	CORONADO CASTRO SUSY MILAGROS	JIRON JULAIN DE MORALES 2DO PISO N° 542-ZONA COMERCIAL
43	ROJAS ROSAS CRISELA ANTONIA	JIRON ESTEBAN CASTROMONTE 1ER PISO N° 310 - PEDREGAL MEDIO
44	ESPINOZA PAREDES GLADYS MARLENY	JIRON SIMON BOLIVAR S/N MZ:168 LT:15, VILLON ALTO
45	ROJAS TUESTA RENE	JIRON HORACIO ZEVALLOS S/N MZ: 168 LT: 02 - VILLON ALTO
46	MORALES YUPANQUI MARY LUZ	JIRON 13 DE DICIEMBRE 1ER PISO N° 564-CONO ALUVIÓNICICO ESTE
47	FIGUEROA INGA MARIA ESTELA	JIRON CARAZ N° 610 - CONO ALUVIÓNICICO ESTE
48	CARHUACHIN CERNA CARMEN INESA	MALECON SUR RIO QUILLCAY N° 420 - CONO ALUVIONICO OESTE
49	RIOS VERGARA DAVID ENRIQUE.	AVENIDA MARISCAL TORIBIO DE LUZURIAGA 2DO PISO N° 629-ZONA COMERCIAL
50	VASQUEZ SALAZAR PEDRO CHANEL	PASAJE SAN MARTIN N° 432 ZONA COMERCIAL
51	VERGARA GABRIEL MIGUEL ANGEL	JIRON VICTOR CORDERO N° 817 - BELEN
52	HUERTA AMBROCIO ERIK AMERICO	PASAJE MANUEL VILLARAN Y LOLI N°276-ZONA COMERCIAL
53	LOZANO CANO BLANCA	JIRON EDUARDO LUCAR Y TORRE 2DO PISO N° 446 -

	SILVIA	ZONA COMERCIAL
54	VILLAREAL VARILLAS JONH NEKITA	AVENIDA FRANCISCO BOLOGNESI 2DO PISO N° 115 - ROSAS PAMPA
55	MILLA GARCIA SAMUEL	PROLONGACIÓN CARAZ N° 1005 CONO ALUVIÓNIC ESTE
56	ARAUCO BARRETO GABRIELA GIOVANA	PASAJE CORAL VEGA N° 535 - HUARUPAMPA
57	ESPINOZA PALACIOS JORGE EDUARDO	PASAJE HJULIAN DE MORALES 1° PISO N° 435 - HUARUPAMPA
58	SCHEBSDAT BEDOYA ALLAN	CALLE PARQUE GINEBRA S/N MZ: U LT: 28 - ZONA COMERCIAL
59	BERNACHEA CLAHUA ERNESTINA CIRILA	JIRON COMERCIO 2° PISO N° 953 CONO ALUVIONICO ESTE
60	CARRILLO BEDON ELVA NOEMI	AVENIDA CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL OESTE N° 901 - HUARUPAMPA
61	CUADROS MONTES SANDY DAHAYRA	AVENIDA GAMARRA N° 799 ZONA COMERCIAL
62	ESTRADA MIRANDA JUDITH CLOTILDE	JIRON LUCAR Y TORRE 1° Y 2° PISO N° 458 ZONA COMERCIAL
63	ARAUCANO RODRIGUEZ TEODORO OSCAR	AVENIDA CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL OESTE 1° PISO N° 581 HUARUPAMPA
64	DE LA CRUZ SANCHEZ GUILLERMINA CIRILA	JIRON LEONISCA LESCANO N° 635 HUARUPAMPA
65	ESPINOZA MALLQUI LUZ MERY	JIRON 27 DE NOVIEMBRE 2DO PISO N° 2027 - VILLON BAJO
66	CARRANZA MANRIQUE MIRTA YANET	JIRON 28 DE JULIO N° 514 - ZONA COMERCIAL
67	PRUDENCIO PACHECO LUIS FERNANDO	AVENIDA AGUSTÍN GAMARRA 1° PISO N° 536 - SAN FRANCISCO
68	GARRO DEL CASTILLO GUIDO NAPOLEON	JIRON FEDERICO SAL Y ROSAS N° 776 - BELEN
69	HARO FLORES ROYLI EDGAR	JIRON JULIAN DE MORALES N° 820 - ZONA COMERCIAL
70	LOLI CATIRE BENDERLIN MICHAEL	AV.TORIBIO LUZURIAGA 1ER. PISO N° 849 ZONA COMERCIAL
71	VELASQUEZ VEGA NICOLAS APOLINARIO	JIRON JOSE DE SUCRE N°467 MZ.28,LTE.7 HUARUPAMPA
72	RIOS RAMIREZ ELVIRA	JIRON ENRIQUE PALACIOS 1° PISO N°630 SAN FRANCISCO
73	SALAS GALAN FREDY ORLANDO	AVENIDA RAYMONDI 1° PISO N° 401 CONO ALUVIONICO
74	MOGOLLON HUAMAN ELIZABETH	JIRON ENRIQUE RAMIREZ LUNA N° 638 HUARUPAMPA
75	LAWA CALDOS PERUANOS E.I.R.L.	JIRON RICARDO PALMA N° 901 PEDREGAL ALTO
76	MORALES YUPANQUI MARY LUZ	JIRON 13 DE DICIEMBRE N° 564 CONO ALUVIONICO
77	GIRALDO RAMIREZ LUCIA	JIRON SAN MARTIN N° 939 HUARUPAMPA
78	PALMA ANAYA ELIDA	AVENIDA FITZCARRALD N° 364 CONO ALUVIONICO
79	HUAMALIANO TORRES HAROLD EFRAIN	JIRON JOSE DE SUCRE N° 453 ZONA COMERCIAL
80	FERNANDEZ ANGELES YULIÑO EDIL	JIRON JUAN DE LA CRUZ ROMERO N° 626 HUARUPAMPA

Fuente: Municipalidad distrital de Huaraz, 2020

Anexo 4 Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

El marketing como factores relevantes en la gestión de calidad bajo el proceso de control de compras y plan en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015

Estimado señor (a)

llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia del factor relevante en la gestión de calidad bajo el proceso de control de compras y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015.

Participación

Para ello, se está pidiendo su participación en el estudio, si usted acepta, quiere decir que el investigador le ha indicado a usted de forma verbal, así como escrita lo siguiente: los pasos a seguir, riesgos, beneficios, confidencialidad y preguntas resueltas.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es investigar acerca de la gestión de calidad bajo el proceso de control de compras y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la gestión de calidad bajo el proceso de control de compras en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015.

Riesgos, incomodidades y costos de su participación

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasará por riesgos identificados, por lo que se ha planteado que usted ni su empresa no tendrá mayor riesgo que la población general. El estudio no tendrá costo para usted. En todo momento se evaluará si usted

se encuentra en posición de poder hacer uso de la palabra, su negativa a no participar en el estudio, será respetada.

Beneficios

Se ha planteado en los participantes, recomendaciones sobre la gestión de calidad bajo el proceso de control de compras y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz, 2015.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial, los nombres y apellidos de cada participante quedará a custodia del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Problemas o preguntas

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Huaraz, Perú estudiante: María Celina Gómez Huerta al celular 942029329 o al correo marygohumail.com y si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Escuela profesional de Administración, Telf: 350190, E-mail: escuela_administracion@uladech.edu.pe.

Consentimiento / Participación voluntaria

Por lo expuesto comprendo que seré parte de un estudio de investigación. Sé que mis respuestas a las preguntas serán utilizadas para fines de investigación y no se me identificará. También se me informó que, si participo o no, mi negativa a responder no afectará negativamente a la empresa. Comprendo que el resultado de la investigación será presentado a la comunidad científica para su mejor comprensión.

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Nombre del participante

Firma del participante

Nombre del investigador

Firma del investigador

Fecha: Hora

Anexo 5 Cuestionario Estructurado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CUESTIONARIO APLICADO A LOS REPRESENTANTES DE LA MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE
HUARAZ, 2015.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **“Caracterización de la gestión de la calidad bajo el proceso de control de compras en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2018.”**

Para obtener el título de licenciada en administración. Se le agradece la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

1.1. Referente a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas

1. Edad

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

2. Género

- a) Femenino
- b) Masculino

3. Grado de Instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña

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

1.2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

7. Número de trabajadores

a) 1 a 5 trabajadores

b) 6 a 10 trabajadores

c) 11 a más trabajadores

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

a) Familiares

b) Personas no familiares

9. Objetivo de creación

a) Generar Ganancia

b) Subsistencia

10. Nivel de ingreso mensual promedio.

a) De S/. 1.00 hasta S/. 51, 875

b) De S/. 51, 876 hasta S/. 587, 916

c) De S/. 587, 917 a más

11. Tipo de constitución de la empresa

a) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)

b) Sociedad comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)

c) Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)

d) Sociedad Anónima (S.A.)

e) Persona Natural

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD						
D1	PLANEAR					
1	Identifica los objetivos de la empresa	1	2	3	4	5
2	Ud. planifica los procedimientos de actividades de la clínica	1	2	3	4	5
D2	HACER	1	2	3	4	5
3	Ud. implementa cambios de acuerdo a su plan aprobado	1	2	3	4	5
4	Ud. ejecuta las actividades de manera de mejoras planeadas	1	2	3	4	5
D3	VERIFICAR	1	2	3	4	5
5	Supervisa las actividades en la clínica médica	1	2	3	4	5
6	Valora los resultados obtenidos en cada periodo de trabajo con relación a lo planeado	1	2	3	4	5
D4	ACTUAR	1	2	3	4	5
7	Toma decisiones en cada situación que se presente en la clínica	1	2	3	4	5
8	Realiza las correcciones correspondientes al final de la evaluación	1	2	3	4	5

REFERENTE A LA VARIABLE EL PROCESO DE CONTROL DE COMPRAS

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
----------------------	------------------------------------	----------------------------------	-----------------------------	------------------------

N°	Gestión de calidad bajo el proceso de control de compras	Alternativa				
D1: Calidad						
12	Ud. se preocupa por mejora continua en el servicio de su restaurante	1	2	3	4	5
13	Ud. brinda un buen trato a sus proveedores	1	2	3	4	5
14	Ud. brinda una excelente higiene y limpieza de su restaurante	1	2	3	4	5
15	Ud. brinda con eficiencia el servicio de su restaurante	1	2	3	4	5
16	Realiza con eficacia las actividades de su empresa	1	2	3	4	5
D2: Precio						
17	Los precios de los insumos son accesibles para su economía empresarial	1	2	3	4	5
18	Realiza un presupuesto de compras de su restaurante	1	2	3	4	5
19	Realiza cotizaciones previas para comprar los insumos	1	2	3	4	5
20	Los proveedores le ofrecen precios accesibles a su presupuesto	1	2	3	4	5
21	Tiene alianzas estratégicas con algunas empresas	1	2	3	4	5
D3: Cantidad						
22	Elabora inventarios para su mejor gestión de compras	1	2	3	4	5
23	Controla Ud. la orden de compra	1	2	3	4	5
24	Ud. selecciona insumos de calidad para su restaurante	1	2	3	4	5
25	Controla las entradas y salidas de los insumos	1	2	3	4	5
26	Lleva al día el control de Kardex de su almacén	1	2	3	4	5
27	El proceso de adquisición de las compras es eficiente	1	2	3	4	5

		Total		80	100,00
16	Se preocupa por el proceso de control de compras mejora continua en su servicio de su restaurante	Nunca	//// /	6	7.5
		Muy pocas veces	//// //	8	10
		Algunas veces	//// //// //// //// //// //// //// //// //// //	48	60
		Casi siempre	//// //// //// /	16	20
		Siempre	//	2	2.5
		Total		80	100
17	Brinda buen trato a sus proveedores	Nunca	//	2	2.5
		Muy pocas veces	//// ////	10	12.5
		Algunas veces	//// //// //// //// //// //// //// /	36	45
		Casi siempre	//// //// //	22	27.5
		Siempre	//// ////	10	12.5
		Total		80	100
18	Brinda una excelente higiene y limpieza en su restaurante	Muy pocas veces	//// ////	10	12.5
		Algunas veces	//// //// //// //// //// //// //// ////	40	50
		Casi siempre	//// //// //// ////	24	30
		Siempre	//// /	6	7.5
		Total		80	100
19	Los precios de los insumos son accesibles para su economía empresarial	Muy pocas veces	//// //	8	10
		Algunas veces	//// //// //// //// //// //// //// ////	28	35
		Casi siempre	//// //// //// //// //// //// //	32	40
		Siempre	//// //// //	12	15
		Total		80	100
20	Alianzas estratégicas con algunas empresas	Nunca	//	2	2.5
		Muy pocas veces	///	4	5
		Algunas veces	//// //// //// //	18	22.5
		Casi siempre	//// //// //// //// //	32	40
		Siempre	//// //// //// //// //	24	30
		Total		80	100
21	Elabora inventario para su mejor gestión de compras	Muy pocas veces	//	2	2.5
		Algunas veces	//// //// //// //// //// ////	30	37.5
		Casi siempre	//// //// //// //// //// //// ///	34	42.5
		Siempre	//// //// ////	14	17.5
		Total		80	100
22	Control de orden de compras	Muy pocas veces	///	4	5
		Algunas veces	//// //// //// //// ////	24	30

Anexo 7 Figuras

Figura

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

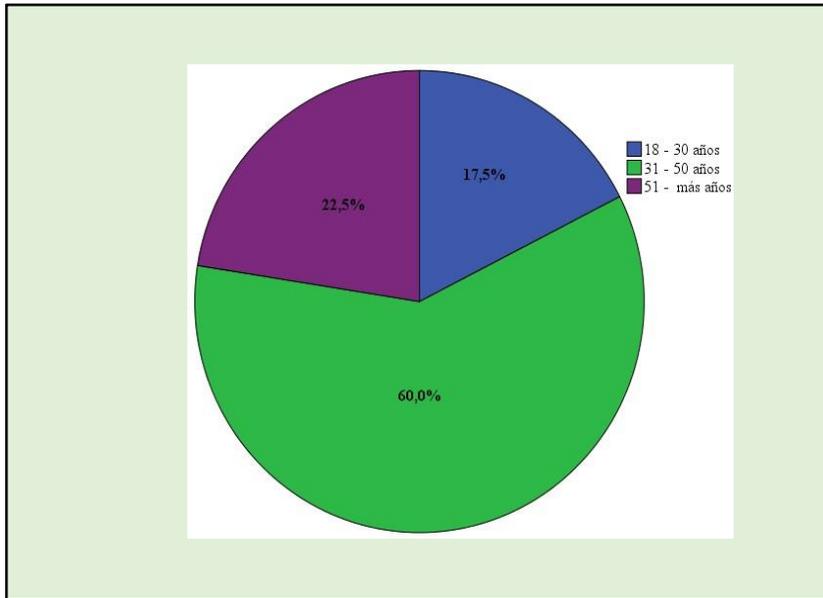


Figura 1. Edad de los representantes
Fuente. tabla 1

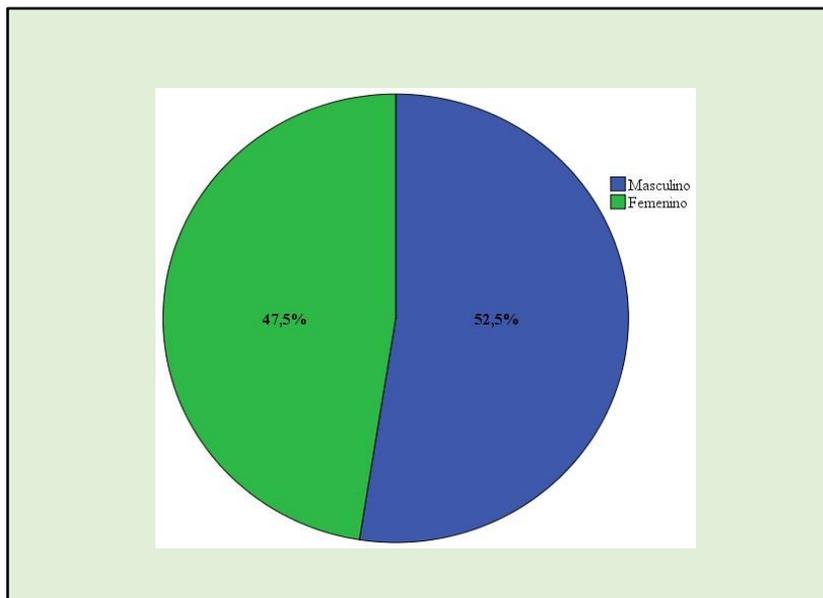


Figura 2. genero de los representantes
Fuente. tabla 1

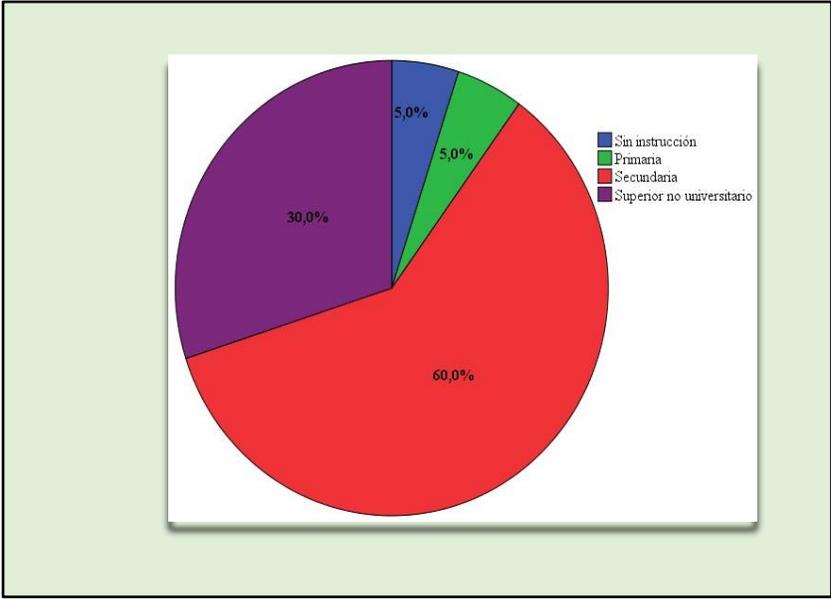


Figura 27. grado de instrucción
Fuente. tabla 1

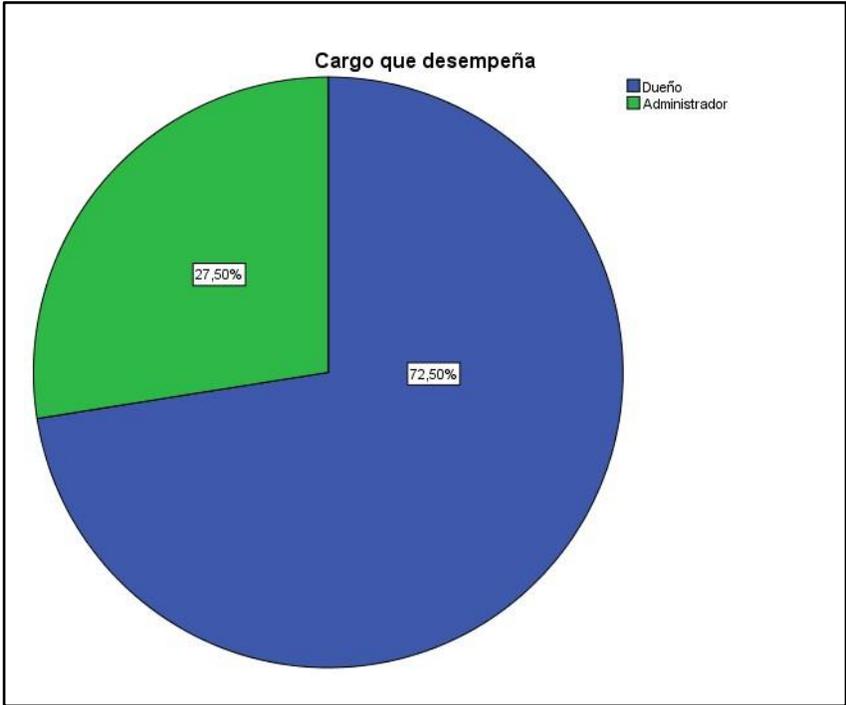


Figura 4. cargo que desempeña
Fuente. tabla 1.

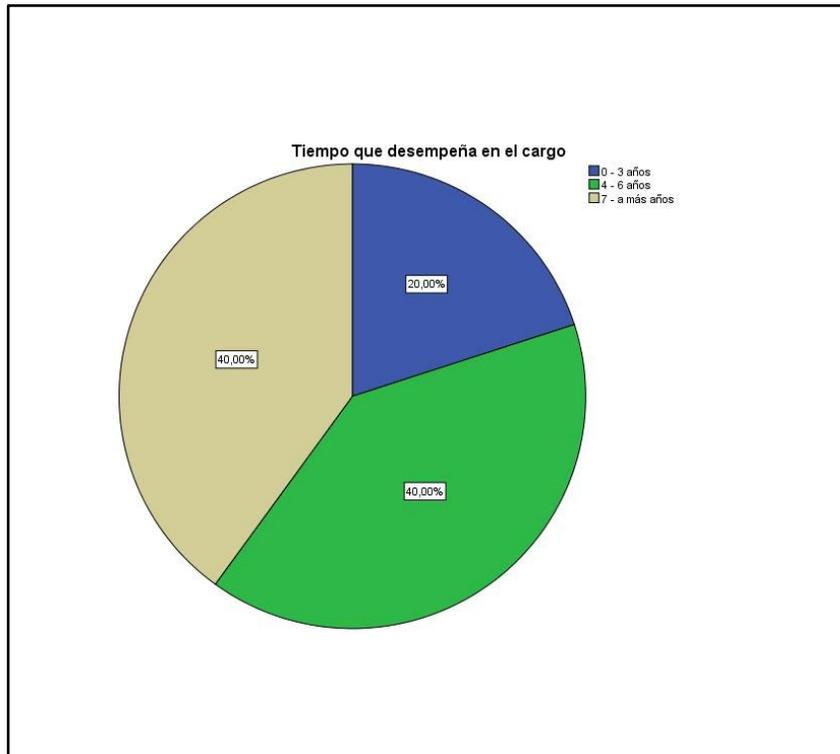


Figura 5 tiempo de desempeño en el cargo
Fuente. tabla 1.

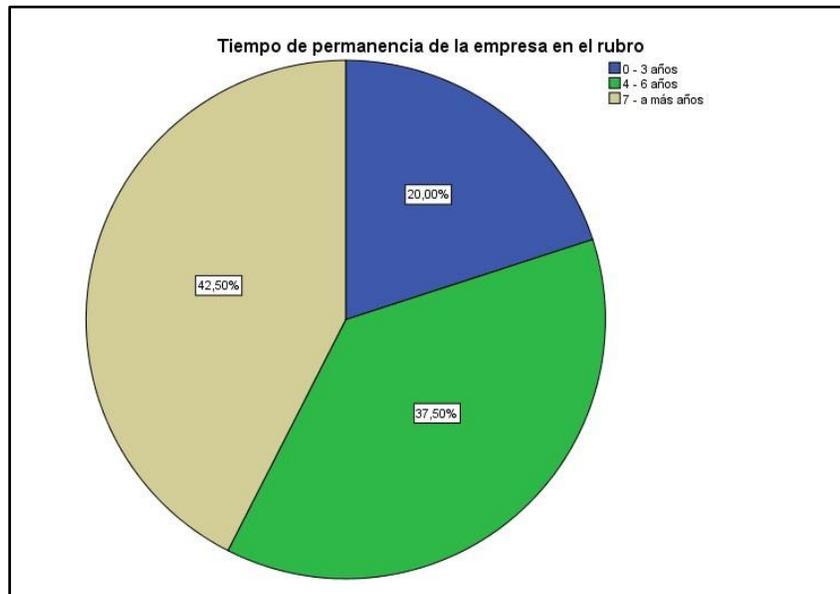


Figura 6 tiempo de permanencia en el cargo
Fuente. tabla 2.

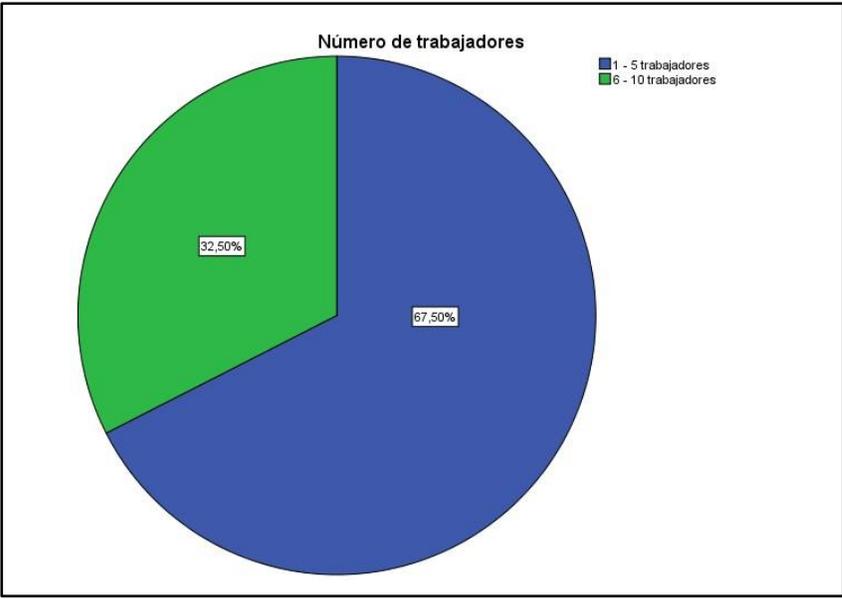


Figura 7. número de trabajadores
Fuente. tabla 2.

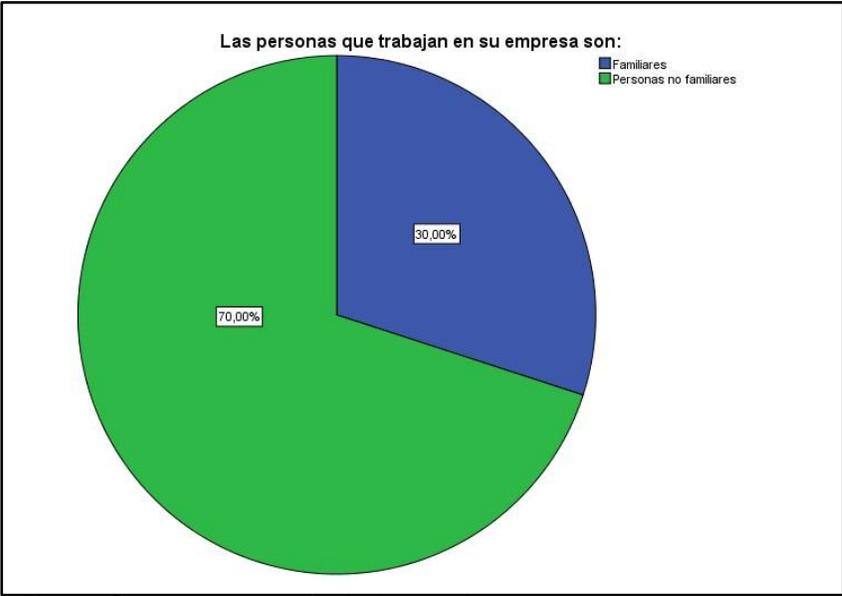


Figura 8. persona que trabajan en la empresa
Fuente. tabla 2.

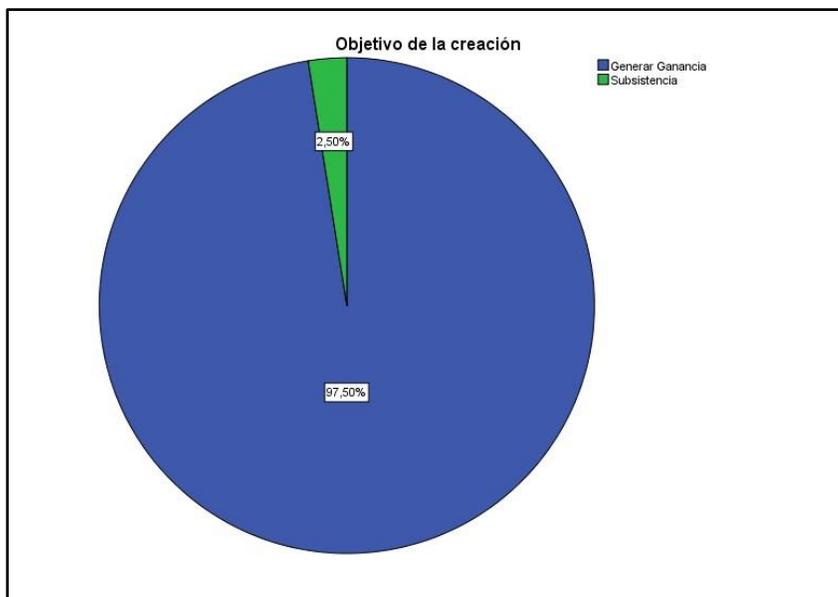


Figura 9 objetivo de la creación
Fuente. tabla 2

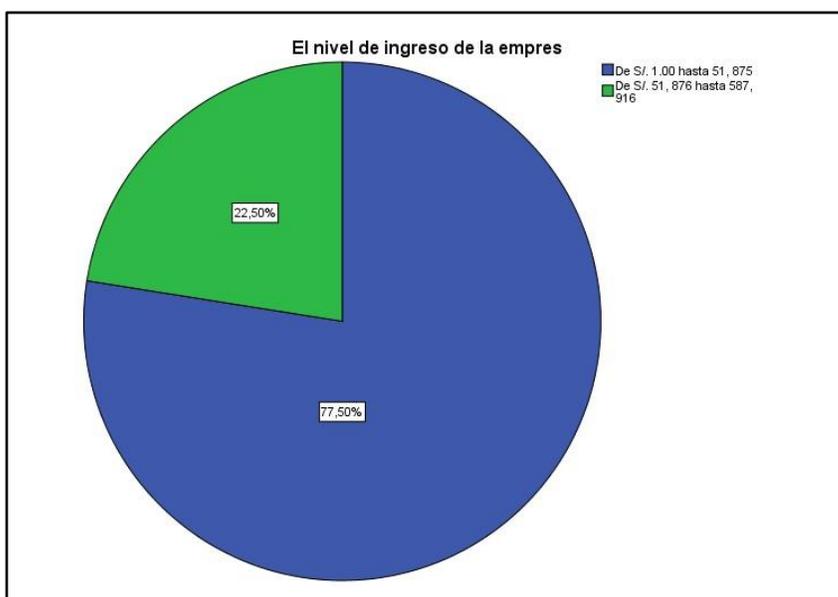


figura 10. nivel de ingreso de la empresa
Fuente. tabla 2.

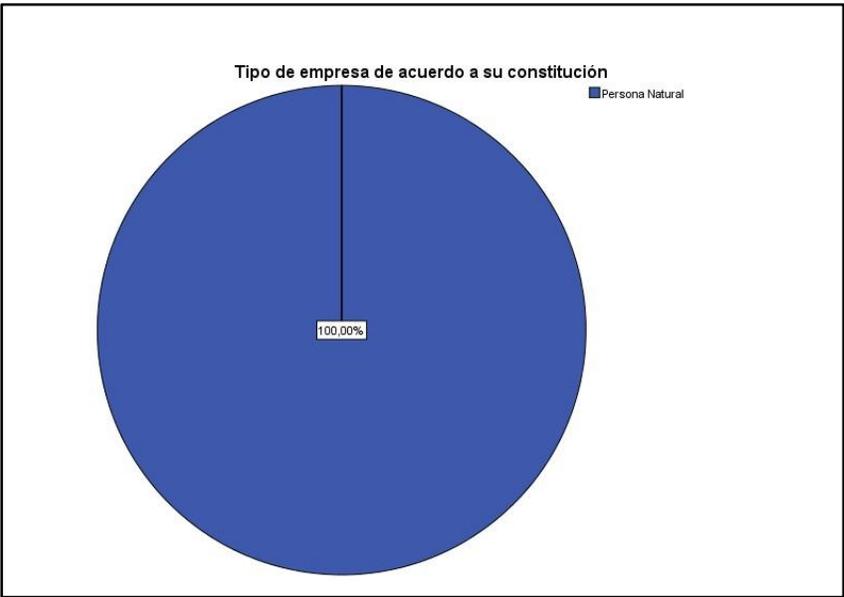


Figura 11. tipo de constitución
fuente. tabla 2.

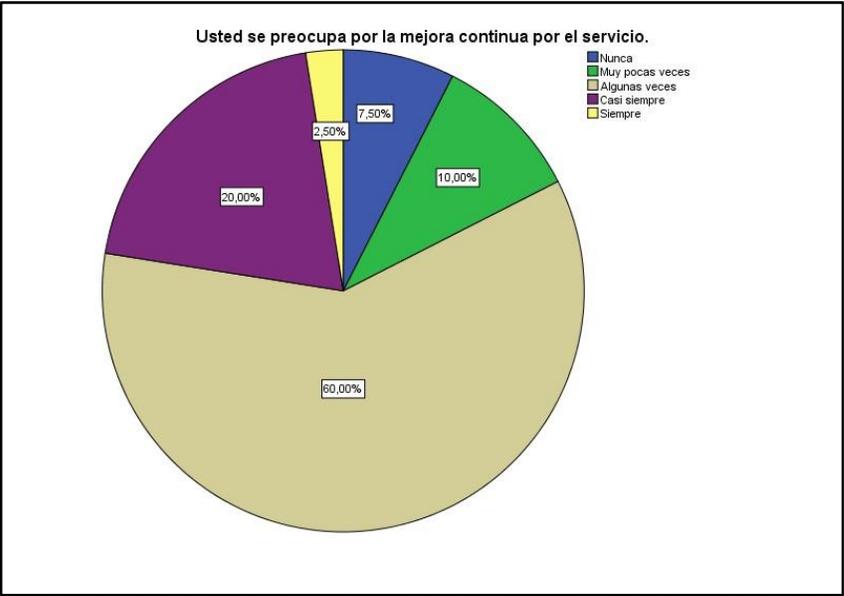


Figura 12. Usted se preocupa por la mejora continua por el servicio.
Fuente tabla 3

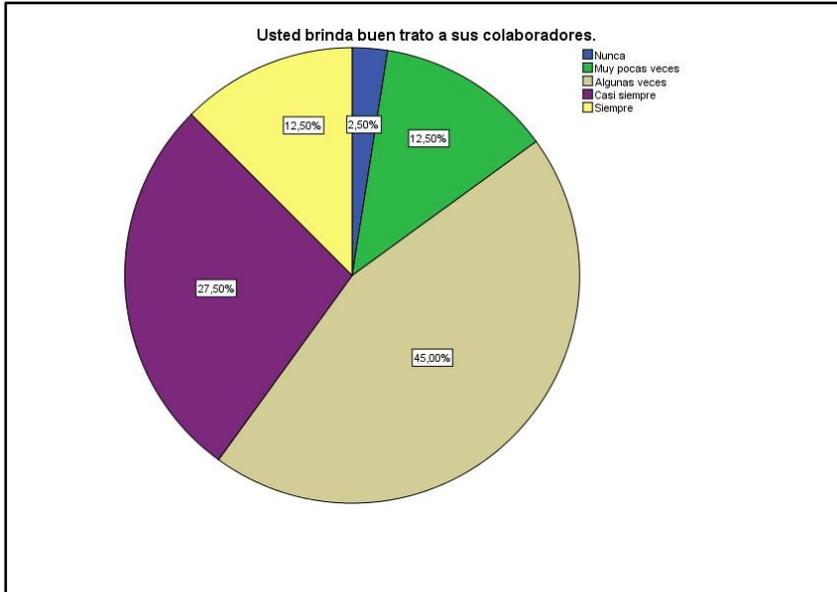


Figura 13. Usted brinda buen trato a sus colaboradores
Fuente tabla 3.

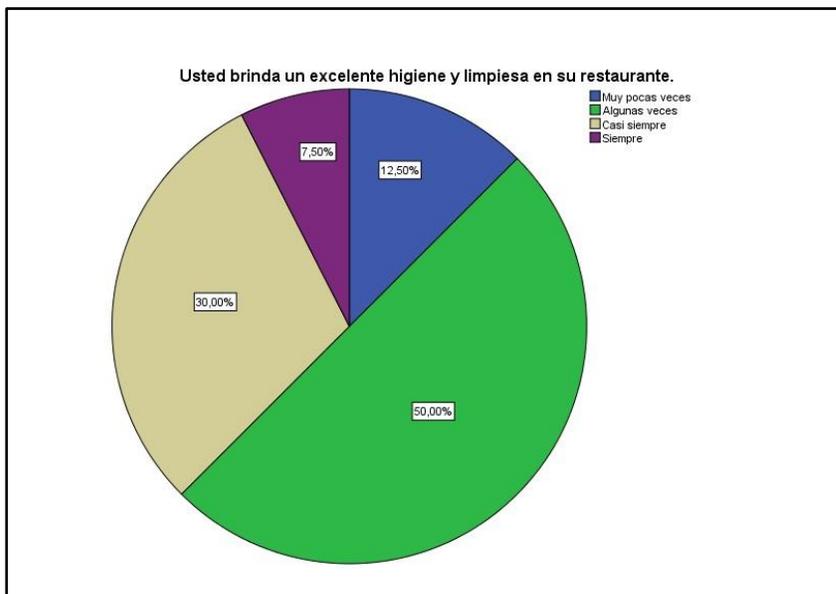


Figura 14. usted brinda excelente higiene y limpieza en su restaurante
Fuente tabla 3

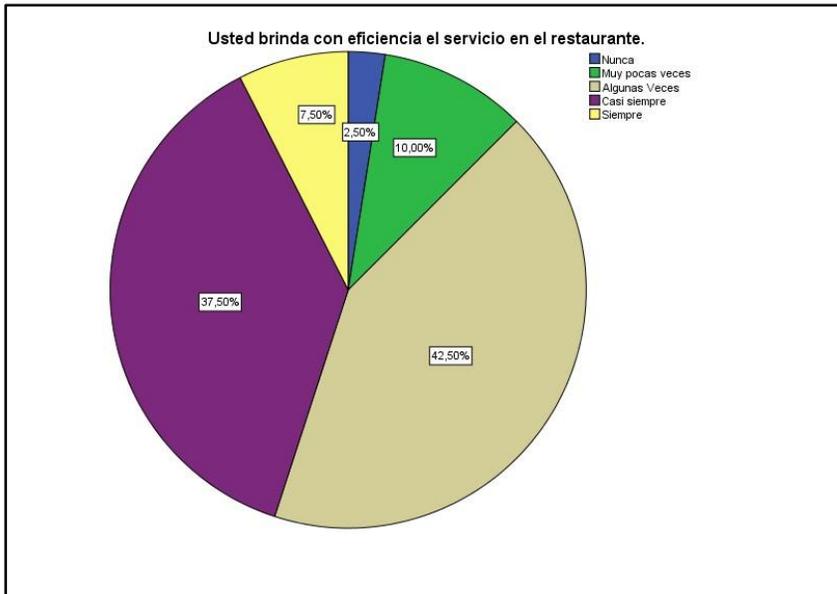


Figura 15. Usted brinda con eficiencia el servicio en el restaurante.
Fuente tabla 3

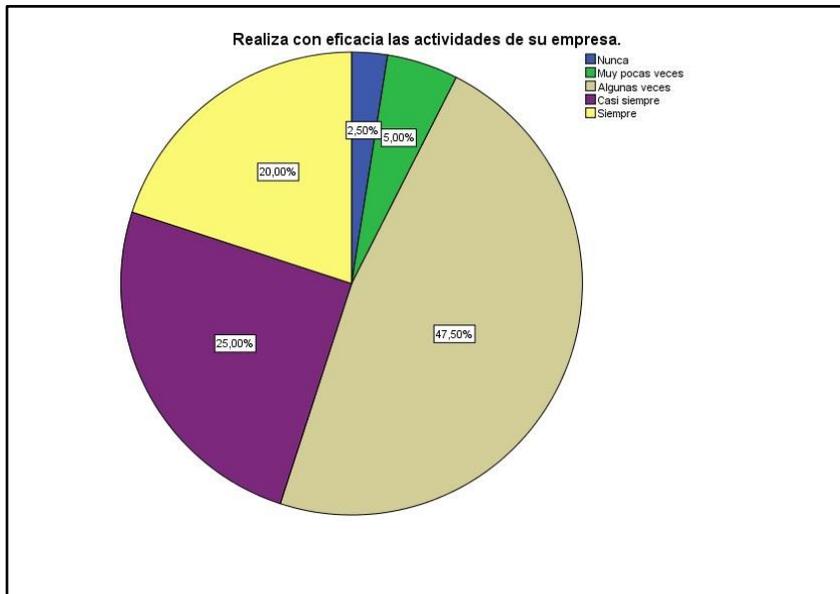


Figura 16. Realiza con eficacia las actividades de su empresa.
Fuente tabla 3

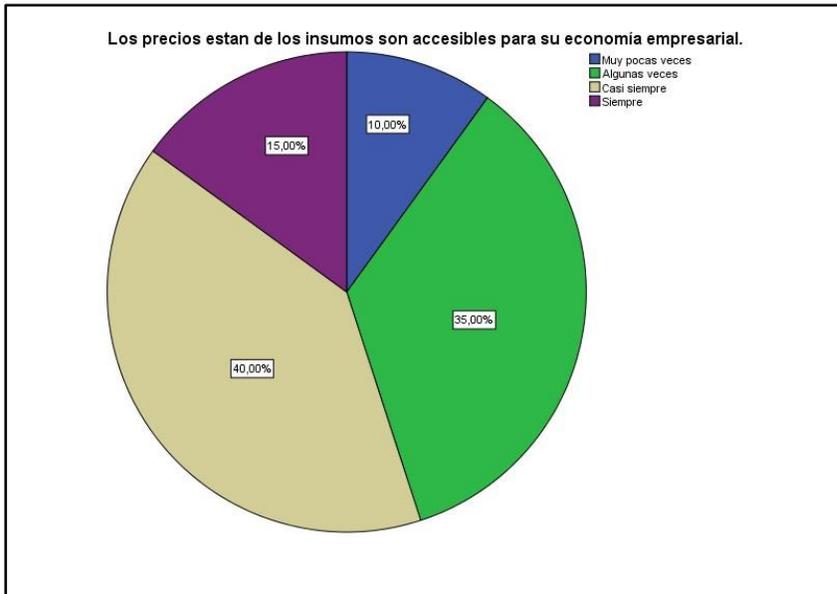


Figura 17. Los precios estan de los insumos son accesibles para su economía empresarial.
Fuente tabla 3

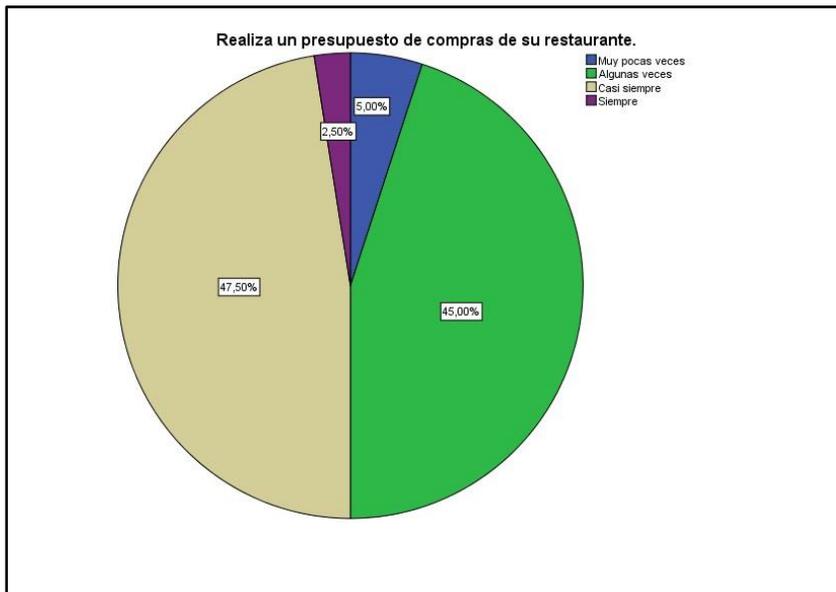


Figura 18. Realiza un presupuesto de compras de su restaurante.
Fuente tabla 3

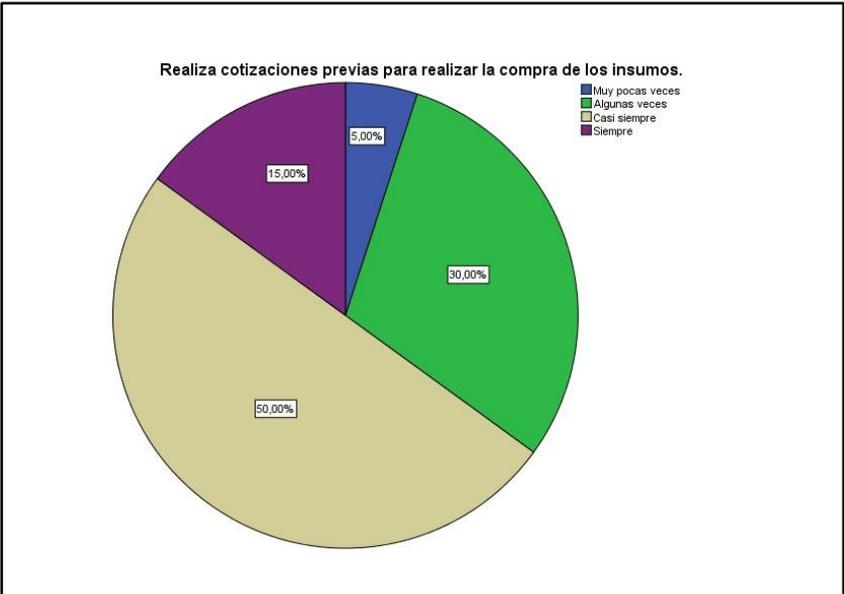


Figura 19. Realiza cotizaciones previas para realizar la compra de los insumos.
Fuente tabla 3

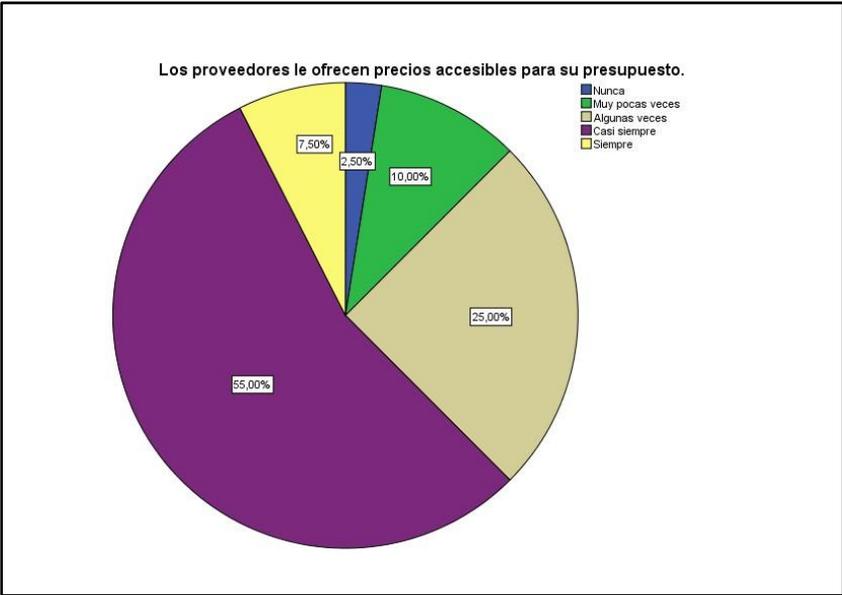


Figura 20. Los proveedores le ofrecen precios accesibles para su presupuesto.
Fuente tabla 3

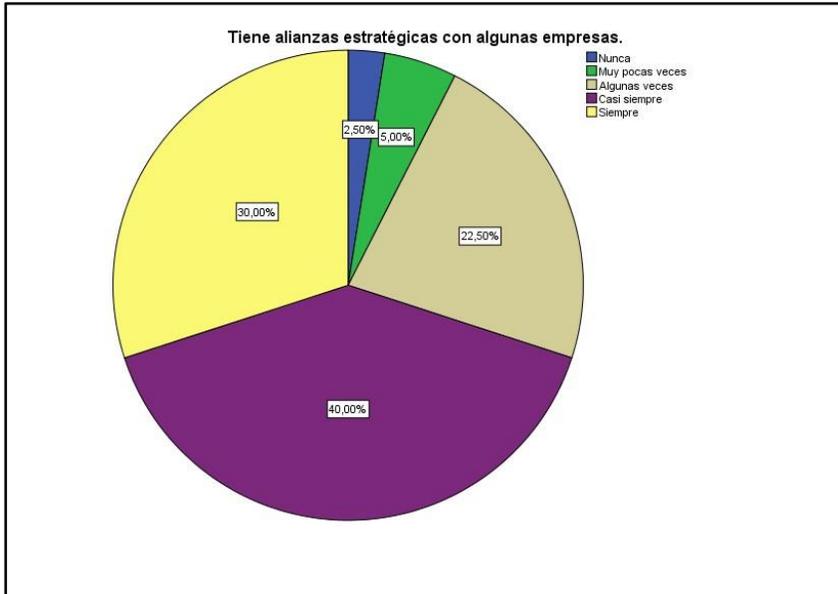


Figura 21. Tiene alianzas estratégicas con algunas empresas.
Fuente tabla 3

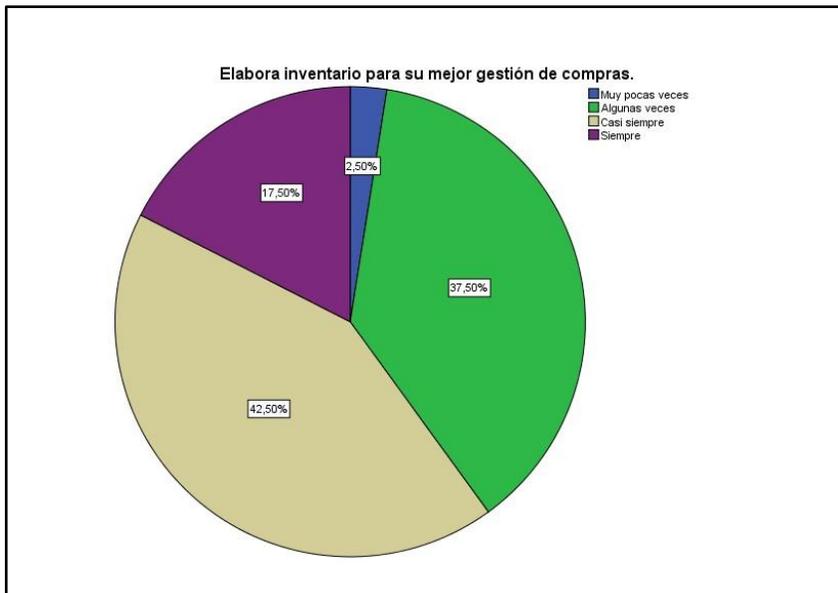


Figura 22. Elabora inventario para su mejor gestión de compras.
Fuente tabla 3

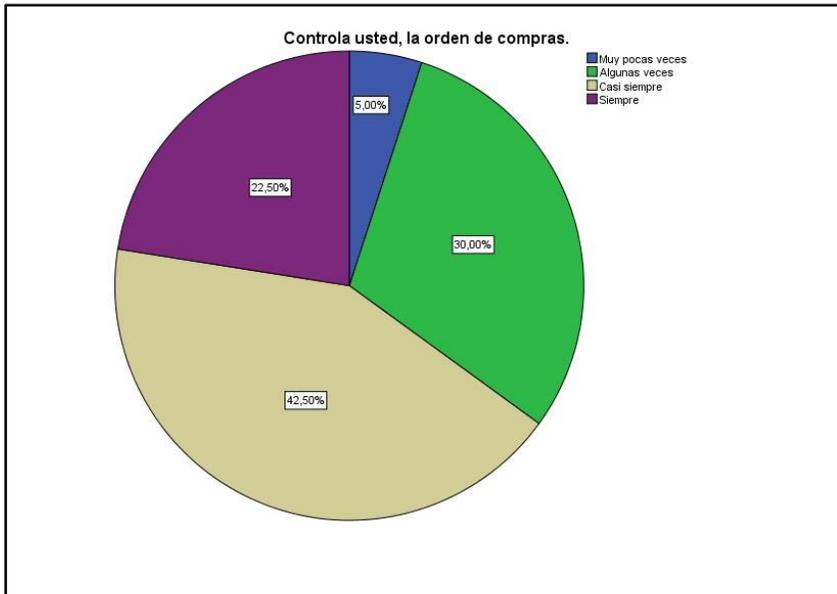


Figura 23. Controla usted, la orden de compras.
Fuente tabla 3

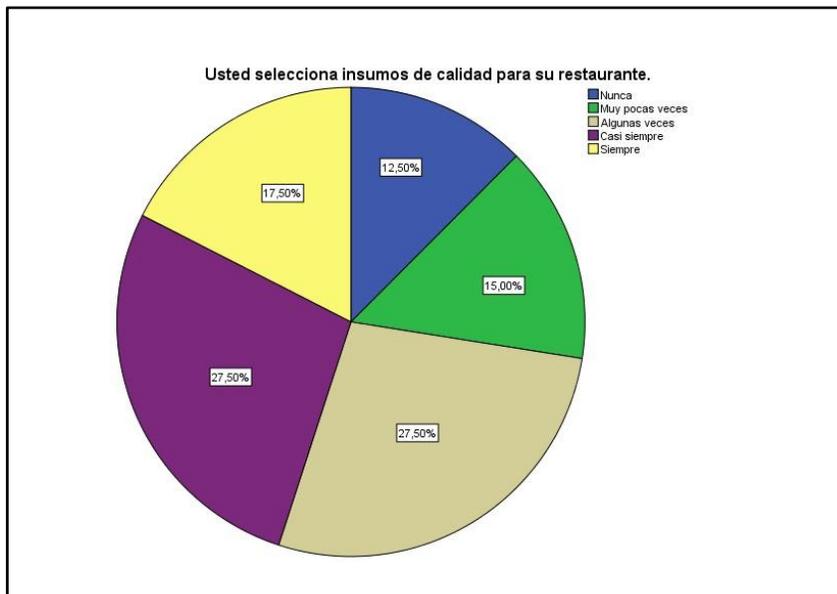


Figura 24. Usted selecciona insumos de calidad para su restaurante.
Fuente tabla 3

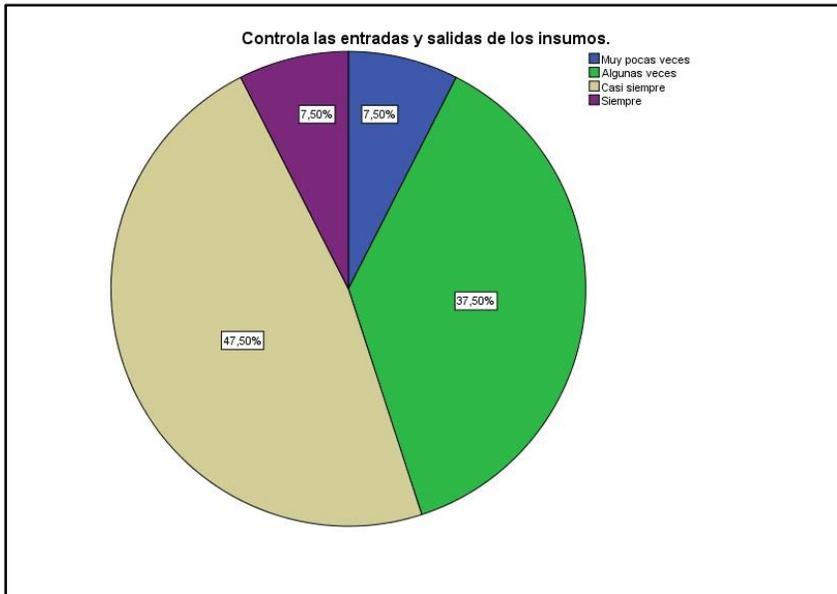


Figura 25. Controla las entradas y salidas de los insumos
Fuente tabla 3

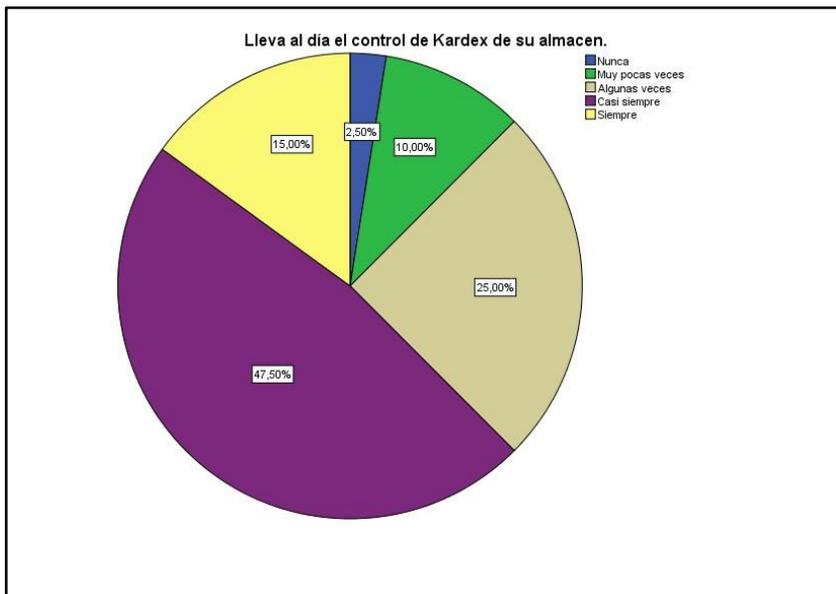


Figura 26. Lleva al día el control de Kardex de su almacen.
Fuente tabla 3

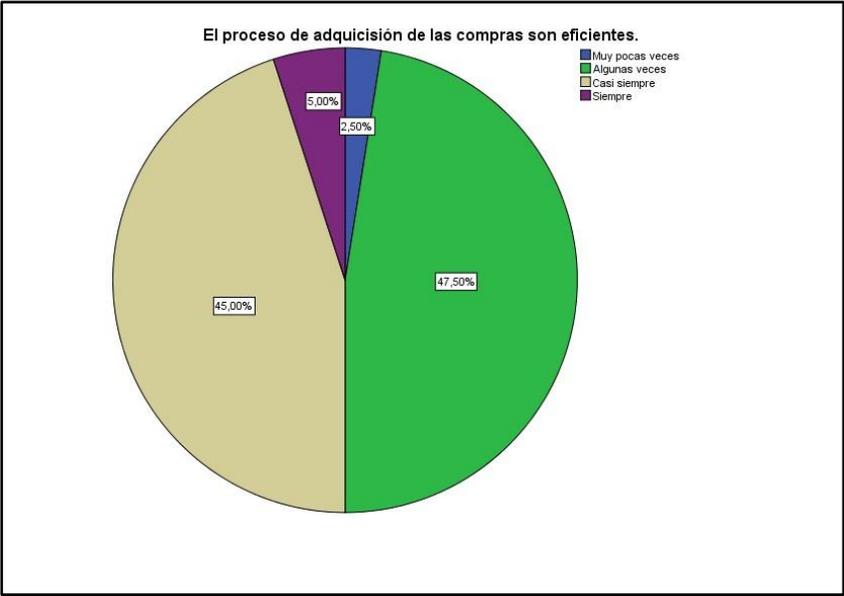


Figura 27. El proceso de adquisición de las compras son eficientes.
Fuente tabla 3

Anexo 8 Turnitin Informe de Originalidad

The screenshot shows a Turnitin originality report for a thesis document. The document title is "CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL PROCESO DE CONTROL DE COMPRAS Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE HUARAZ, 2015". The author is MARIA CELINA GOMEZ HUERTA. The report shows a 4% similarity score, with one match identified as "www2.fices.unsl.edu.ar" with a 4% similarity. The report is for a document titled "informe de tesis" by MARIA CELINA GOMEZ HUERTA. The document is 59 pages long and contains 14560 words. The report is in Spanish and is dated 24/09/2020.

turnitin

MARIA CELINA GOMEZ HUERTA informe de tesis

ULADECH
UNIVERSIDAD DE LA AMÉRICA DEL SUR

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL
PROCESO DE CONTROL DE COMPRAS Y PLAN DE MEJORA
EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO - RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE
HUARAZ, 2015

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR
GÓMILZ HUERTA, MARIA CELINA
ORCID: 0000-0002-1285-7824

ASESOR
CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE - PERÚ
2020

Resumen de coincidencias

4 %

Coincidencia 1 de 6

1 www2.fices.unsl.edu.ar 4 %
Fuente de Internet

Página: 1 de 59 Número de palabras: 14560

Text-only Report | High Resolution | Activado

01:17 PM
24/09/2020