



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**EMPRENDIMIENTO PARA LA SOSTENIBILIDAD EN LAS
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO
RESTAURANTES DEL DISTRITO DE HUARAZ-2020.**

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

AUTORA

CARRION PEREZ MONICA MAGNA

ORCID: 0000-0003-3192-2705

ASESOR

CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS

ORCID:0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE - PERÚ

2020

2. EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Carrión Pérez Mónica Magna

ORCID: 0000-0003-3192-2705

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

ASESOR

Centurión Medina Reinerio Zacarías

ORCID:0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias
contables, financiera y administrativas, Escuela profesional de
administración, Chimbote, Perú.

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Angel

ORCID 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID 0000-0002-5471-4549

3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Morillo Campos Yuly Yolanda
Presidente

Limo Vasquez Miguel Angel
Miembro

Cerna Izaguirre Julio Cesar
Miembro

Centurión Medina Reinerio Zacarías
Asesor

4. Dedicatoria

Con todo mi cariño y amor para las personas que hicieron todo en la vida para que pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba a ustedes por siempre mi corazón y agradecimiento.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por la vida por el don de la sabiduría e inteligencia que me brindó día a día en mis estudios. A mis padres y hermanos por el apoyo incondicional y la comprensión en esta entrega de vida.

5. RESUMEN

El presente trabajo de investigación, denominado emprendimiento para la sostenibilidad de las pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020, se elaboró con la finalidad de observar y conocer el emprendimiento de algunas personas para instalar restaurantes en la ciudad de Huaraz, como también trabajar arduamente para mantener activa y sostenible con el pasar del tiempo. El tipo de estudio empleado es la descriptiva. El nivel es aplicado de propuesta. El diseño de la investigación es no experimental. La población en la se aplicó el estudio son los dueños de los restaurantes del distrito de Huaraz, el instrumento que empleó para la recolección la información fue el cuestionario vía teléfono aplicados a los propietarios de restaurantes en ciudad de Huaraz. Se aplicó un cuestionario de 18 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: el 83,30% tiene confianza a sus posibilidades y capacidades, 66,70% tiene predisposición para asumir riesgos, 66,70% tiene bastante facilidad de comunicación, 66.70% está de acuerdo con el servicio delivery, 66,70% sabe administrar sus recursos económicos, 66,70% piensa que es bastante importante disponer de autonomía en el trabajo, 83,30% está totalmente de acuerdo trabajar en equipo, 66,70% se plantea los temas con visión de futuro, 83,30% siente motivación por conseguir objetivos. Seguidamente se llegó a concluir que la mayoría de los encuestados manifiesta esa predisposición para emprender en el servicio-rubro restaurantes confiando en sus posibilidades y capacidades.

Palabras clave: Emprendimiento, Pequeña empresa, Restaurantes, Sostenibilidad.

ABSTRACT

This research work, called entrepreneurship for the sustainability of small companies in the service sector, restaurant area of the Huaraz district, 2020, was prepared with the purpose of observing and knowing the undertaking of some people to install restaurants in the city of Huaraz, as well as working hard to keep it active and sustainable over time. The type of study used is descriptive. The level is applied as a proposal. The research design is non-experimental. The population in which the study was applied are the owners of the restaurants in the district of Huaraz, the instrument used to collect the information was the telephone questionnaire applied to the owners of restaurants in the city of Huaraz. A questionnaire of 18 questions was applied, obtaining the following results: 83.30% have confidence in their possibilities and capacities, 66.70% have a predisposition to take risks, 66.70% have a good communication facility, 66.70% are of According to the delivery service, 66.70% know how to manage their financial resources, 66.70% think that it is quite important to have autonomy at work, 83.30% fully agree to work as a team, 66.70% consider For the issues with a vision of the future, 83.30% feel motivated to achieve goals. Subsequently, it was concluded that the majority of the respondents manifested that predisposition to undertake restaurants in the service-sector, trusting in their possibilities and capacities.

Keywords: Entrepreneurship, Small Business, Restaurants, Sustainability.

6. Contenido

Título de la tesis.....	i
2. Equipo de Trabajo.....	i
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	ii
4. Hoja de dedicatoria.....	iii
5. Resumen y abstract.....	iv
6. Contenido.....	vi
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	viii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	7
III. Hipótesis.....	28
IV. Metodología.....	28
4.1 Diseño de la investigación.....	28
4.2 Población y muestra.....	28
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	29
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	30
4.5 Plan de análisis.....	30
4.6 Matriz de consistencia.....	31
4.7 Principios éticos.....	32
V. Resultados.....	33
5.1 Resultados.....	33
5.2 Análisis de resultados.....	36
VI. Conclusiones.....	40
Recomendaciones.....	41
Referencias bibliográficas.....	42
Anexos.....	45

7. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Características del emprendedor de las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huaraz, 2020.....	33
Tabla 2: Características de emprendimiento de las pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020.....	34
Tabla 3: Características del emprendimiento como factor relevante en la sostenibilidad en las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz,2020.....	35

FIGURAS

Figura 1. Género.....	49
Figura 2. Edad.....	49
Figura 3. Grado de instrucción.....	49
Figura 4. Te consideras una persona adaptable a los cambios.....	50
Figura 5. Tienes confianza en tus posibilidades y capacidades.....	50
Figura 6. Te consideras creativo.....	50
Figura 7. Tienes predisposición para asumir riesgos.....	51
Figura 8. Arriesgarías recursos propios si pusieras en marcha un proyecto empresarial.....	51
Figura 9. Tienes facilidad de comunicación.....	51
Figura 10. Afrontas los problemas con optimismo.....	52
Figura 11. Tomas la iniciativa ante situaciones complejas nuevas.....	52
Figura 12. Es eficiente el servicio del delivery.....	52
Figura 13. Sabes administrar tus recursos económicos.....	53
Figura 14. Es importante para ti disponer de autonomía en el trabajo.....	54
Figura 15. Sabes trabajar en equipo.....	54
Figura 16. Tienes facilidad para negociar con éxito.....	55
Figura 17. Te planteas los temas con visión de futuro.....	55
Figura 18. Sientes motivación por conseguir objetivos.....	55

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, hemos sido testigos del crecimiento de las empresas de restaurantes, en el distrito de Huaraz. Esto debido al desarrollo social y económico por el cual está atravesando el país y por ende esta ciudad y la capacidad emprendedora de las personas en general. Sin embargo; actualmente estos negocios se ven constantemente amenazados por la creciente competencia que existe en el sector, como también por la emergencia sanitaria que está afectando al país y al mundo, pero cada día surge un nuevo restaurante con el fin de satisfacer una serie de necesidades de los clientes quienes optan por el establecimiento al cual concurren. La calidad de servicio que brindan la gran mayoría de restaurantes se ve afectada, pues existe el desconocimiento o poco interés por parte de los propietarios en cuanto a la implementación de la gestión de servicio para mejorar la forma en que éstas atiendan a sus clientes, se puede observar que este rubro entre otros del sector servicios mantienen aún sus deficiencias respecto a los elementos.

Anzon (2011) la lista de 50 Best se dio a conocer en una gala donde siete jóvenes cocineros internacionales demostraron anoche que la creatividad y la vanguardia gastronómicas tienen garantizado el presente y el futuro, cocinando juntos en una cena celebrada en Londres, como antesala de la gala en la que hoy se darán a conocer los 50 Mejores Restaurantes del Mundo. El espacio más grande de Europa dedicado a la gastronomía española, y congregó a prensa internacional y empresarios españoles y británicos, bajo la presidencia de los embajadores de México y Perú en el Reino Unido, respectivamente. Fueron 936 expertos, entre los que se encuentran chefs, críticos culinarios y demás conocedores del sector restaurantero a nivel internacional, quienes definieron este ranking.

Martínes (2013) en este caso la empresa cuenta con Personal capacitada en atención al cliente, cuenta con todo su requisito de gestión de calidad les da una buena atención a los

clientes. El restaurante Central de Lima, fue reconocido como el mejor de América Latina y el cuarto a nivel mundial según la lista elaborada por la prestigiosa revista británica restaurant. Los resultados, que se hicieron públicos en Londres, colocaron a los reconocidos restaurantes. Otro reconocimiento fue entregado a un chef con su restaurante en el Perú. Se trata de Mitsuharu Tsumura, más conocido como Misha, quien fundó Maido, restaurante de comida nikkei en Lima que por primera vez figura en la lista en el puesto 44. Asimismo, restaurante de Gastón alcanzó en esta edición de la lista internacional la posición número 14, cinco puestos más arriba respecto al 2014.

Maglione (2010) restaurantes que cerraron. Causa impresión la cantidad de restaurantes que estaban cerrando en Buenos Aires y manifiesto: " A los clientes porteños, en el interior del país la situación en general es otra, muchos restaurantes tradicionales resolvieron excluirlos de su lista de clientes habituales, para dejar paso a los apreciados turistas, que -como son todos tontos, según ellos- soportan casi cualquier precio que se les quiera cobrar por un plato de comida, no siempre bien preparado, y que no requiere de la abundancia que reclamamos los nacionales a la hora de sentarnos en la mesa. Así se pasó de precios irrisorios a precios irritantes" La estrategia de servicio se trabaja entre todos desde el gerente hasta el último personal se trata de un trabajo en equipo y cumplir la promesa para brindar alta calidad de servicio.

Lujan (2015). un caso de discriminación suscitado en un restaurante de comida rápida luego de que un usuario denunciara agravio y discriminación de un trabajador del mencionado restaurante, según manifiesta el agraviado una trabajadora se habría burlado, por el ligero cuadro de tartamudez que padece. Tras la difusión pública del hecho, la empresa se pronunció lamentando lo ocurrido después de varios días.

Convirtieron su noche de amigos en la más desagradable de las experiencias que recuerde, a sus 34 años el administrador de empresas no entiende cómo es posible que el pleno siglo

XXI la discriminación y el maltrato siga rondando en nosotros y más aún si de atención al cliente se trata. El personal que labora en un restaurante que debe poseer el don de brindar un trato amable a todos los clientes por igual, sin ninguna discriminación, ni preferencias porque ellos son la razón del negocio.

Castañeda (2015) el chef afirmó hoy que es muy peligroso que informaciones como la del asalto a un restaurante en Lima se conviertan en noticia internacional, ya que esto "puede afectar el turismo y el prestigio que ha alcanzado nuestra gastronomía".

Fue al referirse a la advertencia de la embajada de Estados Unidos en Lima, que pidió a sus trabajadores evitar acudir a cierto restaurante ubicado en Miraflores, debido a los "recientes robos armados" en ese establecimiento. "la industria de los restaurantes representa al Perú en el mundo" y que "Lima se convirtió en un destino turístico entre otras razones por el prestigio que la gastronomía nacional ha alcanzado internacionalmente". La estrategia de servicio en este caso sería prevenir la seguridad del cliente mediante estrategias, técnicas con sus personales o encomendar a uno como vigilancia.

Antúnez (2015) dos restaurantes de la urbanización 21 de abril, en el distrito santeño de Chimbote (región Áncash), fueron multados con el 10% de una unidad impositiva tributaria (UIT) por funcionar en pésimas condiciones de higiene. Personal del Área de Salud Ambiental de la Municipalidad Provincial del Santa intervino los establecimientos de venta de comida Paolas y Gustitos. En el primero, encontraron cucarachas en la cocina y gusanos en el depósito de arroz, mientras que, en el segundo, además de insectos, verificaron el mal estado de los utensilios.

Relató que había observado deficiencias en la manipulación de alimentos, también encontraron utensilios sucios y oxidados. Además, detectaron la presencia de insectos y roedores. El funcionario indicó también que el 60% del personal que labora en las chifas,

panaderías, pollerías, restaurantes y cevicherías no cuenta con carnet sanitario y tampoco se han capacitado para la correcta manipulación de alimentos.

El movimiento económico de los diferentes restaurantes peruanos registro un incremento del 5,67% en octubre del 2013, en comparación del año anterior, así informo el INEI. Este efecto es debido a la expansión de locales, construcciones modernas, eventos de trascendencia, participación en ferias gastronómicas y por la influencia del turismo interno y externo.

Últimamente los restaurantes manifestaron un desempeño muy aceptable, demostrando un incremento de 6,28%, por la gran acogida de muchos eventos empresariales, almuerzos de asociaciones y así otros eventos por ejemplo como el Día del Anticucho, Día del Chanco al Palo, Día del Cuy, entre otros.

Fernández (2015) las autoridades de la fiscalía y la municipalidad procedieron a la confiscación de artículos de cocina por encontrarse en estado deplorable y fueron notificados para la renovación de todos los utensilios.

Durante la intervención también se procedió a la verificación de los documentos como: licencia de funcionamiento, carnet de salud, certificado de fumigación y certificado de defensa civil. Con la finalidad de brindarles un mejor servicio a los turistas por las festividades de Semana Santa, La Municipalidad Provincial de Huaraz conjuntamente con el comité multisectorial, realizaron un operativo preventivo a los restaurantes de la ciudad de Huaraz, generalmente para verificar que los restaurantes cuenten con personal capacitado, que brinden calidad de servicio.

Robles (2020) las recomendaciones por parte de sus mejores clientes se ve disminuida porque no pueden sostener su servicio con la misma dinámica como con sus clientes por motivos de interés, como capacidad de respuesta, garantía, empatía etc., y la experiencia

en la adopción del servicio por parte del cliente es desfavorable por las diversas displicencias en el mismo y atención al cliente, la actitud de compra del cliente se ve disminuida por qué no se le brinda un buen trato, se muestra un escaso interés por generar confianza con el cliente y llegar a un grado de amistad alto, la adquisición del servicio en un mismo establecimiento por lo general no es muy común por la gran competencia e inclinación por los precios bajos, dejando de lado la calidad en el mismo, y como resultado se ve que gran parte de los clientes no tienen predilección por recurrir a uno u otro restaurante, es por ello que van cambiando de servicio, siendo ésta una muestra de actitud de su disconformidad con la empresa que les atiende.

En el presente año, el servicio de delivery creció en un 250% en el Perú debido a la pandemia de COVID-19, según el estudio de la empresa Touch Perú. En la ciudad de Huaraz, la municipalidad provincial aprobó una ordenanza con fecha de 25 de mayo para el servicio de delivery de los restaurantes, estableciendo procedimientos para el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad que están obligados a cumplir los establecimientos. En ese sentido el rubro de restaurantes sigue atendiendo a sus clientes a delivery priorizando la salubridad y el cuidado de todos sus clientes; en tal sentido se planteó el siguiente problema de investigación.

¿Cuáles son las principales características del emprendimiento para la sostenibilidad en las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz?

También se planteó el siguiente objetivo general:

Describir las características del emprendimiento para la sostenibilidad en las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020. Del mismo modo se estableció los siguientes objetivos específicos:

- Establecer las principales características del emprendedor de las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020.
- Definir las características de emprendimiento de las pequeñas empresas del sector

servicio, rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020.

- Detallar las principales características del emprendimiento para la sostenibilidad en las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020.

La investigación se justificó que, en la actualidad la demanda de clientes que poseen los restaurantes en el distrito de Huaraz, va creciendo con el pasar de los años, por lo cual no se puede dejar de lado la calidad de servicio, asimismo se muestran muchos problemas e inconvenientes en éstos aspectos que hacen que los clientes muestren su disconformidad, y por ende se hable negativamente de estas empresas, por ello la presente investigación fue importante porque proporcionó mejoras y permitió conocer si se está desarrollando de manera eficiente la calidad de servicio en las pequeñas empresas para que tengan sostenibilidad con el pasar del tiempo, a través de sus características como: estrategia de servicio, sistema de servicios, personal y cliente las mismas que permiten a los comensales sentir satisfacción por el servicio que se les brinda.

También permitió generar conciencia en los empresarios del rubro restaurantes sobre la calidad del servicio, de modo que puedan identificar las características esenciales para brindar una mejor calidad de servicio a los clientes y lograr la supervivencia, crecimiento y rentabilidad de las mencionadas empresas.

Del mismo modo esta investigación también sirvió como referencia para futuros investigadores que busquen profundizar más en el tema de emprendimiento para la sostenibilidad, puesto que los hallazgos se presentan en un contexto en el que las pequeñas empresas son las protagonistas de la actual economía del país y es de tal importancia una adecuada aplicación de la calidad de servicio para el crecimiento y desarrollo de los restaurantes. La limitación más importante es la fidelidad y veracidad de los datos, por tratarse de un trabajo con un componente subjetivo muy importante. Así mismo se

considera que el estudio es viable ya que se cuenta con los recursos financieros, humanos y materiales para llevar a cabo el estudio propuesto.

Los principales resultados que se han obtenido en la presente investigación son: el 50% de emprendedores poseen superior universitaria; el 83,30% tiene confianza en sus posibilidades y capacidades; el 66,70% tiene predisposición para asumir riesgos; el 66,70% sabe administrar sus recursos económicos; el 83,30% está en total de acuerdo en trabajar en equipo.

la conclusión que trasciende es que encontramos emprendedores que tienen esa predisposición para arriesgar a instalar restaurantes, negocios y otros rubros para su beneficio y el bien social; para ello visionan el futuro, son creativos, estratégicos.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Yturralde (2012) en su proyecto de titulación: *Propuesta Para La Implementación De Un Restaurante Sostenible En La Ciudad De Guayaquil Como Impulso Al Desarrollo De Nuevas Tendencias Turísticas*, tuvo como objetivo general: Diseñar una propuesta para la implementación de un Restaurante Sostenible en la ciudad de Guayaquil, que impulse el desarrollo de nuevas tendencias turísticas de la ciudad. Para dar respuesta al objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Analizar el mercado para constatar la necesidad de la implementación del proyecto propuesto. Analizar financieramente la propuesta para verificar su factibilidad. Proponer los lineamientos generales del plan de negocios. El tipo de investigación empleada fue descriptiva. El universo a estudiar será el de los visitantes al Parque Histórico de Guayaquil. La muestra se realizó a 331 personas para determinar, con un 95% de seguridad, las preferencias del mercado. El instrumento empleado fue una prueba y análisis de las preguntas formuladas, para luego hacer una prueba global o encuesta piloto. Los resultados que se obtuvieron

de las encuestas realizadas, el 56% de los visitantes al Parque Histórico son mujeres, y el 44% son hombres; lo que refleja que existe equilibrio de género en cuanto a los visitantes. El análisis de los datos da como resultado que más de la mitad (65%) de la población visitante corresponde a personas de 35 años en adelante. Sin embargo, no se debe dejar a un lado a la otra parte de la población, que componen el 35% de los visitantes. Al observar estos resultados se puede constatar la aceptación que tendría un restaurante dentro del Parque Histórico, ya que el 86% de la población muestra indican que sí consideran necesario que se implemente uno. El resultado de esta pregunta deja constancia del reparto equitativo ecuanimidad en cuanto a los aspectos analizados en un restaurante por sus clientes potenciales. Se observa así que el mayor porcentaje (23%) analiza el tipo de servicio que se oferta; mientras que es aspecto menos analizado es la existencia de parqueaderos. Estos resultados dan a conocer que a pesar de que un gran número de la población (36%) prefiere que el restaurante a implementar ofrezca comida rápida; la comida típica ocupa el primer lugar en las preferencias de los clientes potenciales con un 40%. Este resultado demuestra la importancia que tiene para el consumidor el ejercer buenas prácticas ambientales dentro del establecimiento; así, más del 90% de la población muestra afirmó que le parece importante que se cumpla con este requisito. En el estudio se llegaron a la siguiente conclusión:

Una vez analizadas las encuestas, se constata que la implementación de un restaurante en la zona en la que se propone, se considera necesario por parte del grupo de población encuestado. Además, gracias a las encuestas realizadas, se conoce las preferencias de los consumidores en cuanto a tipo de comida, etc. Por lo tanto, se concluye que el proyecto es necesario ya que satisface las necesidades de un grupo de la población significativa para el turismo de la ciudad.

Por otro lado, dentro de otros antecedentes internacionales se podría mencionar el estudio realizado por Lorca (2013), en su investigación, denominado: *Modelo de Factores que inciden en el éxito de emprendimientos sociales en América Latina: Estudio Cualitativo*; el estudio tuvo por objetivo general: determinar los factores que inciden en el éxito de los emprendimientos sociales en Chile y el resto de América Latina. Para dar respuesta al objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar el concepto de Emprendimiento Social que tienen los expertos del área. Identificar de los factores de éxito de los emprendimientos sociales percibidos por los expertos del área. Desarrollo de un modelo piloto en base a datos primarios y secundarios, y testeado por medio de su comparación con casos reales. La investigación es cualitativa, o exploratoria, no generalizable el autor nos muestra que existen diversos factores de fracaso en los emprendimientos que dependen en algunos casos de la etapa en que se encuentren. Algunos problemas como la dificultad para ingresar nuevas metodologías o insertarse en la industria en la etapa inicial del emprendimiento; también la dificultad para generar utilidades o la pérdida de enfoque ocasionada por la búsqueda de financiamiento son algunos de los problemas que afrontan los nuevos emprendedores y los obligan a abandonar sus negocios.

Gutiérrez (2019) en su trabajo de investigación: *Factores Que Contribuyen A La Sostenibilidad Del Emprendimiento En El Departamento De Lima Al Año 2019*, tuvo como objetivo general: Analizar que variables influyen en el éxito o fracaso de los emprendimientos micro empresariales de los jóvenes dentro del departamento de Lima. Para dar solución al problema general se plantearon los siguientes problemas específicos: Determinar si el nivel de educación de los emprendedores influye en el éxito de sus empresas, Determinar si el género del emprendedor influye en el éxito empresarial., Determinar si la edad del emprendedor determina el éxito empresarial., Determinar si el

apalancamiento financiero influye en el éxito empresarial. El tipo de estudio que se va a realizar es un estudio explicativo, ya que su interés es explicar la ocurrencia de un fenómeno y como se relaciona con sus variables. El diseño es no experimental. La población, según los datos proporcionados por el Ministerio de Producción del Perú, se ha establecido que en el 2015 había 92,021 nuevas microempresas establecidas. La muestra fue 379 microempresas constituidas. El instrumento empleado fue la encuesta con preguntas cerradas para identificar características de los emprendedores dentro de Lima Metropolitana. Como conclusión final se puede determinar que según los análisis presentados las variables que determinan el éxito empresarial son el tipo de financiamiento y la edad del emprendedor. En primer lugar, el tipo de financiamiento puede ser determinante, ya que al financiarse con capital externo los emprendedores pueden tener un mayor capital de trabajo para iniciar sus operaciones, lo cual es beneficioso para no presentar problemas de insolvencia futuros.

Por otro lado, otro de los determinantes resultó ser la edad del emprendedor, a mayor edad mayor probabilidad de éxito, lo cual va de la mano por el afirmado por el resumen anual del 2018 realizado por GEM, el cual nos indica que los emprendedores con negocios establecidos tienen una media de 42 años.

Chinchayán y Zevallos (2018) en su tesis *Análisis De Los Factores De Sostenibilidad En Un Emprendimiento Social: Estudio De Caso Laboratoria Perú – Sede Lima*, tuvo como objetivo general: Analizar los factores de sostenibilidad del emprendimiento social Laboratoria Perú –Sede Lima. Para dar respuesta al objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Determinar el modelo organizacional de Laboratoria Perú – Sede Lima. Analizar la creación de valor para la sostenibilidad en el emprendimiento social Laboratoria Perú – Sede Lima. Analizar los factores de integridad

hacia la sostenibilidad en Laboratorio Perú – Sede Lima. Analizar los mecanismos de implementación para la sostenibilidad en Laboratorio Perú – Sede Lima.

Analizar si el emprendimiento social Laboratorio Perú – Sede Lima analiza las fuerzas contextuales para su sostenibilidad. Determinar los factores críticos de sostenibilidad y plantear recomendaciones para la replicabilidad en el sector de emprendimientos en el Perú. La presente investigación tuvo un alcance exploratorio-descriptivo. Laboratorio Perú, es un emprendimiento social de mercado, pues utilizan métodos empresariales para obtener ganancias o beneficios económicos, generando ingresos y cubriendo sus costes. Cumpliendo con los tres ejes básicos para su auto sostenibilidad: la creación de valor como objetivo principal, brindar servicios educativos tech a mujeres de bajos recursos que no tuvieron accesibilidad a educación superior, brindándoles así una herramienta educativa con la cual puedan desarrollarse en el campo laboral y así lograr un beneficio personal y profesional. Los dos ejes siguientes son el valor económico como objetivo necesario y la generación de estrategias con un enfoque empresarial. Las mujeres al egresar de laboratorio Perú pagan un fee por la educación recibida, solo si son contratadas, con ello laboratorio Perú tiene un retorno económico (valor económico) por el beneficio brindado; así también, este emprendimiento social brinda charlas de capacitación tech a nivel corporativo, utilizando estrategias con enfoque empresarial para su auto sostenibilidad.

Ahora bien, podemos establecer que el modelo organizacional del sujeto de estudio se asemeja al modelo operativo de asociación, agregando a este la característica principal de tener clientes beneficiarios de la base de la pirámide. En laboratorio Perú se genera una especie de círculo virtuoso, donde se refleja como generadora de valor social, sus beneficiarios a la vez serán sus clientes generando valor económico. A su vez los socios respaldan a laboratorio Perú económicamente y generando empleo a sus clientes

beneficiarios consigue insertar a estos en las entidades de sus socios. Es importante hacer hincapié en la determinación de los investigadores al establecer que la priorización de laboratorio Perú es generar valor económico, a través de la oportunidad de generar valor social en las mujeres de bajos recursos sin acceso a educación superior.

El análisis y resultados de la presente investigación a partir de las miradas de expertos, profesores especialistas en temas de gestión social y emprendimientos sociales, nos dan a concluir que efectivamente hay una carencia de documentación sobre la sostenibilidad de los emprendimientos sociales y que ello retarda el conocimiento de cuáles son los factores primordiales que todo emprendimiento social debe de tener en cuenta para su desarrollo organización teniendo como fin la auto sostenibilidad.

6.2 BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

a. Definición de pequeñas empresas

Gutierrez (2017) la pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. La pequeña empresa es la unidad económica constituida por persona natural o jurídica, en cualquier tipo de organización o gestión empresarial, que genera rentas de 3° categoría conforme a la ley del Impuesto a la Renta, con finalidad lucrativa.

La pequeña empresa posee un destacable comportamiento dentro de la Economía peruana, su aporte se incrementa continuamente al ser el tipo empresarial más difundido a nivel nacional. Ley N° 28015 ley de promoción y formalización de las pequeñas empresas.

b. Características de las pequeñas empresas:

según la Ley N° 30056 las pequeñas empresas deben ubicarse en una de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Pequeñas empresas, ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias UIT.

Las entidades públicas y privadas uniformizan sus criterios de medición a fin de construir una base de datos uniforme que acceda a dar unión a la delineación y esmero en las políticas públicas de fomento y formalización del sector.

c. Crecimiento de las Pequeñas Empresas. Pequeña Empresa, hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas cada dos años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período. Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos para promocionar y la formalización del sector.

Las pequeñas empresas se constituyen como el eje del desarrollo industrial, debido a su capacidad para crear empleos, flexibilidad en la estructura organizacional, adaptabilidad a la innovación y sostenibilidad a los movimientos del mercado; sin embargo, las pequeñas empresas no tienen acceso a los apoyos financieros preferenciales que ofrece la banca de desarrollo debido a que éstos se otorgan a través de intermediarios financieros.

En nuestro país el número de pequeñas empresas son limitadas, porque no están en competencia internacional. Ante estos problemas el gobierno ha creado un programa especial de apoyo financiero para las pequeñas empresas, el cual contara inicialmente con

200 millones de recursos en el banco de la nación, pero esto no es suficiente porque sólo van a favorecer a 100 mil pequeñas empresas del Perú.

➤ **Definición de restaurante**

Toledo (2004) Entendemos por restaurante aquel establecimiento o comercio en el cual se provee a los clientes con un servicio alimenticio de diverso tipo. Un restaurante es un espacio público ya que cualquier persona puede acceder a él. Sin embargo, no es una entidad de bien público ya que el servicio de alimentación se otorga a los clientes a cambio de un pago y no gratuitamente.

Es un establecimiento que vende comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones que señala el presente Reglamento y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes.

➤ **Características de restaurante.** Los restaurantes son espacios donde se ofrecen una variedad de potajes de acuerdo del pedido de cada consumidor, garantizando la higiene y la calidad representativa.

A estos establecimientos, acuden para saborear la comida, para encontrarse con familiares, amigos y de igual forma pueden ser atraídos por la decoración, presentación, el ambiente y sobre todo por la calidad de atención que se les brinda y por la oferta culinaria.

➤ **Elementos de los restaurantes:**

Granados (2010) constituyen elementos necesarios para el funcionamiento de una pequeña empresa del sector Restaurante, son los siguientes:

- **Humano:** Se refiere a las personas que laboran en los restaurantes y que intervienen de manera directa o indirecta en la preparación de los alimentos, depende del puesto que ocupe el personal pueden clasificarse en: Administrativo, de servicios, de ventas y

operarios u obreros.

· **Materiales:** Se refiere a todos los bienes muebles e inmuebles, necesarios para llevar a cabo la preparación de las comidas, es decir que está conformado por el edificio, maquinaria, mobiliario, equipo, etc.

Sistemas: Es el conjunto de métodos y procedimientos implementados por la administración que permiten aprovechar mejor los recursos de los restaurantes. Los sistemas mencionados pueden referirse a los de ventas, preparación, administración.

Dimensiones.

Albrecht (2001) define, El cliente es la capacidad del hombre es lo que finalmente logra cosas trascendentales en una empresa. Poco o nada sirve tener una organización impecable, estrategias muy bien planificadas, sistemas bien diseñadas sino existe un personal capacitada, competente para prestar servicio y de esa manera satisfacer al cliente. las estrategias son construidas en base a la información que se tenga de los clientes y tiene dos funciones, una de ellas es la interna que se centra en el interior de la organización y la externa que se enfoca a los clientes.

señala en su recorrido por diferentes empresas, investigando el tema del servicio, encontró un escrito anónimo colocado en una ventana de un puesto de servicio, del lado del colaborador de la empresa, que plantea la esencia de la filosofía que debe construir una empresa con relación a sus clientes.

Alderete (2009) menciona la calidad es la intención permanente de satisfacción al cliente, concibiendo por los clientes a todos aquellos que interactúan de una u otra forma con la organización; sean estos externos aquellos reconocidos tradicional como clientes y como los proveedores, es decir aquellos a los cuales la organización vende o compra sus bienes.

Emprendimiento

Ramírez (2009) señala que en el mundo empresarial se emplea mucho el vocablo emprendedor, aunque actualmente es muy común escuchar de emprendedores cierto, Sin embargo, es probable que no sepamos realmente la definición de emprendimiento y necesitamos hacer comprensión y análisis de qué es realmente ese término.

Cuando transitamos por la calle escuchamos decir que esa persona es emprendedora, quizás porque acaba de abrir un negocio, ha constituido una empresa u otras actividades que le permitan generar ingresos, pero pensar que crear una empresa es ser emprendedor aun no aterrizamos que es lo realmente es ser emprendedor.

Por lo cual, que las personas comiencen por sus propias iniciativas un proyecto, no los convierte completamente emprendedores, de hecho, es solo una parte de lo que los convierte en emprendedores.

En ese sentido, para el maestro Varela (2014), el emprendedor “es la persona o conjunto de personas que está en la capacidad de avistar una ocasión de producción o de servicio y frente a ello expresa autonomía y lo hace libremente una decisión de obtención y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos que son necesarios para que funcione un negocio, servicio, una empresa; que además de crear valor adicional para la economía, genera trabajo para muchas personas desempleadas, tal como observamos en la actualidad como efecto de la pandemia. Finalmente, en este proceso de liderazgo creativo, la persona emprendedora invierte dinero, tiempo, y conocimientos, arriesgando sus peculios y prestigio personal, pero con el objetivo de encontrar recompensas monetarias y personales.

La socialización y el espíritu emprendedor

Luckman (1984) las personas se nacionalizan de dos formas. En primer momento señalar la socialización primaria, ella la persona distingue, en el primeros año de vida, también

recibe la influencia de las personas que poseen contacto con él, que universalmente son los familiares más cercanos. Los chicos absorben un retrato recortadas también opinan que así es la realidad. Además, obtienen cualidades de los adultos que participan, conveniencias de conducta. Todo ello forma parte de una historia cada persona llevara consigo mismo a lo largo de sus vidas.

Berger (1984) el segundo momento es la socialización secundaria. Es por ello de su entorno y a medida que va creciendo inicia a involucrarse en actividades o instituciones sociales. Es decir, desde el nivel inicial, primaria, secundaria, superior, reuniones sociales y otras muchas actividades que permitan la socialización. Allí comienza a palpar otra realidad y es consiente que pensaba y emprende a aumentar su visión. Dentro de las sociedades empieza a visualizar nuevas conductas, maneras de vivir y otras reglas de acuerdo, que poco a poco comienza a conocer para luego aplicarlos en su vida adulta.

En conclusión, se observa que las cualidades de las personas se van plasmando al correr el tiempo a lo largo de la vida los tipos innatas que cada persona se va desarrollando, ampliando, complementándose de manera que la persona se va socializando. Se puede afirmar que el ser humano obtendrá desarrollar unos espíritus emprendedores de una medida que su proceso de socialización lo conduzca en ese camino.

Emprendimiento y desempleo.

Audretsch (2002) asevera de manera correspondencia entre los desempleos y los emprendimientos es confusa. Por una parte, la existencia de un desempleo resta el costo de oportunidad de hacer frente de emprendimiento. Por otro lado, señalar que los desempleados despliegan bajos servicios de capital humano y aporta muy poco de sostener una nueva firma, en ese sentido el alto porcentaje de desempleo está asociada con un bajo grado de inicio de actividades.

Es vital el pensamiento del emprendimiento en la generación de ocupación es coincidente con lo planteado por (Alicia y Chelen,1999) ella enuncia que incrementando las formas emprendedoras se instituirían nuevas empresas pequeñas lo cual promoverían incrementos en el empleo.

Cabe acentuar por medio de emprendimiento no solamente se puede disminuirse o restar los desempleos, sino que va generar efecto positivo en las personas debido que de la baja autoestimas donde se encuentran por estar desempleados pasan a la autovaloración (Duran y Lukez, 2003).

Además, es saludable apoyar, ayudar a los jóvenes a adquirir un espíritu emprendedor para que de esa manera se fomente las personas busquen ser empleadores y no empleados. Entonces se puede contribuir a la disminución de pobreza y desempleos, todo ello con la finalidad de contribuir en crecimientos de una región. (Roy Thomasson, 2003).

Emprendimiento y desarrollo local.

Si se emplea la definición de desarrollos local, se pueden decir que las personas de un determinado territorio incrementan sus libertades fundamentales y dentro de ello están incluidas las posibilidades que tienen las personas de tener oportunidades de desarrollar técnicas productivas que les admitan generar su propia ocupación y patrimonio.

Una persona que promueven en el desarrollo y transforma de ello le competen de diversa tarea. En primer momento, articular necesidades, recursos, ideas e hacer que exista una comunicación fluidas.

Por último, señalar que una persona de desarrollo posee una labor innovadora, él debe escuchar y descubrir las necesidades de la población para que detectado las necesidades pueda pensar en nuevas maneras o estrategias y responder a las demandas sociales. Por

consiguiente, debe buscar nuevos conocimientos y un conjunto de nuevas técnicas que le permiten avanzar a las comunidades, asociación, empresa hasta encontrar las formas de mejorar la calidad de vida.

❖ **Tipos de emprendedores**

Remolins (2018) menciona lo siguiente

a) Emprendedor administrativo.

El emprendedor de éxito, se describe al primer tipo de emprendedor como la persona que usa la investigación y el desarrollo como fuentes para generar nuevas y mejores maneras de hacer las cosas. Entonces podemos señalar que un emprendedor administrativo no es aquel dueño de un negocio u empresa sino es la persona que se ocupa de las técnicas y funciones administrativas. Por consiguiente, es aquella persona que explota todas las técnicas, herramientas, procedimientos o funciones administrativas que le permitan manejar o solucionar problemas que se presentan de manera más eficiente.

b) Emprendedor oportuno.

Es la persona que persiste en la búsqueda de las oportunidades y se mantiene alerta ante las diferentes posibilidades que los rodea como también que se les presenta. Entonces un emprendedor oportuno es la persona habilidosa, con amplio conocimiento para lograr identificar dentro y fuera de una organización, aquellos puntos que permitan obtener logros.

c) Emprendedor adquisitivo

Un emprendedor adquisitivo es la persona que aprovecha las fortalezas de los demás, porque va aprendiendo de las competencias, capacidades de otros y va mejorando en su área de desarrollo, tomando esas habilidades valiosas los pone en práctica. También es importante recalcar que en este tipo no solo aprenden de los demás sino también aprenden

de sus propios errores, no tienen miedo a equivocarse, sino que se motivan a seguir adelante enfrentando cualquier adversidad.

d) Emprendedor incubador

Igualmente podemos señalar que el emprendedor incubador en su afán de crecer y buscar oportunidades y por su preferencia sobre la autonomía, genera unidades independientes que en adelante se vuelven negocios nuevos. En ese sentido son aquellos que generan nuevas ideas, nuevos emprendimientos y así generan ganancias para la organización.

e) Emprendedor imitador

Es aquel emprendedor que inventa sus técnicas de innovación a partir de elementos elementales ya existentes, mediante la mejora de cada uno de ellos. Por consiguiente, un emprendedor imitador es aquel que acoge una tecnología existente, y realiza pequeñas modificaciones para que de esa manera adecue al entorno donde se encuentra su emprendimiento.

➤ **Características del emprendedor**

kaos (2010) para las características particulares que definen a un emprendedor son las siguientes:

- Responsabilidad total, osadía y entereza.
- Capacidad para conseguir metas que se propone.
- Disposición a las metas y oportunidades.
- Poseer decisión y compromiso.
- Perseverancia en la solución de problemas.
- Ser sensato.
- Tener confianza en sí mismo.
- Poseer altos niveles de energía.
- Búsqueda de retroalimentación constante.

- Tener control interno alto.
- Asumir riesgos calculados.
- Tener integridad y confiabilidad.
- Poseer tolerancia al cambio.

Emprendimiento sostenible

En la actualidad la actividad emprendedora ha llegado generando un alto impacto a nivel mundial, sin embargo, garantizar su sostenibilidad en el tiempo, así como su productividad, constituye uno de los principales desafíos del emprendedor.

Desde otro aspecto Varela y Bedoya (2006) establecen que existen dos perspectivas que se consideran fundamentales a la hora de hablar de emprendimiento:

1. El advenimiento de nuevos empresarios, idóneos de desafiar riesgos para alcanzar sus objetivos con creatividad e innovación, y afianzarse de manera potencial en un mercado económico.
2. Las situaciones favorables, lo cual involucra la necesidad de obtener apoyo mediante asesorías, financiación, capital, inversionistas, incentivos fiscales, etc.

Los autores destacan que bajo este escenario lo importante es crear un ambiente apropiado para que los nuevos negocios tengan oportunidad de desarrollarse, mediante el apoyo de políticas nacionales que dentro del marco legal faciliten las condiciones óptimas para el desarrollo empresarial. Contribuyendo a estos planeamientos Carmen y Viveros (2010) puntualizan que todo emprendedor debe cuestionarse al respecto si ¿es posible que la innovación sea sostenible?, y para contestar a esta interrogante deberá examinar tres aspectos esenciales: La oportunidad, los recursos y la población. Los emprendedores constituidos dentro de este pensamiento tendrán mayor posibilidad de éxito y lograrán fortalecer su subsistencia en periodos de tiempo más prolongados.

Para Moscoso y Botero (2013) la creación de nuevas empresas ha promovido el avance económico y productivo de la sociedad. La idea principal es que si un país tiene un alto número de empresas innovadoras y logra que estas no solo se conserven sino además se desarrollen de manera eficiente, logrará generar mayores oportunidades de empleo y bienestar a la población.

Por su parte, para Cortés y Peña (2015) hablar de emprendimiento sostenible, es hablar del equilibrio que debe tener una empresa innovadora con respecto a la sociedad, economía, política y el medioambiente, todo ello con la finalidad de alcanzar su rentabilidad y desarrollo, a la vez que brinda un mejor estilo de vida a la población, promoviendo así su permanencia en las nuevas generaciones.

1. La calidad de las pequeñas empresas.

Definición.

Albrecht (1998) la calidad es una actividad que depende de la empresa, la calidad de servicio se define como un conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma, la misión siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad. La calidad tal cual como se conoce ha ido evolucionando, ha desarrollado sus conceptos y ha incorporado nuevas filosofías, del mismo modo que ha excluido aquellos principios que por el paso del tiempo han quedado obsoletos. sin embargo, en esencia el significado de calidad como el cumplimiento de la totalidad de las características y herramientas de un producto o servicio que tienen importancia en relación con su capacidad de satisfacer ciertas necesidades dadas, permanece como pilar de cualquier modelo de gestión que busque su total cumplimiento (p27).

Héctor (2006) en el libro Gestión de Calidad de Servicio, afirma que la calidad de la gestión está íntimamente ligada con el capital humano de una organización. No puede haber calidad, si no hay calidad en las personas. Una organización con un recurso humano competente, y consiente de su compromiso con la calidad, puede destacarse como poseedora de una muy significativa e importante ventaja competitiva. (p.31).

Karl Albrecht (1985) menciona cuando se trata incrementar el prestigio toda la empresa debe incrementar más allá de la normalidad mejorar en la calidad, brindar el servicio con un valor agregado así el restaurante poco a poco adquiere el prestigio, realizar el prestigio del personal entrometiendo en sus cocinas para ver cómo trabajan.

Una imagen positiva de sí mismo, es marcando por el sentimiento de ser un chico atractivo, de estar en buena forma físicamente hablando, de sentirse bien en su trabajo y consigo mismo. La señalización exterior constituye una de las formas de comunicación visual más directa y efectiva, ya que no solo ayuda al público a localizar el establecimiento, sino que también contribuyen a difundir la imagen del mismo.

Tomás (2014) afirma que la calidad considera y ha ido incorporando elementos de la responsabilidad social, lo que indica que la gestión de la calidad puede ayudar a desarrollar determinadas dimensiones de la responsabilidad social porque existen paralelismos entre ambas. Por ejemplo, la gestión de la calidad satisface las expectativas de los clientes y otros grupos de interés como por ejemplo empleados, proveedores, comunidad en la que opera, sociedad en general, inversores. (p. 4)

Elementos de calidad

El liderazgo, la planificación estratégica, la gestión de los recursos. la gestión de la información, la gestión de los procesos, la gestión de los proveedores.

Características del servicio

- El servicio es intangible: El cliente que recibe un servicio no puede manejar nada

tangible.

- Proporcionar lo que realmente requiere el cliente interno garantiza la efectividad. Recibir lo que ha sido acordado por parte del proveedor interno garantiza la eficiencia.
- La producción y consumo del servicio se realizan en el mismo momento: No es posible crear un almacén de servicios.
- El servicio no puede verse antes de su despacho: El cliente debe confiar en el proveedor del servicio.
- El comprador (cliente) también participa en el desempeño del servicio.
- Ya que el servicio es el resultado de una interacción entre vendedor y comprador, todo error siendo altamente visible, es siempre “oficial”, como consecuencia, es muy importante estar listo para aplicar acciones correctivas.

Karl Albrecht (2001) menciona cuando el restaurante cambia de lugar, el cliente busca si el servicio es de excelencia, calidad es así un cliente sea fiel a la empresa, consiste en lograr que vuelva a comprarle a ella y no a la competencia, lo cual se logra a través de la diferenciación. Esto sucede cuando se le da algo más de lo que el cliente espera, algo más que la satisfacción básica de la necesidad específica, cuando encuentra en la empresa algo que la competencia no le ofrece.

Alderete (2011) menciona cumplimiento del tiempo esperado significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado. Aunque ambos requisitos (entrega correcta y oportuna) pueden parecer diferentes, los clientes han mencionado que ambos tienen igual importancia, pues provocan su confianza o desconfianza hacia la empresa. En opinión del cliente, la confianza es lo más importante en materia de servicio.

Es importante implementar mejores estrategias para los clientes, implementar las nuevas estrategias era porque las estrategias que se implementan dentro de estructura, valores compartidos, sistemas, habilidades, estilo y personal, ventas basada en precios que, además de ser un tema que atrae poderosamente a los potenciales clientes, en realidad es algo que todas las personas buscamos por naturaleza y ahorro en nuestra economía.

Para su diseño debe conocerse muy bien al cliente de la organización; por ello se construye con base en la información demográfica y psicográfica del cliente; no es posible diseñar una adecuada estrategia del servicio simplemente sentado en el escritorio y sin saber profundamente las características propias de los clientes.

Edwards (2008) la eficacia personal, se centra en el rendimiento de los empleados o miembros concretos de una organización en las tareas que tienen a su cargo. La eficacia personal se refiere a la convicción del individuo que es capaz de realizar una tarea. Cuanto mayor es la eficacia personal, más confianza se siente en culminar esa tarea.

Por tanto, en una situación difícil vemos que las personas con poca eficacia personal tienen más probabilidades de aminorar el esfuerzo o de rendirse, mientras que quienes más eficacia personal se empeñan más por dominar esa dificultad. Por lo general, los empleados trabajan en grupos, lo que hace necesario contar con otra perspectiva con respecto a la eficacia, la de la eficacia del grupo. Esta es sencillamente la suma de los aportes que realizan al mismo todos sus componentes.

Pinero (2009) afirma que los locales deben contar con todas las medidas de seguridad posibles, no solo para que puedan ser usadas en caso de alguna emergencia, sino también para que el cliente esté consiente de ellas y se sienta seguro con nosotros. Se debe contar con suficiente personal de seguridad, marcar las zonas de seguridad, señalar las vías de escape, contar con botiquines médicos.

- Tipo de consumidor existen dos posibilidades para determinar el tipo de consumidor

que tiene la empresa: Institucional o Individual.

- Rol del cliente Con respecto a este ítem la empresa debe preguntarse de qué manera se ejercen los siguientes roles con respecto a sus productos.

Armendáriz (2013) menciona si el cliente está satisfecho con la comida, el servicio, el trato está de acuerdo con el precio que paga, debemos entender que este establecimiento ofrece calidad está condicionado por el precio que estemos dispuesto pagar. Un mismo producto o servicio siempre tendrá un precio que estemos dispuesto a pagar para sentirnos satisfecho con los servicios que nos brindan.

La gente.

El talento humano es quien finalmente logra que las cosas sucedan en la empresa. De nada sirve tener una excelente estrategia del servicio y unos sistemas muy bien diseñados si no existe el personal competente para prestar el servicio y satisfacer al cliente.

Carhuavilca (2009) indica que un ambiente agradable es un ambiente en donde el cliente se sienta a gusto, puede estar conformado por empleados que muestren un trato agradable o cordial, por una buena decoración, una buena disposición de los elementos del local, una buena disposición de la iluminación.

En cuanto al personal, cumple con el requisito de crear un ambiente agradable para el cliente; en relación a la disposición de los elementos como mesas etc. se encuentran bien distribuidos alrededor de los dos salones con los que cuenta el restaurante, cuenta también con una buena iluminación y ventilación, atención personalizada se entiende como la atención brindada cara a cara, de representante de la empresa a cliente en un ámbito acogedor. Hoy en día la competencia establecida en el mercado es mucho mayor a la de años anteriores, por eso se debe lograr una fidelización con los clientes. Ya no solo basta con brindar un buen servicio o tener precios competitivos, sino que también se promueve una buena atención.

Carpio (2014) los clientes están llamados a dar sus apreciaciones sobre la atención que reciben de parte del personal de un restaurante, si reciben una atención correcta, si es cortés, es amable, si realmente conoce la empresa donde trabaja y también los productos que ofrecen, si domina las circunstancias de venta y por último si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos como para pedirle orientación.

Muchos clientes saben bien lo que quieren comprar, pero aquellos que requieren de orientación o de consejos y sugerencias pueden no tomarlas en cuenta, aunque sean acertadas si no perciben que quien los atiende es lo suficientemente competente.

Sostenibilidad.

Para tener un restaurante sostenible, se debe contar con un restaurante de primer nivel, en cuanto se refiera a la calidad, personal, capital y en la actualidad se exige que los recursos medioambientales se maximicen con todos los beneficios y al mismo tiempo que se satisfagan las necesidades del presente y se fomenten oportunidades para las futuras generaciones.

También podemos hablar del auge gastronómico por la influencia de los cocineros que se esmeran para complacer y satisfacer los paladares de los clientes, combinando la creatividad, habilidad y destreza para crear todos los platos de acuerdo a la preferencia de la clientela.

Es conveniente mencionar que la higiene es parte fundamental para que un restaurante sea sostenible, caso contrario perderá a sus clientes. En tal sentido, en el presente año es fundamental la práctica de la limpieza y cuidar la salud de todos los comensales; no solo de la salud de las personas sino también del medio ambiente.

III. Hipótesis

En el presente trabajo de investigación no se efectuará el planteamiento de la hipótesis, porque la investigación es del tipo descriptivo, quedando sujeta a los resultados obtenidos.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Investigación es no experimental – transversal, porque las variables no se modifican, se presentan tal y cual se obtienen en el momento, en un tiempo único. Transversal porque el tiempo de ejecución es conocida.

4.2 Población

La población para este estudio fueron los dueños de las pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes en el distrito de Huaraz, constituido por 60 establecimientos. según datos proporcionados por la SUNAT.

Muestra

La muestra para este estudio son 6 dueños de los restaurantes elegidos por conveniencia debido a la emergencia sanitaria que aqueja el mundo, los demás establecimientos no están operativos, solo esa cantidad han proporcionado la información requerida.

Procedimiento.

El procedimiento para realizar la recolección de datos fue:

- Aplicar la encuesta vía telefónica a los dueños y/o propietarios de las pequeñas empresas, restaurante del distrito de Huaraz, 2020.
- Tabulación de los datos de la Encuesta, el SPSS versión 22
- Para los gráficos se empleó office Word.
- Analizar dicha información y presentar los resultados de las encuestas.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Medición
Emprendedor	El emprendedor es la persona o conjunto de personas que está en la capacidad de avistar una ocasión de producción o de servicio	Edad	De 21-30 De 31-40 De 41 a mas	Razón
		Género	Masculino Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	Educación Primaria Educación Secundaria Superior Técnico Superior universitaria	Ordinal
		Persona adaptable a los cambios	Si/en total acuerdo bastante / a menudo	Nominal
		confianza posibilidades y capacidades	Si/en total acuerdo bastante / a menudo	Nominal
		Creativo	Si/en total acuerdo bastante / a menudo	Nominal
		Asumir riesgos	Si/en total acuerdo bastante / a menudo	Nominal
Emprendimiento para la sostenibilidad	En la actualidad la actividad emprendedora ha llegado generando un alto impacto a nivel mundial, sin embargo, garantizar su sostenibilidad en el tiempo, así como su productividad, constituye uno de los principales desafíos del emprendedor.	Facilidad de comunicación	Si/en total acuerdo bastante / a menudo	Nominal
		Optimismo	Si/en total acuerdo bastante / a menudo	Nominal
		Servicio del delivery	Si/en total acuerdo bastante / a menudo	Nominal
		Administrar recursos económicos	Si/en total acuerdo bastante / a menudo	Nominal
		Autonomía	Si/en total acuerdo bastante / a menudo	Nominal
		Trabajar en equipo	Si/en total acuerdo bastante / a menudo	Nominal
		Negociar con éxito	Si/en total acuerdo bastante / a menudo	Nominal
Visión de futuro	Si/en total acuerdo bastante / a menudo	Nominal		

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta técnica, mediante la caracterización del emprendimiento para la sostenibilidad en las pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de Huaraz 2020.

El cuestionario fue estructurado por 18 preguntas y respuestas cerradas, todas referidas al emprendimiento para la sostenibilidad de las pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de Huaraz 2020.

4.5 Plan de análisis

El plan de análisis se aplicó una encuesta a las pequeñas empresas del rubro restaurantes la información fue tabulada, procesada en tablas estadísticas a través del programa SPSS y el office Word para la elaboración de gráficos, así mismo se realizó la interpretación de los resultados obtenidos y se utilizó el aplicativo pdf para la presentación del trabajo de investigación.

4.6. Matriz de consistencia

Título: Emprendimiento y sostenibilidad en las pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de Huaraz en el 2020.

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO
¿Cuáles son las principales características del emprendimiento para la sostenibilidad en las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020?	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Describir las características del emprendimiento para la sostenibilidad en las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020. <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer las principales características del emprendedor de las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020. ✓ detallar las características de emprendimiento de las pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020. ✓ Detallar las principales características del emprendimiento en la sostenibilidad de las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020 	Emprendimiento y sostenibilidad	<p>Población:</p> <p>La población en estudio fue un total de 60 restaurantes del distrito de Huaraz</p> <p>(Fuente: SUNAT de Huaraz / Meza de partes -2018).</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra se determinó por conveniencia un total de 6 dueños, debido a la emergencia sanitaria puesto que muchos establecimientos no estaban operativas.</p>	<p>Tipo:</p> <p>La Investigación fue descriptiva porque se relataron las características del emprendimiento y sostenibilidad en las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes</p> <p>Nivel:</p> <p>La investigación fue de nivel aplicada de propuesta, con enfoque cuantitativo</p> <p>Diseño:</p> <p>Investigación fue no experimental – transversal porque se recolectaron los datos en un solo momento, en un tiempo único.</p>	<p>Técnica:</p> <p>- Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>- Cuestionario</p>

4.7 Principios éticos

El presente trabajo estuvo basado en el código de ética de la ULADECH-católica, Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0973-2019-CU- ULADECH católica, de fecha 16 de agosto del 2019 y sus principios son:

- **Protección a las personas:** En toda investigación la persona es el fin, en tal sentido se debe dar la protección, también se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad.
- **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** Toda investigación debe evitar de dañar el medio ambiente, como también debe fomentar el cuidado de las plantas y animales por encima de los fines científicos.
- **Libre participación y derecho a estar informado:** Las personas que desarrollan una investigación tienen que estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que realiza. También debe manifestar la voluntad informada, libre, inequívoca, por el cual dan libre consentimiento a llevar a cabo una investigación.
- **Beneficencia no maleficencia:** La conducta del investigador está basado en algunas normas, las cuales harán respetar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones.
- **Justicia:** El investigador debe ser consciente de algunos errores o falencias que puede haber en la realización de la investigación. También es fundamental reconocer que la equidad y la justicia son valores por los que las personas que participan en la investigación tienen acceso a sus resultados.
- **Integridad científica:** La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Las principales características del emprendedor de las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huaraz, 2020

Características de los representantes	n	%
Genero		
Masculino	4	66,67
Femenino	2	33,33
Total	6	100,00
Edad		
De 31-40	3	50,00
De 41 a mas	3	50,00
Total	6	100,00
Grado de Instrucción		
Educación Primaria	1	16,70
Superior Técnico	2	33,30
Superior universitaria	3	50,00
Total	6	100,00
Te consideras una persona adaptable a los cambios		
Si/en total acuerdo	4	66,67
bastante / a menudo	2	33,33
Total	6	100,00
Tienes confianza en tus posibilidades y capacidades		
Si/en total acuerdo	5	83,33
bastante / a menudo	1	16,67
Total	6	100,00
Te consideras creativo		
Si/en total acuerdo	4	66,70
bastante / a menudo	2	33,30
Total	6	100,00
Tienes predisposición para asumir riesgos		
Si/en total acuerdo	4	66,70
bastante / a menudo	2	33,30
Total	6	100,00
Arriesgarías recursos propios si pusieras en marcha un proyecto empresarial		
Si/en total acuerdo	3	50,00
bastante / a menudo	3	50,00
Total	6	100,00

Fuente. Cuestionario aplicado a los dueños de las pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Huaraz-2020.

Tabla 2

Características de emprendimiento de las pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020

Características de los representantes	n	%
Tienes facilidad de comunicación		
Si/en total acuerdo	2	33,30
bastante / a menudo	4	66,70
Total	6	100,00
Afrontas los problemas con optimismo		
Si/en total acuerdo	3	50,00
bastante / a menudo	3	50,00
Total	6	100,00
Tomas la iniciativa ante situaciones complejas nuevas		
Si/en total acuerdo	4	33,30
bastante / a menudo	2	66,70
Total	6	100,00
Es eficiente el servicio del delivery		
Si/en total acuerdo	4	66,70
bastante / a menudo	2	33,30
Total	6	100,0
Sabes administrar tus recursos económicos		
Si/en total acuerdo	4	66,70
bastante / a menudo	2	33,30
Total	6	100,00

Fuente. Cuestionario aplicado a los dueños de las pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Huaraz-2020.

Tabla 3

Características del emprendimiento como factor relevante en la sostenibilidad en las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020

Características de los representantes	n	%
Es importante para ti disponer de autonomía en el trabajo		
Si/en total acuerdo	2	33,30
bastante / a menudo	4	66,70
Total	6	100,00
Sabes trabajar en equipo		
Si/en total acuerdo	5	83,30
bastante / a menudo	1	16,70
Total	6	100,00
Tienes facilidad para negociar con éxito		
Si/en total acuerdo	4	66,70
bastante / a menudo	2	33,30
Total	6	100,00
Te planteas los temas con visión de futuro		
Si/en total acuerdo	4	66,70
bastante / a menudo	2	33,30
Total	6	100,0
Sientes motivación por conseguir objetivos		
Si/en total acuerdo	5	83,30
bastante / a menudo	1	16,70
Total	6	100,00

Fuente. Cuestionario aplicado a los dueños de las pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Huaraz-2020.

5.2. Análisis de resultados

· Respecto a la Tabla 1:

Comparativa: de los resultados obtenidos el 66,67% corresponde al género masculino, en cuanto refiere a la edad es bipartido 50% de 41 años a más y en lo que concierne al grado de instrucción corresponde al nivel superior universitario el 50%.

Analítica: señalar que estos resultados manifiestan la cantidad de caballeros encuestados, la edad y también el grado de instrucción.

Sustento Teórico: según los estudios realizados por Serrano (2017), el cual realizó un estudio para lograr determinar si las condiciones de género, edad y nivel de instrucción influyen en el éxito de nuevos proyectos emprendedores. En dicho estudio se determinó que el género del emprendedor, así como también su grado de instrucción influyen de manera directa en el éxito o fracaso de los mismos. Con respecto al género, se determinó que las mujeres tienen una mayor tasa de éxito en comparación de los hombres. El grado de instrucción también es expuesto en dicho estudio, el cual nos muestra que hay una mayor incidencia de éxito para los que poseen un mayor grado de instrucción.

· Respecto al primer objetivo específico, describir las principales características del emprendedor de las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020; respondemos con los resultados obtenidos de las tablas del 4 al 8.

Comparativa: los resultados obtenidos en la investigación demuestran resultados favorables, en cuanto refiere a la adaptabilidad a los cambios el 66,67% manifiesta estar en total de acuerdo; en lo que concierne a tener confianza en sus posibilidades y capacidades el 83,33% está en total de acuerdo; referente a si se consideran creativos, el 66,67% señala estar en total acuerdo; en lo que concierne a tener predisposición para asumir riesgos el 66,7% indica estar en total de acuerdo y respecto a si arriesgaría recursos propios para poner en marcha un proyecto empresarial, el 50% señala estar en total de

acuerdo.

Analítica: estos resultados nos indican las características positivas de los emprendedores, las formas y maneras para emprender, según la investigación podemos afirmar que hay resultados favorables que dan cumplimiento al primer objetivo.

Sustento teórico: En ese sentido, para el maestro Varela (2004) el emprendedor “es la persona o conjunto de personas que está en la capacidad de avistar una ocasión de producción o de servicio y frente a ello expresa autonomía y lo hace libremente una decisión de obtención y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos que son necesarios para que funcione un negocio, servicio, una empresa; que además de crear valor adicional para la economía, genera trabajo para muchas personas desempleadas, tal como observamos en la actualidad como efecto de la pandemia. Finalmente, en este proceso de liderazgo creativo, la persona emprendedora invierte dinero, tiempo, y conocimientos, arriesgando sus peculios y prestigio personal, pero con el objetivo de encontrar recompensas monetarias y personales.

Respecto al segundo objetivo específico, definir las características de emprendimiento de las pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020; respondemos con los resultados obtenidos en las tablas del 9 al 13.

Comparativa: los resultados obtenidos son favorables, puesto que se han encontrado porcentajes altos, tal como se detalla: respecto a la facilidad de comunicación el 66,7% manifiesta estar en total de acuerdo, en cuanto concierne a afrontar los problemas con optimismo el 50% señala que esta en total de acuerdo; frente a si toma la iniciativa ante situaciones complejas nuevas el 66,67% señala estar totalmente de acuerdo, respecto a si es eficiente el servicio delivery el 66,67% señala estar en total de acuerdo y frente a si sabe administrar recursos económicos el 66,7% afirma estar en total de acuerdo.

Analítica: Estos resultados nos indican efectos óptimos sobre las características del emprendimiento de los restaurantes, donde para su funcionamiento son importantes la comunicación, saber enfrentar los problemas, tener iniciativas en situaciones complejas, adaptarse a ciertas circunstancias como el servicio delivery por problemas de la pandemia.

Sustento teórico: Gutierrez (2017) la pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Respecto al tercer objetivo específico, detallar las características del emprendimiento como factor relevante de las pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020; respondemos con los resultados obtenidos en las tablas del 14 al 18.

Comparativa: los resultados obtenidos son satisfactorios , puesto que se han encontrado porcentajes favorables: respecto a la autonomía en el trabajo el 66,7% afirma estar en total de acuerdo; en cuanto concierne al trabajo en equipo el 83,3% manifiesta estar en totalmente de acuerdo; frente a la facilidad para negociar con éxito el 66,7% señala estar en total de acuerdo; respecto a si se plantea temas con visión de futuro el 66,67% señala estar en total de acuerdo y frente a si siente motivación por conseguir objetivos el 83,33% afirma estar en total de acuerdo.

Analítica: Estos resultados nos indican que las principales características del emprendimiento como factor relevante en la sostenibilidad de los restaurantes está en óptimas condiciones. Los restaurantes para que se sostengan en el tiempo debe haber trabajo en equipo, negociar con éxito, deben tener visión de futuro y conseguir los objetivos que se proponen.

Sustento teórico: Remolins (2018) menciona lo siguiente El emprendedor de éxito, se describe al primer tipo de emprendedor como la persona que usa la investigación y el desarrollo como fuentes para generar nuevas y mejores maneras de hacer las cosas. Entonces podemos señalar que un emprendedor administrativo no es aquel dueño de un negocio u empresa sino es la persona que se ocupa de las técnicas y funciones administrativas. Por consiguiente, es aquella persona que explota todas las técnicas, herramientas, procedimientos o funciones administrativas que le permitan manejar o solucionar problemas que se presentan de manera más eficiente.

VI. CONCLUSIONES

- La mayoría de las personas emprenden a cualquier edad en los negocios, en este caso en el rubro restaurantes; para lo cual manifiestan confianza en sus posibilidades, capacidades, demuestran ser creativos, como también la predisposición para arriesgar riesgos a fin de concretizar su proyector. También observamos que las personas que emprenden en su mayoría con profesionales.
- La mayoría de establecimientos mantienen una buena comunicación con sus clientes, están capacitados para afrontar los problemas con optimismo, como en el presente año debido a la pandemia han tenido que optar estrategias nuevas como es la atención por delivery a sus diferentes clientes.
- La mayoría de los emprendedores trabajan en equipo, puesto que eso permite negociar con éxito, tener visión del futuro, conseguir objetivos para mantener sostenible los restaurantes con el pasar del tiempo.

RECOMENDACIONES

- Fomentar la capacitación para ir actualizándose en las diferentes características de los emprendedores, estar inmersos en el avance de la tecnología y la aparición de nuevos emprendedores.
- Crear un equipo para costear emprendimientos innovadores que se potencien para ser competitivos tanto a nivel local como nacional e internacional.
- Generar platos nuevos, con creatividad, limpieza impecable, personal activo para mantener sostenible los restaurantes.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA

Antúnez, A. (2015) G. Rpp Noticias. 25 de 05 de.

<http://rpp.pe/peru/actualidad/chimbote-hallan-cucarachas-y-gusanos-en-restaurantes-noticia-800738>.

Arias, J. (2013). Rpp.pe. 23 de 07 de octubre. http://www.rpp.com.pe/2013-07-23-el-90-de-chifas-y-restaurantes-con-problemas-de-higiene-en-chimbote-noticia_615977.html.

- Alderete, V. (2013). Argentina 27 de Setiembre :
<http://www.rad.washington.edu/mskbook/index.html> A Univerccidad Catolica Argentina.
- Albrecht, K. (2001) La Exelencia del servicio. Costa Rica,
- Anzón, R. (2011) Gastronomía española en Semana Santa. 17 de 04
 Abril <https://www.excelenciasgourmet.com/es/opinion/gastronomia-espanola-en-semana-santa>.
- Carmen y Viveros (2010) *Bogotá, Colombia Los emprendedores evolucionan el concepto*. <http://files.gerenciadeproyectosctc.webnode.es/200000012-8e0ad8f050/1%20Evoluci%C3%B3n%20conceptual%20del%20emprendimient o.pdf>
- Carhuavilca, D. (2013). Rpp.noticias 27de abril. http://www.rpp.com.pe/2013-12-27-inei-actividad-de-restaurantes-crecio-5-67-en-octubre-noticia_657928.html.
- Cortés y Peña (2015) Revista. Escuela de Administración de Negocios 78 *De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos*
<http://www.redalyc.org/pdf/206/20640430004.pdf>
- Castañeda, J. (2015) Andina.pe. 03 de marzo
<http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-acurio-pide-cuidado-tratamiento-noticias-sobre-inseguridad-restaurantes-545645.aspx>.
- Chaves, K. (2012) «“Evaluación de la calidad del servicio de las empresas turísticas nacionales utilizando.» TESIS,
- Concepcion, L. (2008) Univerccidad Catolica «Implementación del Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2000 en una Industria Plástica.» TESIS,
- Carpio, I. (2014) Universidad-tecnologica-equinoccial. 05 de
 Abril http://www.docplayer.es/19421211-Universidad-tecnologica-equinoccial.html#show_full_text.
- Chinchayan y Ramos (2018) Analisis de los factores de sostenibilidad en un emprendimiento social. estudio de caso laboratorio, Peru-sede Lima. (Pontificio univerccidad catolica, Peru)-Año 2018.
- Edwards, D. (2008) «Gestion de la eficacia personal, de grupo y de la organizaci3N.» organizacion, <http://organizacionsegundofaca.blogspot.pe/2008/11/gestion-de-la-eficacia-personal-de.html>.
- Fernández, C. (2015) Huarazenlinea.com. 25 de Marzo
<http://www.huarazenlinea.com/noticias/locales/24/03/2015/hallan-utensilios-y-comida-en-pesimas-condiciones-higienicas-en>.
- Granados, A. (2010) Comercio «Restaurantes.» <http://www.lanacion.com.ar/1237119-mala-atencion-en-restaurantes-los-duenos-no-tienen-nada-que-ver>.

- Gutiérrez, P. (2019) Factores que constituyen a la sostenibilidad del emprendimiento en el departamento de Lima, univercidad san Ignacio de Oyola, Lima-Año 2019
- Gutierrez, C. (2017) La nacion «facilidades para las micro, pequeñas y medianas empresas - MIPYM.» Lima,
- González, T. (2014) Concepto.de Gestión de la calidad. Lima,
<https://concepto.de/gestion-de-calidad/>
- Kao, T.(2010) El Emprendedor y la Innovación UTP. 30 de Julio
<https://sites.google.com/site/emprendedorylainnovacionutp/unidad-i-dimensiones-del-ser-humano/1-2-1-caracteristicas-del-emprendedor>.
- Lorca, P (2013). Modelos de factores que inciden en el éxito de emprendimientos sociales en América Latina: Estudio cualitativo. Universidad de Chile.
- Lujan, M. (2015) America tv.com. 28 de Mayo <http://www.americatv.com.pe/a-las-once/noticia/grave-caso-discriminacion-y-maltrato-subway-noticia-7287>.
- Martínes, V. (2015). America TV. 06 de Enero .
<http://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/restaurante-peruano-central-mejor-region-y-cuarto-mundo-n183705>.
- Maglione.A. (2010) La nacion. 9 de febrero de. <http://www.lanacion.com.ar/1237119-mala-atencion-en-restaurantes-los-duenos-no-tienen-nada-que-ver>.
- Ramírez, R. (2009). Scielo.Org. 05 de Abril
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762009000100005.
- Remolins, E. (2018) Redator Rock Content. 29 de Diciembre.
<https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-emprendimiento/>.
- Robles, J. (2020) Andina. 25 de Setiembre <https://andina.pe/agencia/noticia-servicio-delivery-express-registra-avance-250-durante-pandemia-815217.aspx>.
- Serrano y Pacheco (2017) Determinantes de la Propensión a Emprender y del Éxito en los Emprendimientos. Conference Proceedings. Ecuador: Universidad Técnica de Machala
- Toledo, A. (2004) Aprueban Reglamento de Restaurantes. 11 de Noviembre
<https://es.scribd.com/document/143024523/Aprueban-Reglamento-de-Restaurantes>.
- Ugaz.A. (2012) <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/1424>
 univercidad catolica «propuesta de diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma iso 9001:2008 aplicado a una empresa de fabricación de lej.» tesis,
- Varela, R. (2004) La Educación, la Universidad y la Cultura Empresarial en América Latina: La Experiencia de la Universidad ICESI. 02 de 05
<http://www.iadb.org/sds/doc/conf.6.24.04.varela.pdf>.

Varela y Bedoya (2006) Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. Obtenido de Estudios Gerenciales, 22(100), 21-47.:
<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v22n100/v22n100a01.pdf>.

Vidal, C. (2012) «Implantación de un sistema de gestión de calidad en una empresa de servicio de lavandería.» tesis,

Ytarralde, C. (2012) Propuesta para la implementación de la restaurante sostenible en la ciudad de Guayaquil como impulso al desarrollo de nuevas tendencias turísticas. (Univercidad catolica de santiago de guayaquil)

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
		SETIEMBR				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBR			
		E												E			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															

· Papel bond A-4 (500 hojas)	15.00	1	15.00
· Lapiceros	1.00	4	4.00
Servicios			
· Uso de Turnitin	100.00	1	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
· Pasajes para recolectar información	100.00	2	200.00
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			479.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o numero	Total (S/.)
Servicios			
· Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
· Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
· Soporte informático (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	218.00		252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			940.00






Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

Nº	NOMBRE COMERCIAL	RUC	VÍA	N. VÍA	NUM.
01	RESTAURANT LA DELICIA	10316304716	AV	RAYMONDI	926 700 937
02	RESTAURANTE DEL SOLE	10408347110	JR	SIMON BOLIVAR 485	(043) 784468
03	RESTAURANT TABARIZ	10316240467	AV	FITZCARRAL	956916278

04	RESTAURANT EL FOGÓN	10316204207	AV	LUZURIAGA 928	941108822
05	RESTAURANTE MARY	10316604353	AV	CONF. INTERNAC. OESTE	952 980 412
06	MISKY-RESTAURANT	10705742672	JR.	Simón Bolívar 419	(043) 425572
TOTAL					6

Anexo 4:

Sección 1			
Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Proyecto de investigación - Sección 1	5 sep 2020 - 00:37	1 nov 2020 - 23:59	5 sep 2020 - 00:37

 Actualizar entregas					
	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
 Ver recibo digital	CARRION PEREZ-MONICA	1432874865	1/11/2020 15:31	7% 	Entregar Trabajo   --

ANEXO 5

PREGUNTAS DE ENCUESTA

DATOS GENERALES

1. Edad

- a) De 21-30
- b) De 31-40

c) De 41 a mas

2. Genero

a) Masculino

b) Femenino

3. Nivel educativo de los representantes

a) Educación Primaria

b) Educación Secundaria

c) Superior Técnico

d) Superior universitaria

I. DATOS DE ESTUDIO

N°	EMPRENDIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD	OPCIONES			
		A	B	C	D
1	¿Te consideras una persona adaptable a los cambios?				
2	¿Tienes confianza en tus posibilidades y capacidades?				
3	¿Te consideras creativo?				
4	¿Tienes predisposición para asumir riesgos?				
5	¿Arriesgarías recursos propios si pusieras en marcha un proyecto empresarial?				
6	¿Tienes facilidad de comunicación?				
7	¿Afrontas los problemas con optimismo?				
8	¿Tomas la iniciativa ante situaciones complejas nuevas?				
9	¿Es eficiente el servicio del delivery?				
10	¿Sabes administrar tus recursos económicos?				
11	¿Es importante para ti disponer de autonomía en el trabajo?				
12	¿Sabes trabajar en equipo?				
13	¿Tienes facilidad de comunicación?				
14	¿Tienes facilidad para negociar con éxito?				
15	¿Te planteas los temas con visión de futuro?				
16	¿Sientes motivación por conseguir objetivos?				

II. **DATOS DE ESTUDIO** **A** = SÍ / EN TOTAL ACUERDO | **B** = BASTANTE / A MENUDO | **C** = ALGO / ALGUNA VEZ | **D** = NO / EN ABSOLUTO

ANEXO 6

Tabla 1

Las principales características del emprendedor de las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huaraz, 2020

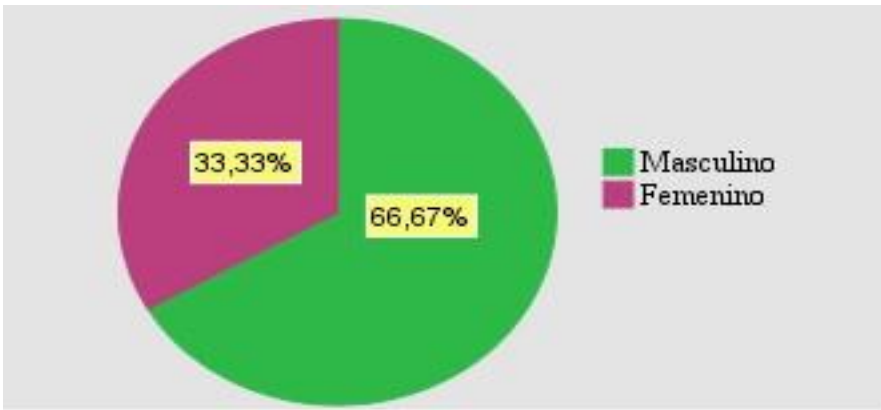


Figura 1. Genero

Fuente: Tabla 1

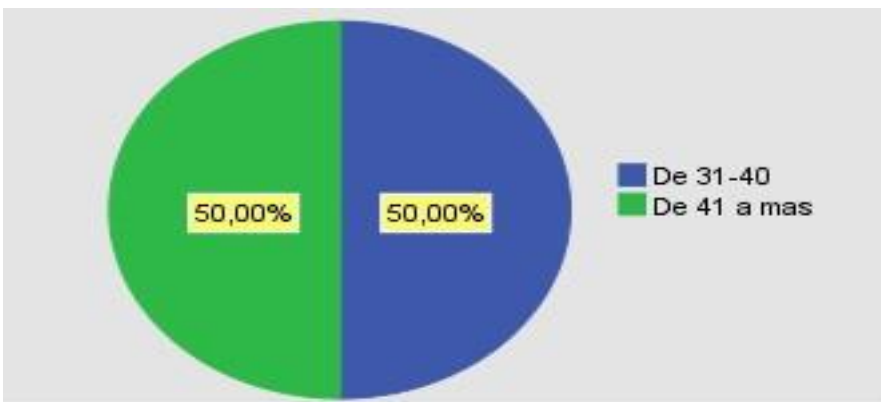


Figura 2. Edad

Fuente. Tabla 1

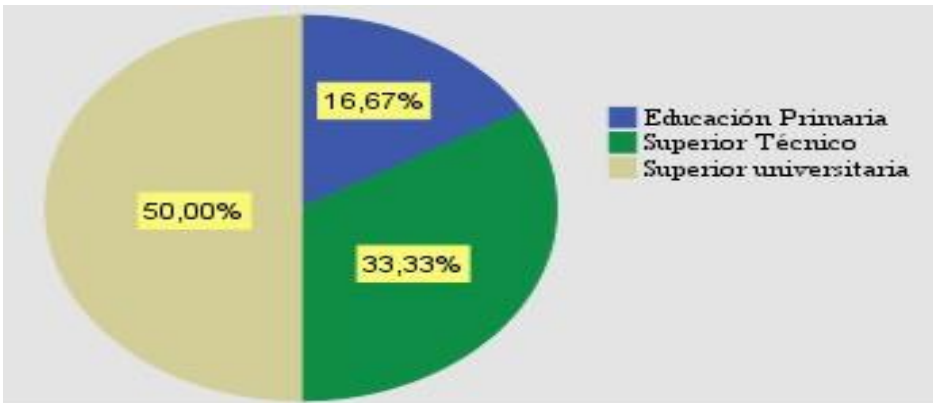


Figura 3. Grado

Fuente. Tabla 1

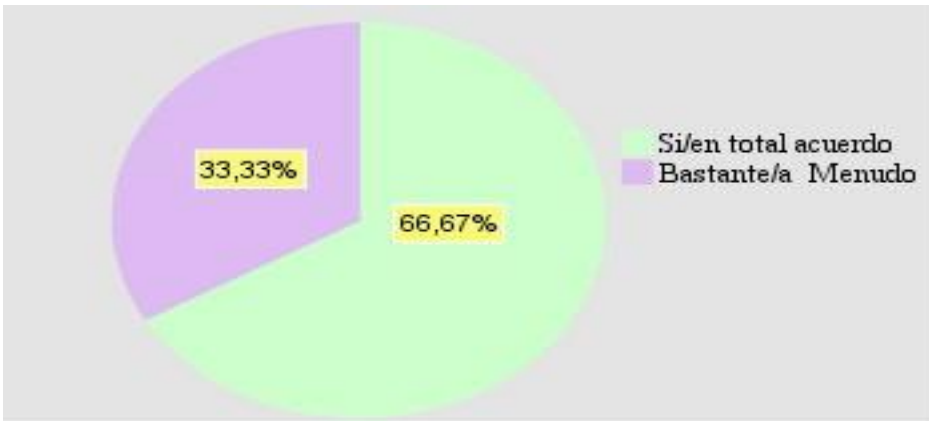


Figura 4. Adaptabilidad al cambio
Fuente. Tabla 1

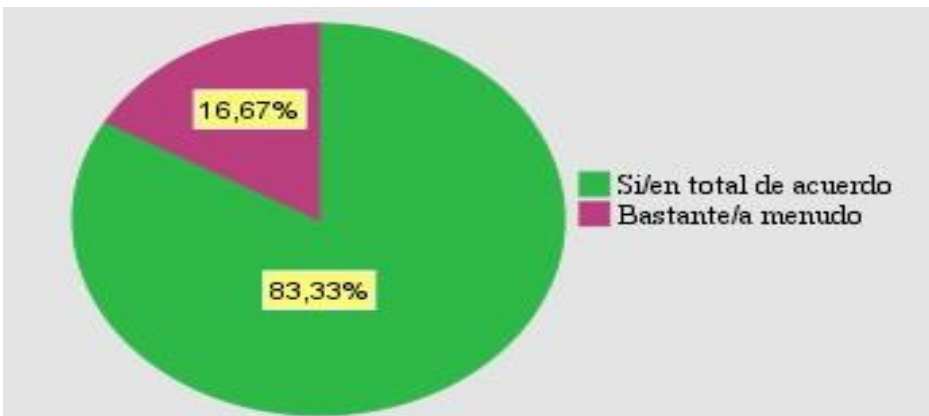


Figura 5. Confianza en posibilidades y capacidades
Fuente. Tabla 1

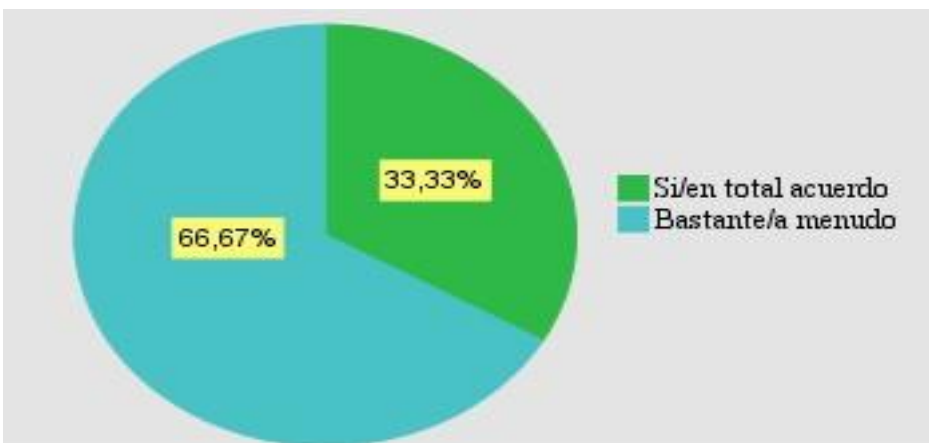


Figura 6. Creatividad
Fuente. Tabla 1

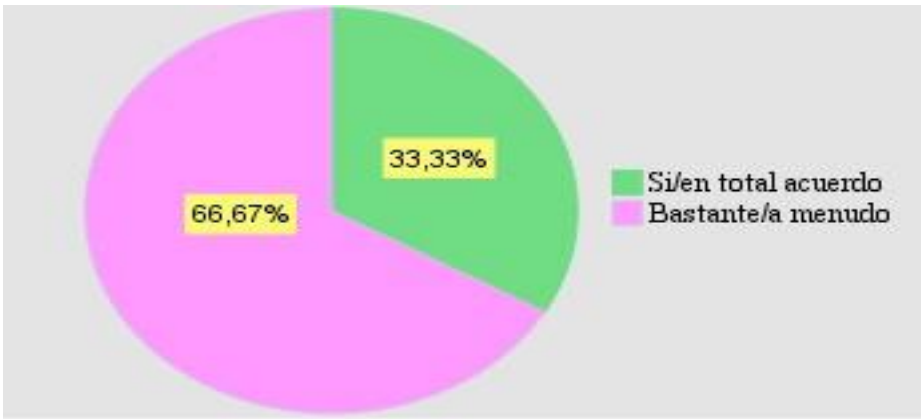


Figura 7. Predisposición para asumir riesgos
Fuente. Tabla 1



Figura 8. Proyecto empresarial
Fuente. Tabla 1

TABLA 2

Características del emprendimiento como factor relevante en la sostenibilidad en las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020

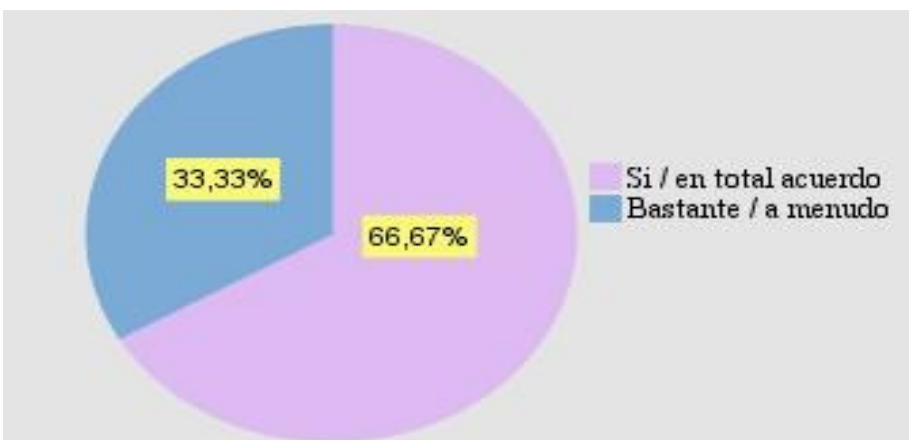


Figura 9. Facilidades en comunicación
Fuente. Tabla 2

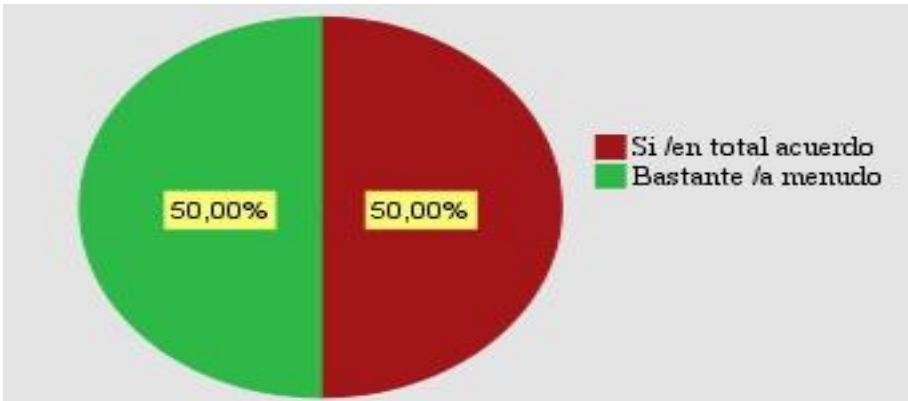


Figura 10. Afrontar los problemas
Fuente. Tabla 2

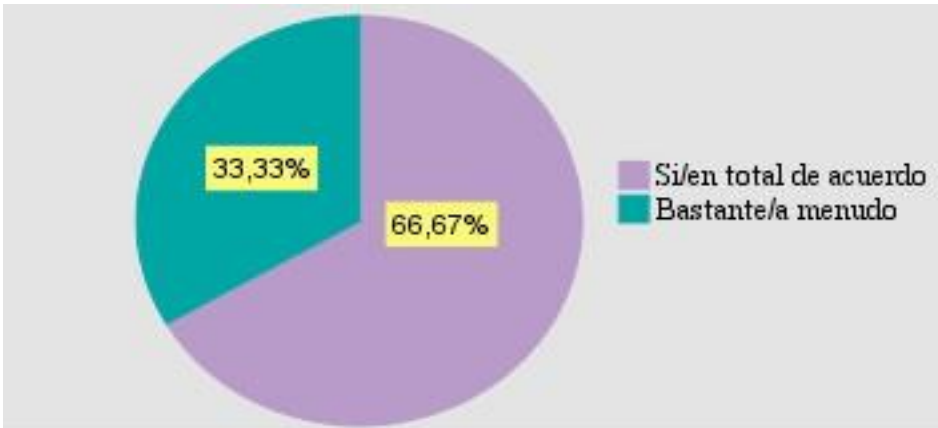


Figura 11. Las situaciones complejas
Fuente. Tabla 2

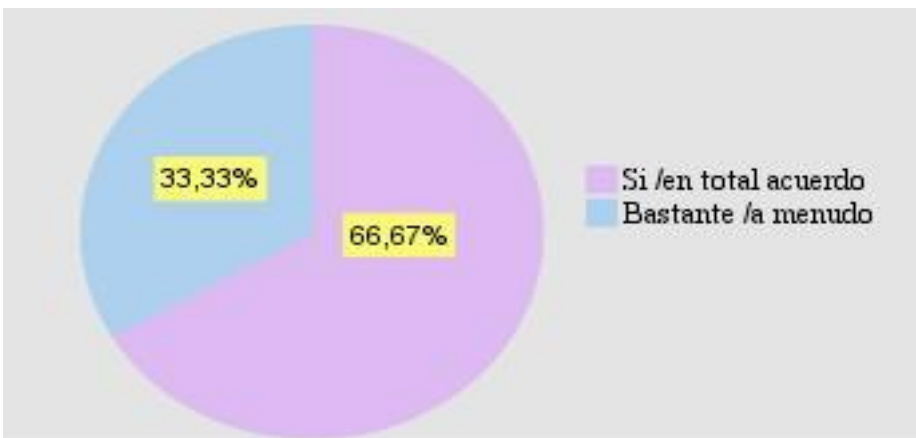


Figura 12. Servicio del delivery
Fuente. Tabla 2

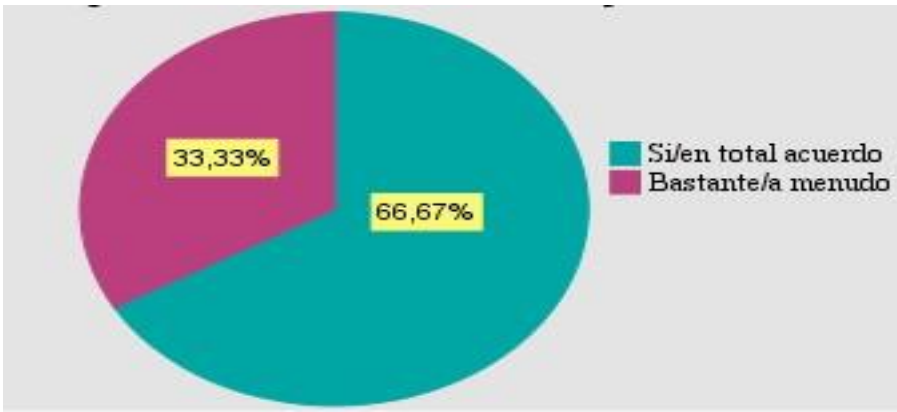


Figura 13. Administrar los recursos económicos

Fuente. Tabla 2

TABLA 3

Características del emprendimiento como factor relevante en la sostenibilidad en las pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2020

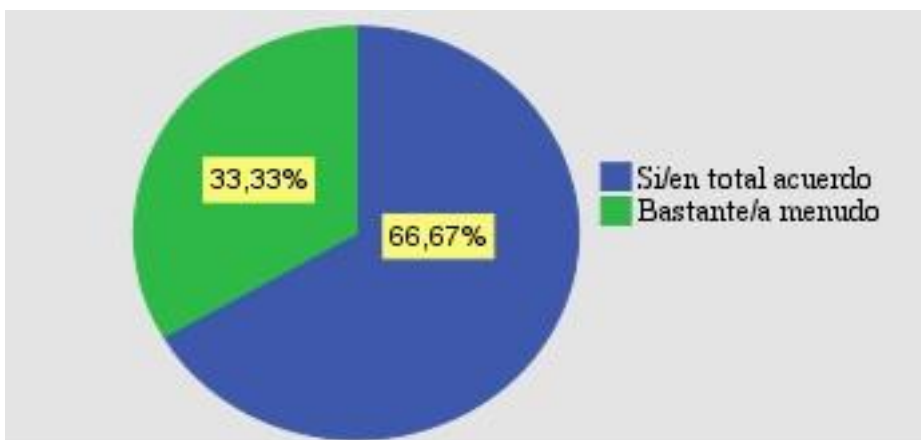


Figura 14. Disponer de autonomía en el trabajo

Fuente. Tabla 3

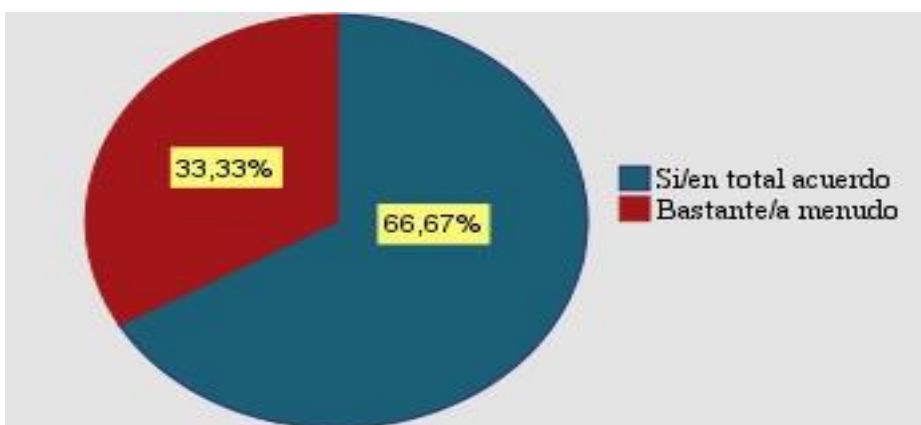


Figura 15. Trabajar en equipo

Fuente. Tabla 3

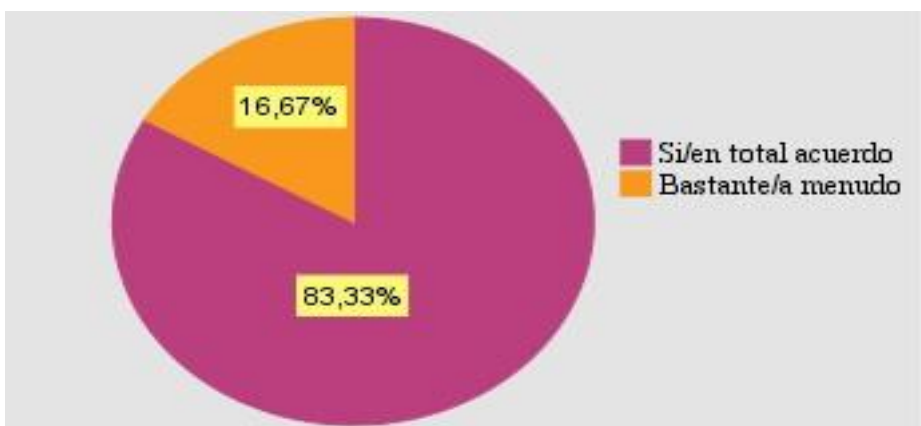


Figura 16. Negociar con éxito

Fuente. Tabla 3

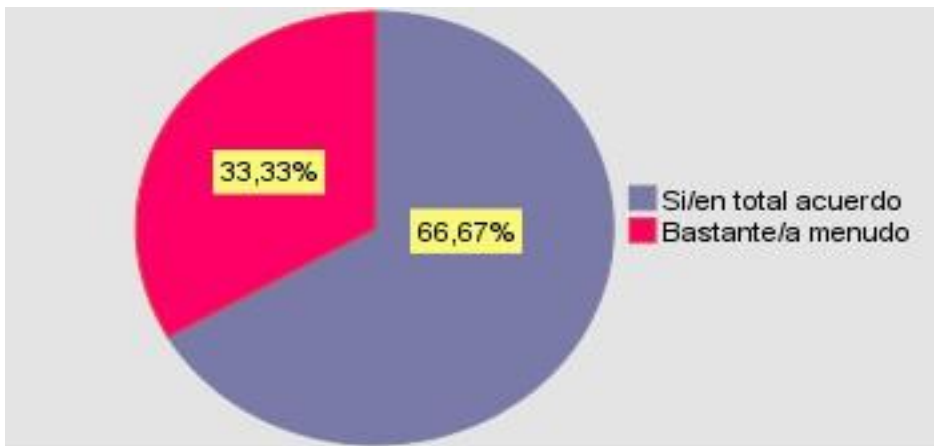


Figura 17. Visión con futuro

Fuente. Tabla 3

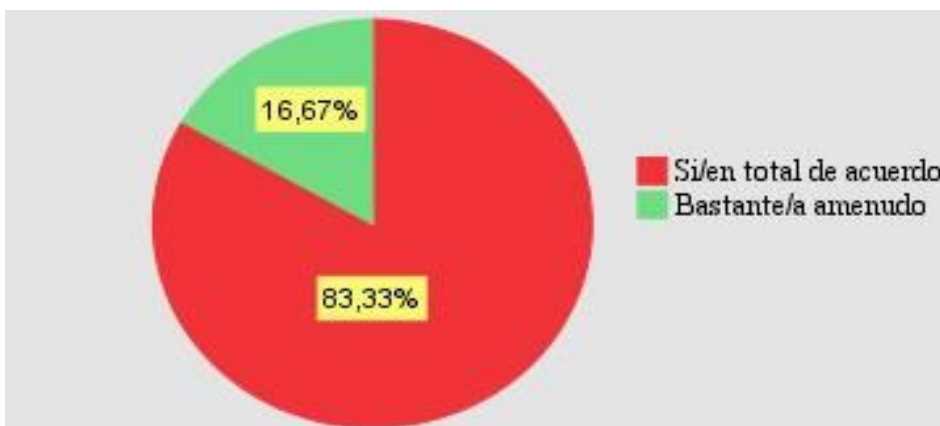


Figura 18. Motivación por conseguir objetivos

Fuente. Tabla 3