



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE LA CALIDAD
TOTAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO - RUBRO RESTAURANTES DEL CASCO URBANO DE
CHIMBOTE, 2016

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

AUTOR:

Br. ARANDA SERNAQUE JHON ERICK

ASESOR:

Dr. CENTURIÓN MEDINA REINERIO ZACARÍAS

CHIMBOTE-PERÚ

2017

JURADO EVALUADOR

Dr. Llenque Tume Santos Felipe

Presidente

Mgtr. Rebaza Alfaro Carlos Enaldo

Secretario

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

Miembro

AGRADECIMIENTO

A MI FAMILIA POR SU
APOYO,

Y A MI ASESOR DE TESIS
POR SU GUIA

DEDICATORIA

DEDICO ESTA TESIS A MIS PADRES Y A LAS PERSONAS QUE
HICIERON

POSIBLE ESTE LOGRO MUY IMPORTANTE EN MI VIDA

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016. La investigación se ha desarrollado utilizando la investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, luego de una investigación se encontró una población de 149 unidades económicas a la cual luego de aplicarle la fórmula para determinar el tamaño de muestra, se encontró una muestra de 27 microempresas, a las cuales se les aplico un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: **Respecto a los microempresarios:** El 40.74% de los encuestados tiene el cargo de administrador de la empresa y el 48.15% de los encuestados tiene de 6 a más años en el cargo **Respecto a las micro y pequeñas empresas:** El 59.26% de los restaurantes tiene de 1 a 5 trabajadores en el negocio y el 59.26% de los restaurantes fueron creados con la finalidad de crear ganancias **Respecto a gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total:** En el 88.89% de los restaurantes se establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar y en el 63% de los restaurantes se proporciona a sus clientes información acerca del proceso de preparación de alimentos. **Y llegando a la conclusión:** La mayoría de los representantes legales tienen de 6 a más años en el cargo (48.15%), en la mayoría de los restaurantes los trabajadores no son ni familiares ni amigos del propietario (44.45%) y se establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar, se realiza un seguimiento detallado de los problemas que se podrían darse en el proceso de preparación de alimentos (92.59%).

Palabras Clave: Microempresas. Gestión de Calidad, Calidad total.

ABSTRACT

The main objective of this research was: To determine the characteristics of quality management under the total quality approach in micro and small enterprises of the service sector - restaurants in the urban center of Chimbote, 2016, has been developed using the Research of the quantitative type, descriptive level, non - experimental - transversal design, after a research was found a population of 149 economic units to which after applying the formula to determine the sample size, a sample of 27 micro - Which were applied a questionnaire of 20 questions, using the survey technique, obtaining the following results: Regarding microentrepreneurs: 40.74% of respondents have the position of administrator of the company and 48.15% of the respondents have From 6 to more years in office Regarding micro and small enterprises: 59.26% of restaurants have 1 to 5 employees in the business and 59.26% of restaurants were created in order to create profits. Quality in the total quality approach: 88.89% of the restaurants establish the achievements, criteria and strategies which will be part of the service to be provided and 63% of the restaurants provide their customers with information about the process food preparation. To conclude: Most legal representatives have 6 to more years in the position (48.15%), in most restaurants workers are neither relatives or friends of the owner (44.45%) and establishes the Achievements, criteria and strategies which will be part of the service to be provided, a detailed follow-up of the problems that could occur in the food preparation process (92.59%) is carried out.

Key Word: - MSE. - Quality - Management, - Total Quality

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Hoja de firma del jurado evaluador	ii
3. Agradecimiento/Dedicatoria.....	iii
4. Resumen/Abstract	v
5. Contenido	vii
6. Índice de figuras, tablas y cuadros	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	01
II. REVISIÓN DE LITERATURA	07
2.1 Antecedentes	07
2.2 Bases teóricas	13
2.3 Marco conceptual	22
III. HIPOTESIS	28
IV. METODOLOGÍA	29
4.1 Diseño de la investigación.....	29
4.2 Población y muestra	29
4.3 Definición y operacionalización de variables	30
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
4.5 Plan de análisis	32
4.6 Matriz de consistencia.....	33
4.7 Principios éticos	34
V. RESULTADOS.....	35
5.1 Resultados	35
5.2 Análisis de los resultados	39
VI. CONCLUSIONES.....	43
Bibliografía.....	44
Referencias bibliográficas	44
Anexos.....	48

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas	Nº de Página
Tabla 1. Características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.....	43
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.....	44
Tabla 3. Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016... ..	45
Figuras	Nº de Página
Acerca del Gerentes y/o Representantes legales:	
Figura N° 1. (Tabla No.1) Edad del encuestado	60
Figura N° 2 (Tabla No.1) Sexo del encuestado	60
Figura N° 3 (Tabla No.1) Grado de instrucción	61
Figura N° 4 (Tabla No.1) Cargo dentro de la empresa	61
Figura N° 5 (Tabla No.1) Tiempo en el cargo	62
Acerca de las MYPES:	
Figura N° 6 (Tabla No.2) Años del restaurante en la actividad	62
Figura N° 7 (Tabla No.2) Número de trabajadores en el negocio	63
Figura N° 8 (Tabla No.2) Relación de los trabajadores con el dueño del restaurante	63
Figura N° 9 (Tabla No.2) Finalidad de la creación de la empresa.....	64

Acerca de la Gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total

Figura N° 10 (Tabla No.3) Se establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar.	64
Figura N° 11 (Tabla No.3) Realiza un seguimiento detallado de los problemas que se podrían darse en el proceso de preparación de alimentos	65
Figura N° 12 (Tabla No.3) Analiza de las posibles causas que generan problemas en el proceso de preparación de los alimentos	65
Figura N° 13 (Tabla No.3) Planifica soluciones a los problemas en el proceso de preparación de alimentos	66
Figura N° 14 (Tabla No.3) Implementa los cambios en la empresa para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos	66
Figura N° 15 (Tabla No.3) Ha establecido un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos.....	67
Figura N° 16 (Tabla No.3) Ha registrado el nombre de su establecimiento en Indecopi	77
Figura N° 17 (Tabla No.3) Aspectos de la calidad de los insumos que considera más importante.....	68
Figura N° 18 (Tabla No.3) Observa constantemente cómo opera y si se están alcanzando los objetivos en el proceso de preparación de alimentos	68
Figura N° 19 (Tabla No.3) Proporciona a sus clientes información acerca del proceso de preparación de alimentos	69
Figura N° 20 (Tabla No.3) Aspectos de la mejora continua en las que se centra su restaurante.....	70

I. INTRODUCCIÓN

La calidad en el servicio que brindan los restaurantes y/o microempresas que comercializan alimentos preparados, es indispensable a fin de salvaguardar la salud de los consumidores, cumplir los principios de la calidad total en estos negocios permite redundar en un mejor producto brindado al comensal satisfaciendo la necesidad por la cual acudió al restaurante.

La Calidad total involucra todas las áreas de la empresa, desde entrada de insumos hasta salida de productos, pasando por la determinación del nivel de satisfacción del cliente, la presente investigación busca dar respuesta a la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016?

Es vital para las micro y pequeñas empresas del rubro en estudio (restaurantes) dar respuesta a la interrogante planteada, debido a que la gestión de calidad, además de abarcar todos y cada una de las áreas de la empresa, incluye planes de la empresa en el mediano y largo plazo, es decir a donde vamos, lo cual permite a la empresa orientarse a objetivos claros y reales.

Para realizar esta investigación, primero se determinó el área de estudio, luego se determinó el número de restaurantes del casco urbano de la ciudad de Chimbote, para luego realizar un diagnóstico de la situación de estas micro y pequeñas empresas, luego el análisis de resultados con su respectiva contrastación con otros estudios y finalmente las conclusiones de la investigación.

La presente investigación está enmarcada en la línea de investigación de la escuela profesional de administración (EPA), que involucra a la variable Gestión de calidad en las micro y pequeña empresa, y con sus conclusiones brindar información que mejorará el desempeño de las micro y pequeñas empresas en estudio.

El Perú es uno de los países con altas tasas de emprendedores, generalmente los miembros del entorno familiar son aquellos que forman parte del negocio, esto se origina porque los

ingresos familiares no les permiten satisfacer sus necesidades, por lo cual inician estos negocios:

“El Perú es un país de emprendedores, estamos entre los puestos más altos en Latinoamérica, el emprendedor es aquella persona que tiene una idea, que la percibe como una oportunidad y hace todo bajo su poder para hacerla realidad, en el Perú, las micro y pequeñas empresas (MYPES) aportan, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno, son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país” (Marcelo, F. & Vila, V.; 2016).

Entre estos emprendimientos podemos ver a los restaurantes, que dado el boom de la comida peruana tienen aceptación en el mercado, sin embargo esta realidad de emprendimiento se da en diversos países, siendo estos pequeños negocios, en muchos casos, el único sustento del grupo familiar.

“A nivel internacional, especialmente en España 9 de cada 10 restaurantes que abren tienen que cerrar, imagínate que en un restaurante no tienen ninguno de estos problemas porque la comida es exquisita, los camareros son de lo más simpáticos, los precios razonables y el local te invita a quedarte toda la tarde, el fracaso se daría porque no habría sabido aprovechar todas las herramientas de marketing gastronómico que tiene para conseguir más clientes. No ha controlado de forma eficiente sus costes y cada día ha ido perdiendo dinero hasta que no le ha quedado más remedio que cerrar” (Silva, E., 2014).

Para poder perdurar en el tiempo, estos emprendimientos llamados restaurantes deben mantener un producto constante, que no se cambie en el tiempo, que no disminuya su calidad, a fin de conquistar nuevos paladares y fidelizar a los antiguos.

“Los buenos restauradores debieran tener como guía de su actuación la búsqueda e identificación de aquel producto que constituya el eje central de la condimentación a realizar, que nunca debiera tapar o disimular el sabor original, hemos de tener cuidado con la creatividad, la realidad es que no todo el mundo ha sido llamado para tener y desarrollar las aptitudes de una adecuada creatividad, que ciertamente exige unos conocimientos de alto nivel (con el esfuerzo que implica el obtenerlos)

para que el resultado final sea el óptimo. De no ser así, la creatividad mal entendida puede jugar en contra de la calidad” (Merejil, M., 2013).

El mantener la calidad de los productos elaborados por los restaurantes implica atenerse a reglas y procedimientos, sin embargo estos procedimientos le permitirán a la empresa lograr la ansiada calidad total en beneficio tanto propio como de sus clientes.

“En Bolivia, se define la Calidad total y competitividad para lograr el éxito en Bolivia: Lo ideal es ser una empresa participativa, considerar que a nivel de empresa se informe y consulte a los trabajadores sobre estrategias y rendimiento de la empresa: la formación es parte integral del trabajo. los trabajadores participan en el éxito de la empresa, las responsabilidades se delegan a niveles inferiores, hay mecanismos eficaces para arreglar conflictos, una cooperación abierta entre los departamentos funcionales (ventas, producción), el concepto de la “empresa en la empresa” o “mini fábrica” funciona, es recomendable un comedor y otros servicios sociales para todos. En unidades productivas, fomentar el trabajo en equipo; los trabajadores eligen su coordinador de equipo, remuneración por equipo, planificación y conformación del trabajo (determinación de operados estándar) y control de calidad por el equipo, las MYPES pueden ser competitivas, pero la calidad está en los ojos del cliente, no en los del vendedor, fabricante o productor. La MYPE debe satisfacer las necesidades de mercado y que sus especificaciones de producto (confiable, duradero y bueno) satisfagan al cliente, pero depende de la importancia y fomento a la calidad que den las instituciones públicas y privadas para que través de charlas y seminarios como los que promueve Nueva Empresa, mucho más emprendedores la pongan en práctica” (Aramayo, R., 2011).

Sin embargo, estas microempresas carecen de diferentes herramientas de gestión, o es por omisión o es por desconocimiento, es por ello que Terrones, L. (2013) menciona que “en los últimos años, el crecimiento de estas MYPES ha sido importante para el dinamismo de la economía, sin embargo, hay otras que aún deben recibir asesoría en temas como determinación de costos, gestión de calidad y competitividad, elaboración de plan de negocios, entre otros”.

De igual manera vemos que en el Perú el tema de la calidad en las micro y pequeñas empresas está en mucha desventaja a comparación de los países de la región.

Por lo cual, la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) publicó hoy la Política Nacional para la Calidad, en la que "se reconoce que las empresas de Colombia y Chile tienen una enorme ventaja respecto a las empresas peruanas en su capacidad de gestión, teniendo en cuenta el número de empresas certificadas en sistemas de gestión basados en estándares reconocidos internacionalmente, si bien el Perú mostró un importante crecimiento económico en las últimas dos décadas, para que este ritmo de crecimiento se mantenga, el Perú requiere, entre otros aspectos, aumentar la competitividad y productividad de las empresas, donde incentivar la cultura de la calidad que garantice estándares para los servicios y productos que se ofrecen a los mercados, se convierte en un factor crítico, en ese sentido, la cultura de la calidad es un factor relevante para los procesos de innovación del sector empresarial del país pero no se ha fomentado de manera integral una cultura de ese tipo por parte de las instituciones públicas y privadas, añade que en la práctica, la ausencia de una coordinación en el funcionamiento de la calidad como sistema ha dado lugar, entre otros aspectos, a la existencia de reglamentos contradictorios cuya fiscalización no ha podido concretarse en los hechos, debido a una escasa intervención de las autoridades sectoriales competentes para verificar el cumplimiento de los requisitos de seguridad por parte de los productos" (Diario Gestión, 2014).

En la Región Ancash la gestión de las empresas dista mucho de ser de calidad, esto como consecuencia de la carencia de personal capacitado, acceso a herramientas, altos costos de la tecnología entre otros factores.

"En la ciudad de Huaras se encontró que en diversos establecimientos los encargados brindan una pésima atención y no garantizan calidad en el servicio ni preparación de alimentos, la Municipalidad Provincial de Huaraz en coordinación con el Comité Multisectorial realizó un operativo inopinado a chifas y restaurantes, en los cuales se encontró graves deficiencias en el cuidado y manipulación de los insumos con los que se preparan los alimentos, además, se procedió con el

decomiso de utensilios de cocina entre ollas, cucharones, recipientes y estantes; esto con la finalidad que los locales intervenidos puedan adquirir nuevos utensilios con el objetivo de mejorar la calidad de atención a los comensales” (Diario Huaraz en línea, 2015, Martes, 22 Septiembre 2015 - 9:30am)

Mientras tanto en la ciudad de Chimbote, específicamente en el casco urbano de la ciudad, existen micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro restaurantes que no gestionan sus emprendimientos enfocados en elaborar sus productos con calidad, ni se gestiona con calidad estos emprendimientos, generando problemas de salud para los clientes y problemas legales para los propietarios debido a las demandas por mala manipulación de los alimentos e intoxicación, es por ello que se hace la siguiente investigación para lo cual nos planteamos el siguiente problema de investigación ¿Cuáles son las principales las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016?

Para resolver la pregunta que atañe esta investigación, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016, además para lograr el objetivo general se han planteado los siguiente objetivos específicos:

- Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.
- Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.
- Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.

La presente investigación se justifica desde el punto de vista teórico, porque permitió comparar las teorías acerca de la gestión de calidad y la calidad total en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el casco urbano de la ciudad de Chimbote; lo cual se complementó con el marco conceptual con los resultados obtenidos en la investigación a fin de darle rigor científico.

Los resultados de la investigación servirán como un marco orientador a las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el casco urbano de la ciudad de Chimbote; en la toma de decisiones respecto a la gestión de calidad, además para la comunidad académica servirá como fuente de información a los futuros investigadores de la especialidad, finalmente los hallazgos servirán como fuente de información en la solución de problemas prácticos a los que se enfrentan las micro y pequeñas empresas diariamente.

Desde el punto de vista metodológico, el recojo de información de fuentes primarias (encuestas) permitirán realizar una contrastación bajo las normas académicas exigidas en la universidad, determinando las características y situación en las que se desenvuelven estas micro y pequeñas empresas en su rubro y como afecta su periodo de vida.

Además permitirá determinar que las MYPES del sector servicios usan documentos normativos, políticas, estrategias, acciones, tienen metas, poseen objetivos, realizan evaluaciones y todo lo necesario para aplicar una gestión de calidad en base de la planeación, organización, dirección, coordinación y control en sus procesos y recursos, orientándolos a la eficacia, eficiencia y efectividad.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes.

Se han efectuado consultas en diversas bibliotecas especializadas en administración y se logró encontrar los siguientes estudios similares o que han tratado el tema de manera genérica:

Blanco, J. (2009) en su investigación titulada “Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor”, cuyo objetivo general fue medir la satisfacción del cliente del restaurante Museo Taurino, y formular estrategias de servicio para la creación de valor, obtuvo los siguientes resultados: Existe una diferencia de un 52% en relación con la variable de las instalaciones y si son atractivas a la vista o no, el 47% de la población opino que los empleados que los atendieron si tenían un aspecto pulcro y el 53% opina lo contrario, la mayoría de los clientes están satisfechos con la rapidez que del servicio brindado por los empleados, además de este ser un excelente servicio, también es bastante rápido, aproximadamente un cliente se demora en entrar y salir del restaurante 45 minutos, los empleados del restaurante son personas muy cordiales y amables, en relación con la atención brindada, los clientes están en un gran porcentaje satisfechos (89%) , solo un 11% no lo está, en relación con las necesidades específicas de cada cliente, los colaboradores saben en la mayoría de los casos (82%) que necesita cada cliente, el 93% de la población encuestada, opina que los empleados si generaron la confianza necesaria al momento de ser atendidos, el 98% de los clientes aseguran que los empleados tienen un conocimiento suficiente para responder sus dudas, los clientes en un 90% aceptaron que el restaurante cumplió con lo prometido en relación con el servicio que les otorgo al momento de servirles y la mayoría del público (92%) piensa que el servicio se brinda de una manera rápida.

Y se concluye que a través del desarrollo de esta investigación, se demostró que el servicio al cliente es muy importante en cualquier organización, un buen servicio lleva consigo grandes consecuencias para la organización en todo aspecto. No solo se dará a conocer, o podrá adquirir el liderazgo en relación con la competencia, sino que las partes que la componen y sus stakeholders se verán directamente afectados también.

Pérez, C. (2014) en su investigación titulada “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC, Chiclayo periodo enero a setiembre 2011 y 2012”, cuyo objetivo general fue evaluar la Calidad del Servicio al Cliente para mejorar los Resultados Económicos y Financieros de la Empresa Restaurante Campestre, obtuvo los siguientes resultados: La población que fue encuestada se encontró conformada por el 50% de sexo femenino y el 50% de sexo masculino, la población encuestada respondió que su preferencia por asistir a un restaurante campestre es para pasar un día familiar con un 45% y disfrutar de un ambiente natural con 41 %, la respuesta de los encuestados acerca de si los platos son preparados y atendidos rápidamente, opinaron que se encuentran satisfechos el 40%, y el 33% de los encuestados se encuentran insatisfechos con la preparación y la atención de los platos, respecto a la atención brindada en el restaurante se ha ido mejorando en el último año, los clientes respondieron que se encuentran satisfechos en un 48% con el avance logrado por la empresa, y el 38% aún se encuentra insatisfecho, para platearse como meta la fidelización del cliente, es necesario conocer la opinión de éste, con la finalidad de mejorar y poder lograr la satisfacción completa de los consumidores; estos respondieron que el 56% se encuentra satisfecho con los servicios que ofrece la empresa y el 24% se encuentra completamente satisfecho.

Y se llegó a la conclusión que la empresa ofrece un servicio bueno, atiende moderadamente las necesidades de sus clientes, sin embargo puede mejorar la prestación de su servicio para adelantarse a los requerimiento y así superar las expectativas del cliente, mientras la empresa ofrezca un mejor servicio los ingresos aumentarán mejorando sus resultados económicos.El servicio al cliente en la empresa se encuentra en un nivel aceptable de prestación de un servicio, debido a las mejoras que ha ido implementando de un periodo a otro, la empresa es consciente que los clientes de hoy son más exigentes, y se requiere de una mayor preparación para la atención al cliente personalizada, a una excelente atención al público esto repercute en los ingresos de la empresa y esta pueda lograr una fidelización con los clientes por el servicio que presta. La infraestructura interviene visualmente en las decisiones de los clientes, la percepción de un ambiente limpio y cuidado crea un vínculo favorable entre la empresa y sus clientes, la empresa obtuvo en los resultados una satisfacción positiva de los usuarios por la infraestructura pero aún le falta organizar bien al

personal para realizar la limpieza correspondiente, los gastos para mantener este ambiente natural limpio son considerables pero influyen en las decisiones de los usuarios y aumentan la calidad del servicio al cliente. Otro factor que involucra la calidad del servicio al cliente son los insumos los cuales la empresa debe procurar mantener controlados desde su compra hasta su utilización para evitar problemas en la preparación de los platos de comida.

Ríos, M. (2014) en su estudio sobre “Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de Huanchaco, año 2014”. La presente tesis tiene como objetivo general Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014, llegando a las siguientes conclusiones:

- Los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención, que según lo encuestado nos arroja un 50% y un 25 % tanto para la preparación de alimentos como también las instalaciones de dichas MYPES.
- La gestión de calidad es importante para la organización, reflejándose esto en un 85% y un 15% no considera q la gestión de calidad es importante para la empresa.
- De los 20 restaurantes encuestados, 15 de ellos que representa a un 75% respondieron que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad.
- Un 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado y un 20% no se siente satisfecho
- El 85% de los representantes legales de las MYPES encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad.
- Un 80% de los representantes legales de las MYPES encuestados, respondieron que la materia prima es de calidad y está en óptimas condiciones para su consumo.

Llegando a las siguientes conclusiones: En cuanto a las principales características de las MYPES; el tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las MYPES son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%, en cuanto a la gestión de calidad: Del estudio realizado se concluye que el 50% d los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco , afirman que los

principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención ; el 85% respondieron que la calidad es importante para la organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad.

Huallpahuaque, G. (2015) en su investigación titulada Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de dos tenedores, Huaraz 2014, cuyo describir las principales características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante de dos tenedores en el Distrito de Huaraz, 2015, obtuvo los siguientes resultados:

Respecto a los datos generales del encuestado:

- El 33,3% manifiestan tener de 36 -45 años de edad, el 51,5% manifiestan ser mujeres y el 33.3% cuentan con estudios superiores universitarios.

Respecto al Ciclo de PHVA:

- El 52,38% de gerentes encuestados, señalan que no aplican la mejora continua en el proceso de elaboración de alimentos. El 38,10% de gerentes encuestados, señalan que logran un buen resultado lo hacen de manera oportuna en base los resultados el mayoría de los gerentes manifestaron que hay una inadecuada establecimiento de objetivos dentro de la empresa. El 38,10% de gerentes encuestados, afirman que son indiferentes en cuanto el seguimiento detallado de los problemas que se generan en el proceso de preparación de alimentos.
- El 42,86% de gerentes encuestados, manifiestan que no identifican los problemas que se puede presentar en la empresa.
- Un 33,33% de gerentes encuestados responden que lo realizan de una manera informal sobre determinados procesos, el 33,33%, de gerentes encuestados manifiestan que no es necesario realizar los cambios para incrementar la productividad en el proceso de preparación de alimentos para incrementar la productividad, el 42,86% de gerentes encuestados, responden que no es necesario el sistema de medición porque tengo

amplia experiencia, en cuanto al establecimiento de un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos.

- El 33,33% de gerentes encuestados, señalan que son indiferentes respecto a la entrega de información sobre el proceso de preparación de alimentos.

Y se llegó a las siguientes conclusiones, que la mayoría de los empresarios encuestados de las micro y pequeñas empresas del sector servicio -rubro restaurantes de dos tenedores del Distrito de Huaraz, tienen de 36 -45 años de edad, son mujeres emprendedoras, con estudio superior universitario, la gestión de calidad, parte esencial de esta investigación es entendida como la aplicación de la mejora continua y la realización de cambios en el proceso, fundamental en aquellas organizaciones que quieren fijar su visión y obtener una posición reconocida y continuada en el tiempo. Es por eso que el objetivo principal de esta tesis fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios -rubro restaurantes de dos tenedores en el distrito de Huaraz; en respuesta a este objetivo los resultados nos muestran que el mayor porcentaje de los empresarios no aplican el ciclo de PHVA en la estructura operacional de la organización.

Sánchez, R. (2015) en su investigación titulada “Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “El Encuentro” de la ciudad de Huaraz, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, 2013”, cuyo objetivo fue evaluar la calidad del servicio del restaurante “El Encuentro” de Huaraz a través del cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2013., obtuvo los siguientes resultados:

- El restaurante “El Encuentro” tiene como área de mejor desempeño la gestión de servicios y su equipamiento e infraestructura, pues, cuentan con 80 % y 77 % de estándares cumplidos, respectivamente; mientras que el área con el desempeño más bajo es la de gestión administrativa, en la cual se presentan varias deficiencias al no cumplir con los estándares principalmente en lo referente a planificación y organización.

Y llegando a las siguientes conclusiones que el personal que conforma el equipo de trabajo de la empresa no cuenta con la preparación necesaria para desempeñarse en un restaurante, respecto a la gestión administrativa; éste es uno de los puntos más débiles en el restaurante

“En Encuentro”, ya que cumple solo con la mitad de los estándares recomendados para tener una dirección óptima, en cuanto al equipamiento e infraestructura, el restaurante “El Encuentro” cumple con la mayor parte de estándares, un 77% de estándares se cumplen en la empresa, demostrando así las buenas prácticas en este ámbito, lo que se evidencia en las instalaciones de la empresa, las que gozan de calidad, al tener un comedor, cocina, servicios higiénicos, oficina y exterior con las características necesarias para atender de forma adecuada a los clientes, en cuanto a la gestión del servicio del restaurante “El Encuentro”, se cumple un 80% de los estándares, lo que muestra que la calidad de servicios que se brindan en la empresa es alta, pues se toma en cuenta y se tiene gran cuidado en el servicio, desde la adquisición y manejo de insumos, su preparación, hasta que el producto llega al cliente y éste se retira del local, respecto a la gestión medioambiental del restaurante “El Encuentro”, los estándares son cumplidos parcialmente, ya que si bien se toma en cuenta prácticas para el ahorro de energía y agua en la empresa, en cuanto a la gestión sociocultural del restaurante “El Encuentro”, se cumple con casi un 80% de los estándares, lo que muestra un alto grado de compromiso con la comunidad y su cultura por parte de la empresa, al ser evaluado de forma global, el restaurante “El Encuentro” cumple con un porcentaje bastante significativo; 70% de los estándares son cumplidos en la empresa, lo que hace de ésta una empresa que brinda un servicio y productos de calidad a sus clientes; es importante sin embargo, tomar en cuenta que aún faltan varios aspectos por mejorar, principalmente en lo referente a la gestión administrativa y a la gestión medioambiental.

Luna, K. (2016) en su investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013”, cuyo objetivo general fue determinar las principales características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013, obtuvo los siguientes resultados:

- El 60,9% son de género masculino.
- El 52,2% tienen una edad entre 18 y 30 años de edad.
- El 47,8% tiene un grado instrucción universitaria. El 43,5% de los representantes tiene 3 años en actividad

- El 65,2% de las MYPES trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores.
- El 100% de las MYPES encuestadas no cuentan con estándares de calidad ISO El 60,9% de los encuestados aseguran que aplican una gestión de calidad.
- El 56,5% ponen en práctica como técnica de gestión la mejora continua.
- El 78,3% realiza capacitaciones orientadas al servicio.
- El 39,1% de los empresarios consideran que el precio es la prioridad de sus compras ante sus proveedores.

Y llegando a las siguientes conclusiones que la mayoría (60,9%) de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, son de género masculino, la mayoría absoluta (52,2%) tienen la edad entre 18 a 30 años, la mayoría relativa (47,8%) tiene el grado de instrucción universitaria y la mayoría relativa (43,5%) cuenta como administrador 3 años en el rubro, la mayoría absoluta (69,6%) de las micros y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote están formalizadas, la mayoría absoluta (65,2%) se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, pero en su mayoría absoluta (65,2%) mantienen a sus trabajadores en condición informal, la totalidad de empresarios del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, pero la mayoría (60,9%) aplican una gestión administrativa lo cual la mayoría absoluta (56,5%) los ha llevado adoptar una técnica de mejora continua, la mayoría absoluta (78,3%) realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, la mayoría relativa (39,1%) tienen prioridad el precio ante sus proveedores.

2.2. Bases Teóricas

La Ley N° 30056 (2013), modifica aspectos importantes de la anterior ley, los cuales dan facilidades a las micro, pequeñas y medianas empresas, modificando las principales características de las micro y pequeñas empresas (MYPE)

Según la ley de desarrollo constitucional de la micro y pequeña empresa las micro y pequeñas empresas son las unidades económicas constituidas 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.

1. Ya no se definirá el tipo de empresa por su número de trabajadores sino solo por el tamaño de sus ventas. De este modo una microempresa podrá contratar más personas que las diez a las que antes estaba limitada. Desde ahora una microempresa será la que tiene ventas anuales hasta por un máximo de 150 UIT (S/.555 mil) y una pequeña empresa la que vende entre 150 UIT (S/.555 mil) y 1.700 UIT (S/.6'290.000).
2. Durante los tres primeros años, desde su inscripción en el REMYPE, las nuevas empresas no serán sancionadas al primer error si cometen una falta laboral o tributaria, sino que tendrán la posibilidad de enmendarlo sin tener que pagar multas. Esta norma no se aplicará cuando en un lapso de 12 meses la empresa incurra en la misma infracción en dos o más oportunidades.
3. Si una microempresa supera el monto de ventas que manda la ley podrá tener plazo de un año para pasar ya como pequeña empresa al régimen laboral especial que le correspondería. De igual modo, si una pequeña empresa vende más de lo establecido tendrá hasta tres años para pasar al régimen general.
4. Las pequeñas, medianas y microempresas que capaciten a su personal podrán deducir este gasto del pago del Impuesto a la Renta por un monto máximo similar al 1% del costo de su planilla anual.
5. El REMYPE, que permanece hoy bajo la administración del Ministerio de Trabajo, pasará a la SUNAT.
6. Las empresas individuales de responsabilidad limitada podrán estar en el Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo Rus) que antes solo estaba dirigido a las personas naturales. Con esto tendrán algunos beneficios tributarios.
7. En cuanto a las compras estatales, las instituciones tendrán a partir de la vigencia de la ley como máximo 15 días para pagarles a sus proveedores MYPES. El Estado tiene la obligación de comprarle a las MYPES al menos el 40% de lo que requiere.

Con esta modificación se beneficia a las MYPE haciéndolas más atractivas a ser formalizadas, con los consiguientes beneficios económicos y tributarios.

La ISO (2015) define a un sistema de Gestión de la Calidad de la siguiente manera:

La organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar de forma continua el Sistema de Gestión de la Calidad, incluyendo los procesos necesarios y sus interacciones, en concordancia con los requisitos de esta Norma Internacional.

La organización debe acordar los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad y su aplicación a través de la organización, y debe:

- a. Establecer las entradas requeridas y las salidas esperadas de tales procesos.
- b. Determinar tanto la secuencia como la interacción de estos procesos
- c. Determinar y aplicar los criterios y métodos necesarios para asegurar la eficacia de la operación y el control de estos procesos.
- d. Estipular los recursos necesarios para estos procesos y asegurar que están disponibles.
- e. Asignar responsabilidades y autoridades para estos procesos.
- f. Manejar los riesgos y oportunidades determinados.
- g. Evaluar tales procesos e implementar los cambios necesarios para asegurar que estos procesos logran los resultados previstos.
- h. Mejorar los procesos y el Sistema de Gestión de la Calidad.

En la medida en que sea necesario, la organización debe:

- a. Mantener información documentada con el objetivo de apoyar la operación de sus procesos.
- b. Conservar la información documentada para tener la certeza de que los procesos se ejecutan acorde con lo planificado.

Aquí se pone de manifiesto la gestión por procesos, que es uno de los aspectos en los que ISO 9001:2015 pone especial énfasis.

En relación a ello la organización debe concretar los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad y su aplicación.

Incluye 8 requisitos que la organización debe determinar en relación al enfoque basado en procesos, tales como:

- Insumos necesarios y resultados esperados de estos procesos.
- Recursos necesarios y su disponibilidad.

- Riesgos y oportunidades y planificar y ejecutar las acciones apropiadas para hacerles frente.
- Oportunidades de mejora de los procesos y el sistema de gestión de la calidad.

Esta actualización de la norma ISO 9001 lo que permite es darle las líneas básicas a las empresas a fin de ser gestionadas enfocadas en la calidad, a fin de mejorar sus productos, personal, reducir costos y satisfacer las necesidades de los clientes.

Con respecto a la calidad total, Font, F. (2013) en su artículo titulado “la Calidad en el Servicio” conceptualiza y menciona las características a considerar en la calidad en el servicio.

“Entendemos por calidad en el servicio como el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio destinadas a satisfacer a nuestros clientes”. Podemos decir que:

“Calidad=Satisfacer las expectativas del cliente”

En nuestro restaurante es importante obtener las máximas satisfacciones con el mínimo coste posible. Teniendo en cuenta estas afirmaciones, definiremos cuales son los aspectos que determinan la expectativa de un cliente: Una empresa diseña un producto o servicio con unos estándares de calidad y teniendo en cuenta:

- El destinatario.
- Las expectativas del usuario.
- Que esté adaptado al cliente.

Para ello debemos conocer bien las características y preferencias de nuestro público, al mismo tiempo que tenemos que poseer iniciativa y creatividad suficiente para poder modificar aspectos del servicio en función de reacciones y demandas inesperadas. Hay que saber que las expectativas de nuestros clientes vendrán determinadas por:

- Sus necesidades: Un cliente acude a un establecimiento en función de lo que espera recibir de este. No tendrán las mismas necesidades los usuarios que van a un restaurante de comida rápida, que otros que frecuenten uno tipo Gourmet.

- Experiencias previas: Una buena experiencia predispondrá al cliente para tener una actitud positiva cuando acuda a un establecimiento. Por el contrario, si ha vivido alguna situación desagradable, hará que esté a la defensiva y esta actitud condicionara su opinión final. Podemos decir que su listón de exigencia será más elevado.
- Atención del personal: Muy importante este aspecto, ya que una buena actitud y profesionalidad en el servicio por parte de nuestros empleados, será determinante para lograr la plena satisfacción de nuestros clientes
- Coste del producto: Sin mermar la calidad debemos ofrecer un coste ajustado y que sea proporcional al servicio que el usuario recibe.

Se ha de tener en cuenta que cada cliente hará una valoración muy personal del establecimiento y que estará condicionada por factores como nivel socio-cultural, económico y otros motivadas por el entorno en el que se recibe el servicio como el familiar, profesional. Es cierto que existen unos estándares de calidad válidos para la mayoría de clientes, pero debemos tener en cuenta que la percepción no será igual para todos los usuarios de un mismo servicio o producto Por otro lado, existen diferentes aspectos a la hora de atender a nuestros clientes y que son determinantes para ofrecer una buena ‘calidad de servicio’. Entre ellos están:

- Fiabilidad y competencia: Nuestra formación y experiencia nos ayudará a realizar un servicio con confianza y de resultado exitoso
- Capacidad de respuesta: Mostraremos disponibilidad para ofrecer un servicio rápido a los clientes, informándoles y aconsejándoles de manera eficaz –
- Accesibilidad: Nuestros clientes aprecian que nos mostremos próximos a ellos. Debemos darles facilidades para que establezcan contacto con nosotros.
- Empatía y cortesía: Debemos cuidar aspectos como la atención, la receptividad, la consideración, el respeto i la amabilidad hacia el cliente. 44
- Comunicación eficaz: Hemos de saber escuchar y mantener informado al cliente mediante un lenguaje claro y mensajes coherentes.

- Credibilidad: La veracidad, objetividad y honestidad a la hora de ofrecer el servicio, son determinantes para ofrecer una buena calidad del mismo. Nunca debemos defraudar la confianza de nuestros clientes
- Seguridad: Tenemos que ofrecer un servicio que esté libre de incertidumbres. Hemos de dar la sensación al usuario de que está en buenas manos. - Comprensión del cliente: nos hemos de esforzar para conocer al cliente y sus necesidades.

Es muy importante entender que aunque no lo deseemos, siempre hay equivocaciones, las cuales son intrínsecas en el ser humano., a pesar que realicemos un procedimiento de trabajo adecuado, con unos procesos determinados y unas funciones bien definidas, la posibilidad de error existe, ante una situación así, no buscaremos culpabilidad sino responsabilidad, porque la idea es evitar situaciones de error que son repetitivas y que están enquistadas en nuestra operativa de trabajo.

En la literatura hemos podido encontrar la investigación de Bonilla, J. (2009) quien en su libro titulado “Gestión de la calidad total en el servicio público” conceptualiza y teoriza acerca de la Calidad Total de la siguiente manera

“El concepto de calidad total es amplio y dinámico. En principio, está ligado a la satisfacción total del consumidor, buscada tanto de forma interna (eliminando los factores que no agradan al consumidor según investigaciones de mercado realizadas), como externas (a través de la anticipación de la necesidades del consumidor, incorporándose las características detectadas en los productos y servicios)”.

Se reconoce que la calidad total está compuesta por cinco dimensiones

- a. Calidad intrínseca del producto (o servicio). En sentido amplio, se relaciona específicamente con las características inherentes al producto (o servicio) y por eso el nombre de intrínsecas, capaces de dar satisfacción al consumidor. En el caso del servicio público, esto implica una serie de aspectos tales como: ausencia de defectos, fallas o errores, adecuación al uso, características agradables al usuario, confiabilidad, previsibilidad, etc. Estas características pueden ser medidas a través de indicadores, tales como número de facturas erradas, tasas de infección

hospitalaria, de reclamaciones, de cortes en el abastecimiento de agua o luz, magnitud de desperdicios, etc.

- b. Costo del producto o servicio. Se refiere básicamente al costo de producción, tanto al costo final como a los intermediarios (insumos, mano de obra, transporte, etc.). Pero según Campos (1992) el precio es también importante pues “él debe reflejar la calidad. Se cobra por el valor agregado”. Naturalmente que cuanto menor sea el precio del producto o servicio, mayor será la satisfacción del consumidor. Pero eso no implica en una relación lineal perfecta. Ocurre que un elemento fundamental es el concepto de valor, o sea lo que el consumidor estaría dispuesto a pagar por el producto (o servicio) Por lo tanto, su precio deberá llevar en cuenta el valor que el producto tiene para el usuario. Lo ideal es que el precio sea igual o algo menor al valor establecido. Ejemplos de esta dimensión son: costo de elaboración de un estudio o proyecto, costo de materiales (papel, tinta), costo de capacitación de funcionarios, entre otros.
- c. Atención. El cliente debe recibir el producto en el plazo cierto, en el local cierto y en la cantidad cierta. Además de eso debe ser atendido con buena voluntad, cortesía y amabilidad. Algunos indicadores podrían ser: atraso en la entrega de documentos o correspondencia, atraso en la entrega de material fotocopiado, demora en la atención al usuario.
- d. Seguridad. Es fundamental que el producto o servicio no amenace la salud física o psicológica del usuario.
- e. Disposición. Se refiere a la motivación que los empleados de la empresa manifiestan. Una de las formas de evaluar la disposición es a través del nivel de ausentismo. Según Campos (1992), para que ocurra motivación en las organizaciones, estas “deben esforzarse en pagar bien los empleados, respetándolos como seres humanos y dándoles oportunidad de crecer como personas y en el trabajo, viviendo una vida feliz”.

Además existen motivos por los que se debe implantar la calidad total en las empresas Hay tres tipos básicos de motivos:

- a. Motivos pasados. Ellos pueden ser resumidos en uno: las organizaciones están perdiendo muchísimo dinero desde hace mucho tiempo y perderán más cada año

que pasa hasta cerrar sus puertas, si no mudan su óptica a tiempo. Esta pérdida está representada, básicamente, por los costos de la mala calidad. Estos costos son de la más variada naturaleza. En verdad, toda organización debería hacer una auditoría para saber cuánto es que ella pierde por continuar su modo usual de administrar. Sólo para tener una idea, estas pérdidas alcanzan – en general – alrededor de un tercio o más de las entradas (en el caso de la industria), cuando los costos necesarios para la calidad deberían ser de, como máximo, 3% de aquel.

b. Motivos actuales. La presión social está aumentando sobre las organizaciones. Los principales síntomas son:

- Leyes de defensa del consumidor.
- Reducción de tasas aduaneras.
- Leyes de protección ambiental.
- Disposiciones legales sobre distribución de lucros.
- Exigencias de normas y padrones internacionales (ISO 9000, ISO 14000).
- Adopción de calidad total en empresas competidoras, nacionales e internacionales.

c. Motivos futuros (inmediatos). Estos motivos también son de la más variada naturaleza, tales como:

- Desarrollo acelerado de mercados comunes, en los cuales las empresas que no se adapten a las nuevas modalidades de mercado no tendrán como sobrevivir. Hoy día muchas empresas públicas están compitiendo con las privadas por sus servicios.
- Aplicación acelerada de la filosofía y de las técnicas de la calidad total en las organizaciones del mismo ramo, reduciendo en forma drástica sus costos; de modo que se vuelven más y más competitivas.
- Aumento acelerado de la concientización del ser humano, debido al rápido desarrollo de su hemisferio cerebral derecho, siendo que hasta ahora utilizamos casi exclusivamente el izquierdo. Los usuarios ya no se conforman con “lo que hay” y cada vez exigen productos y servicios de buena calidad.

Otro problema, de fundamental importancia, es el de los números tangibles y de los números intangibles. Los primeros son bien conocidos por todo administrador, los otros son ignorados porque hacen parte del futuro, pero ellos son construidos con nuestra acción presente. Uno de estos números intangibles tiene relación con lo que ocurre cuando un cliente está satisfecho con nuestro producto (y en esa satisfacción deben estar involucrados todos los sectores de la empresa, actuando con elevados padrones de calidad, de modo que por eso se habla en calidad total), y otro número intangible está relacionado a lo que ocurre cuando el cliente está insatisfecho con nuestro producto.

Sin embargo surge la pregunta ¿Cómo implantar la calidad total?, para lo cual se da respuesta de la siguiente manera:

No hay un modelo único, dogmático e inmodificable para implantar la calidad total. Cada consultor tiene su propio esquema, pero existen — sin duda — algunos puntos esenciales que no pueden ser omitidos. Ellos son presentados en una concentrada relación de diez asuntos, a saber:

- a. El Principal debe asumir públicamente la implantación de la calidad total en la empresa, dirigiéndola como un proceso gradual — pero definitivo — parecido con una bola de nieve que tiene dificultades de alcanzar su masa crítica durante el período inicial, pero que después — una vez alcanzada esta — se transforma en un proceso irresistible. Para formar esta masa crítica se precisa de un mínimo de tres años, por eso, no hay tiempo que perder.
- b. Definición de las directrices básicas, sustentadas en el abordaje ecosistémico (u holístico).
- c. Creación del Comité de Calidad Total, con su Secretaría Ejecutiva, responsable por la implantación y desarrollo de la misma.
- d. Desarrollo de un Programa de Educación y Capacitación Gradual, pero que incluya todos los integrantes de la empresa, desde el principal hasta el último funcionario, con énfasis tanto en el crecimiento del ser humano como en las técnicas de gestión de calidad total.
- e. Instalar el subsistema de rutinas, estableciendo padrones o estándares que permitan mantener la estabilidad de los procesos específicos.

- f. Difundir el proceso de “identificación de problemas” a todos los niveles de la empresa, con un objetivo doble: uno, poder descubrir donde concentrar los esfuerzos de perfeccionamiento; dos, llevar a la empresa todo un proceso de auto-análisis cooperativo, como germen para la creación de un futuro pensamiento (y acción) común.
- g. Dar énfasis especial al “crecimiento del ser humano” conducido por cada responsable de área.
- h. Aplicar la metodología de “solución de problemas”, mediante instrumentos específicos que deberán ser enseñados a todos los miembros de la empresa, y que los capacitarán – cada uno en su nivel – a encontrar las soluciones adecuadas para que la calidad total se transforme en una auténtica realidad.
- i. Instalación del subsistema de mejoras, a través del cual los estándares o padrones, establecidos por la rutina son mejorados continuamente, en una demostración de aplicabilidad plena de los principios de la calidad total. Es en este punto que la empresa va madurando para el nuevo enfoque y donde los retornos de los primeros tiempos de esfuerzo y dedicación, comienzan a ofrecer los magníficos frutos de la productividad, competitividad y lucratividad.
- j. Instalación de círculos de control de calidad, con los cuales se consigue el paso final para la integración de los diferentes niveles de la empresa.
- k. Implantación de auditorías de calidad, necesarias para monitorear la marcha del proceso.

2.3. Marco Conceptual

A pesar que existen múltiples conceptos acerca de la micro y pequeña empresa, en este estudio tomaremos la definición mencionada en la Ley N° 28015 (2003) en su artículo 2 se define a la Micro y pequeña empresa como:

“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. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias,

tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas”.

Por otro lado Huamán, J. (2009) tipifica a las MYPES de la siguiente manera los tipos de MYPE

“Las MYPE, como sector, muestran una gran complejidad, una de ellas es su estratificación, cuyas variables están relacionadas a la capacidad de autofinanciamiento para su crecimiento y generación de valor económico, productividad y capacidad de innovación y diferenciación. En base a estos factores, podemos elaborar una tipología de MYPE de tres estratos:

- a. MYPE de Acumulación Las micro y pequeñas empresas de acumulación, tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado.
- b. MYPE de Subsistencia Las micro empresas de subsistencia son aquellas unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria. Estas empresas proveen un “flujo de caja vital”, pero no inciden de modo significativo en la creación de empleo adicional remunerado.
- c. Nuevos Emprendimientos Los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. El plan nacional enfatiza el hecho que los emprendimientos apuntan a la innovación, creatividad y cambio hacia una situación económica mejor y más deseable ya sea para iniciar un negocio como para mejorar y hacer más competitivas las empresas”.

Las siguientes son definiciones de Calidad total de diversos autores

Crosby, Ph. (1998) define la Calidad “como cumplir y exceder las expectativas del cliente para -preservar el futuro del negocio. La estrategia consiste en contar con una mejora continua de la calidad que se filtre a todos los procesos, todos los productos y todos los servicios de la empresa”.

Villafana, R. (s.f.) desglosa el concepto de calidad total de la siguiente manera:

- Es una filosofía administrativa, una metodología operativa.
- Un conjunto de métodos y herramientas para el mejoramiento y administración de los procesos.
- Un enfoque estructurado, disciplinado, para identificar y resolver problemas e institucionalizar las mejoras alcanzadas.
- Una estrategia para el cambio de la cultura organizacional.
- Una solución permanente; una forma de vida.
- Gestionada en toda la empresa, es un conjunto de principios, de métodos organizados de estrategia global, intentando movilizar a toda la empresa para obtener una mejor satisfacción del cliente a un menor costo.

Mientras tanto, Alles, M. (2011) en su diccionario de términos de Recursos Humanos define la calidad total de la siguiente manera:

“Expresión que hace referencia a altos estándares de calidad en los procesos, tendientes a eliminar los errores o fallos. En el ámbito de las organizaciones implica un conjunto de procedimientos coordinados entre sí que se implementan con el propósito de lograr la calidad y mejora continua en todas las áreas, funciones y tareas de la organización”

Finalmente, Bonilla, J. (2009. p 31) en su libro titulado Gestión de la calidad total en el servicio público define a la Calidad total como

“Un modo de vivir, de forma que el centro de ella es desplazado del seno de cada organización específica para el seno de la sociedad humana. Proponemos así un

abordaje holístico de la calidad total, donde los métodos y las técnicas proporcionan un camino definido y seguro. Pero esos caminos precisan ser recorridos y de esa forma atravesar la piel, la mente, el corazón y el alma de los seres humanos que habitan este planeta”

Por último el estudio será realizado en el casco urbano de Chimbote, el cual consta de las siguientes calles:

“Es el damero de calles que está delimitado por las avenidas José Gálvez por el Sur, José Olaya por el Este, Javier Moore por el Norte y el malecón Miguel Grau por el Oeste”.

Por otro lado tenemos la definición de Gestión de calidad, la cual viene a ser:

“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” (Definición ABC, s.f.).

Por otro lado, definiremos y caracterizaremos nuestro objeto de estudio: Los restaurantes

El autor Vaquero, G. (2013) en su libro denominado Servicio en restaurante, mencionó que la Real Academia de Lengua española define al restaurante como “el establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local”.

Los restaurantes tienen diversas categorías las cuales las mencionaremos a continuación:

Las categorías de los restaurantes vienen representadas por tenedores, y deben figurar tanto en el exterior del establecimiento como en toda la documentación del restaurante. La máxima categoría viene representada por cinco tenedores y la mínima categoría por un solo tenedor.

“Se entiende por Restaurantes los establecimientos con cocina equipada y zona de comedor, que sirven al público mediante precio, comidas y bebidas para ser consumidas en el propio local. Sirven básicamente almuerzos y cenas aunque podrán

ofrecer cualquier otro servicio que de forma habitual se preste en bares y cafeterías, incluido la venta de comida y bebida para llevar”.

“Se entiende por Bar-cafetería, el establecimiento que de forma ininterrumpida durante su horario de apertura, sirve bebidas acompañadas o no de comidas. La elaboración de esta comida es rápida, precocinada y sencilla, para consumir dentro del establecimiento o fuera de él”.

Atendiendo a una clasificación más profesional, se pueden clasificar los establecimientos de restauración en:

- Restaurante tradicional, aquel que tiene una cocina con platos típicos e internacionales. Una cocina elaborada. Su decoración es estilosa y con mesas independientes, su personal lleva uniforme acorde a la tipología del restaurante.
- Cafetería, aquel establecimiento que presta servicios de comida y bebida ligeras en el mostrador o con mesas repartidas por el local.
- Snack-Bar, es aquel con menús sencillos y platos combinados.
- Self-service, es el establecimiento en el cual el propio cliente se sirve de las bandejas expuestas en un mostrador.
- Buffet abierto, es habitual encontrarlo en hoteles, el cliente se sirve tantas veces como deseo a un precio único.

Teniendo en cuenta todas las posibilidades que nos ofrecen los establecimientos de restauración, debemos partir de unas instalaciones básicas que nos servirán para comprender las funciones e identidad de estos establecimientos,

Podemos encontrar restaurantes que son independientes, es decir su única actividad es la de servir comidas y bebidas. En otros casos, podemos encontrar restaurantes que pertenecen a hoteles y que sus características y peculiaridades aunque muy similares a los restaurantes como establecimiento también tiene algunas diferencias estructurales.

Las competencias básicas de los profesionales de la sala de restaurante o jerarquías

Maître. Principal responsable del departamento y del personal de este. Sus funciones son:

- Elabora cuadrantes de trabajo, días libres, vacaciones, etc.
- Controla y supervisa las normas de seguridad e higiene.

- Realiza el inventario del material y de los equipos.
- Recibe a los clientes y los acompaña o indica su mesa.
- Toma la comanda a los clientes.
- Asesora a los clientes sobre la oferta gastronómica del establecimiento.
- Elabora la oferta gastronómica junto con el jefe de cocina.
- Supervisa la facturación.
- Atiende reclamaciones y quejas de los clientes.
- Organiza el trabajo del departamento, gestionando los recursos materiales

Sumiller. Es el responsable de la compra, conservación y servicio de las bebidas del establecimiento. Sus funciones son:

- Confecciona carta de vinos y otras bebidas junto con el maître.
- Compra las bebidas del establecimiento.
- Toma comanda de las bebidas a los clientes.
- Asesora al cliente sobre los vinos o bebidas que maridan con los alimentos solicitados.
- Sirve las bebidas a los clientes.
- Controla los stocks de bebidas y realiza inventarios.
- Es el responsable de la bodega, de su mantenimiento y conservación.

Jefe de Sector. Está bajo la dirección del jefe de comedor y controla el sector que se le ha asignado. Sus funciones son:

- Tomar comandas.
- Vigilar y controlar su sector.
- Elaborar alimentos a la vista del cliente.
- En ausencia del primer y segundo maître supervisará el comedor.

Jefe de rango. Se encarga de un rango, es decir de un determinado número de mesas y bajo su mando se encuentra el ayudante de rango. Sus funciones son:

- Servir a los clientes. Conocerá la composición del menú, para dar información al cliente sobre lo que puede tomar.
- Tendrá nociones básicas de preparación de alimentos a la vista del cliente.
- Realizará repastos de vajilla, cubertería, cristalería, etc.

Ayudante. Está directamente bajo el jefe de rango. Sus funciones son:

- Realizar el montaje del salón, llevando desde la cocina, bodega, etc., todos los enseres necesarios.
- Realiza la Mise en Place de su rango.
- Transporta alimentos y bebidas para la realización el servicio por parte del jefe de rango.
-

III. HIPOTESIS

La investigación titulada “la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016” es del tipo descriptivo, en las cuales no necesariamente se excluye la formulación de la hipótesis, sin embargo en esta investigación se ha optó por no considerar la formulación de una hipótesis.

IV. METODOLOGIA

4.1. Diseño de la Investigación

Se aplicó un diseño de investigación No Experimental-Transversal-Descriptiva, no experimental por que se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total. Transversal porque se realizó en un determinado tiempo (2016), descriptivo porque consistió en describir los fenómenos, situaciones, contextos y eventos de la variable en estudio.

4.2. Población y Muestra

La población del estudio estuvo constituida por 149 micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016, obtenida en las instalaciones del INEI. (Ver anexo 02).

La muestra fue probabilística, ya que se obtuvo al aplicar la fórmula de determinación del tamaño de muestra con población conocida, por lo cual se obtuvo una muestra de 27 micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes que estuvieron disponibles al momento de hacer el estudio.

El criterio de selección estuvo dado en función de la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes y/o gerentes de dicho rubro.

Fórmula para la determinación del tamaño de muestra para una población conocida:

Valores:

N; Población = 149

Z; Nivel de confianza = 1.96

p; Probabilidad a favor = 97.87%

q; Probabilidad en contra = 2.13%

ϵ ; Error de estimación = 0.05

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(\epsilon^2(N-1)) + (Z^2 pq)}$$
$$n = \frac{1.96^2 * 0.9787 * 0.213 * 149}{((0.05^2(149-1)) + (1.96^2 * 0.9787 * 0.213))}$$

$$n = 27$$

Por lo tanto el tamaño de muestra a encuestar fue de 27 micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote.

Nota. Se tomó el valor de 97,87% para la probabilidad a favor pro ser el valor más cercano al 100% que nos permite.

4.3. Operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Micro y pequeña empresa	Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Años de funcionamiento	- 0 a 3 años. - 4 a 6 años. - 7 a más años.	Razón
		Nº de trabajadores	- 01 a 05 trabajadores. - 06 a 10 trabajadores. - 11 a más trabajadores.	Razón
		Los trabajadores	- Familiares. - No familiares.	Nominal
		Objetivo principal	- Generar Ganancias. - Subsistencia.	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional			Medición	
		Dimensión				
		Denominación	Definición	Denominación		
Gestión de Calidad Bajo el Modelo de la Calidad Total	Es el modo en que la dirección planifica e implanta programas y sistemas, y controla los resultados con el objetivo de conseguir calidad.	Elementos tangibles	Es la apariencia de los insumos, instalaciones físicas, equipos, implementos, personal, insumos utilizados y materiales de comunicación .	Instalaciones físicas.	Nominal	
				Insumos adquiridos.		
				Equipos y artefactos eléctricos.		
				Mesas y sillas.		
				Personal idóneo		
				Letreros.		
		Fiabilidad	Es el grado de certeza con el que los potajes elaborados son elaborados sin variar su sabor y calidad.	Calidad de insumos.	Experticia de los cocineros.	Nominal
					Tiempo de preparación del potaje.	
					Minimización de errores.	
		Empatía	Se refiere a la capacidad del personal en atender a los clientes	Tiempo de toma de orden.	Tiempo de entrega de orden.	Nominal
					Cumplimiento de las especificaciones del pedido.	
					Disposición para atender errores.	
					Seguridad alimentaria.	
		Seguridad	Se refiere a la capacidad del establecimiento y de su personal en ofrecer tranquilidad y confianza s sus clientes	Seguridad alimentaria.	Cumplimiento de norma Hassard.	Nominal
					Certificado de defensa civil.	
					Certificado en Primeros Auxilios.	
Sistema de seguridad propio.						
Capacidad de respuesta ante emergencias.						
Aforo máximo de personas	Razón					

4.4. Técnicas e instrumentos

Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento - para la recolección de datos-, el cual constó de un cuestionario estructurado de 20 preguntas:

- Son 5 referidas a los representantes legales de las empresas.
- Son 4 referidas a las micro y pequeñas empresas.
- Son 11 referidas a la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total.

El análisis de los datos se realizó mediante un análisis descriptivo

La información se resumió para propósitos descriptivos, en ese sentido las técnicas para el análisis descriptivo de datos cuantitativo fue la elaboración de porcentajes, la cual permitió comparar dos o más series estadísticas cuyos totales eran diferentes.

4.5. Plan de análisis

Se utilizaron técnicas y medidas de la estadística descriptiva, porque se clasificaron, organizaron, representaron y resumieron (en suma hacer entendible) la información a obtenida de las variables observadas sobre una muestra representativa, lo cual permitió emitir conclusiones para toda una población a partir de la información obtenida en la muestra.

El procesamiento de los resultados se realizó en el programa informático Microsoft Excel, en el cual se construyó la base de datos, a partir de la cual se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales, así como gráficos estadísticos de las variables en estudio

4.6. Matriz de consistencia.

Problema	Objetivos	VARIABLES	Población y Muestra	Metodología y Diseño de la Investigación	Instrumento y Procedimiento
<p>General:</p> <p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016?</p> <p>¿Cuáles son las características del representante legal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016?</p> <p>¿Cuáles son las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016?</p>	<p>General:</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.</p> <p>-Determinar las características del representante legal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.</p> <p>-Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.</p>	<p>Gestión de calidad</p> <p>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</p> <p>Calidad Total</p> <p>Expresión que hace referencia a altos estándares de calidad en los procesos, tendientes a eliminar los errores o fallos</p>	<p>Población:</p> <p>La población consiste en 149 micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote</p> <p>Muestra:</p> <p>Consta de 27 micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote.</p>	<p>Diseño:</p> <p><u>Será No experimental.</u></p> <p>Porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables Gestión de calidad y calidad total, es decir se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.</p> <p><u>Será Transversal.</u></p> <p>Porque la investigación está centrada en analizar cuál es el nivel o estado de las variables en el año 2016.</p> <p><u>Será Descriptivo.</u></p> <p>Porque solo se describirán las partes más relevantes de las variables en estudio.</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta.</p> <p>Instrumentos:</p> <p>- Cuestionario estructurado</p>

4.7. Principios éticos

En el presente trabajo se hace hincapié a los principios éticos de confidencialidad, confiabilidad y respeto a la persona humana, siendo estos principios los más resaltantes para llevar a cabo una buena investigación.

Se utilizaron los siguientes principios:

Confidencialidad: La información presentada en esta tesis ha sido elaborada de forma directa, con datos reales, además de utilizar consultas de diferentes autores, libros virtuales que representan la seguridad de la información plasmada en dicho proyecto de investigación.

Confiabilidad: La información presentada en este trabajo de investigación, está elaborada con absoluta confiabilidad, presentando referencias bibliográficas y consultas de autores que nos garantizan la fiabilidad que tiene la investigación, para el buen funcionamiento de los resultados.

Respeto a la persona humana: El presente trabajo de investigación se ha elaborado respetando a la persona humana, sin dañar susceptibilidades, pensando en la mejora y mayores conocimientos con el avance de las nuevas tecnología

V. RESULTADOS

5.1.Resultados

Tabla N° 1: Características Generales de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.

Características	Número	Porcentaje %
Edad del encuestado		
18 a 30 años	7	25,9
31 a 50 años	14	51,9
51 años a más	6	22,2
Total	27	100,0
Género del encuestado		
Masculino	13	48,1
Femenino	14	51,9
Total	27	100,0
Grado de instrucción		
Primaria	0	0,0
Secundaria	8	29,6
Superior No Universitaria	5	18,5
Superior Universitaria	14	51,9
Total	27	100,0
Cargo dentro de la empresa		
Dueño	9	33,3
Administrador	11	40,8
Otro	7	25,9
Total	27	100,0
Tiempo en el cargo		
0 a 3 años	10	37,0
3 a 6 años	4	14,8
6 años a más	13	48,2
Total	27	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.

Tabla N° 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.

Características	Número	Porcentaje %
Años del restaurante en la actividad		
De 0 a 3 años	7	25,9
De 3 a 6 años	4	14,8
De 6 años a más	16	59,3
Total	27	100,0
Número de trabajadores en el negocio		
1 a 5	16	59,3
6 a 10	7	25,9
11 a más	4	14,8
Total	27	100,0
Relación de los trabajadores con el dueño del restaurante		
Familiares del propietario	9	33,3
Amigos	6	22,2
Ni familiares ni amigos	12	44,5
Total	27	100,0
Finalidad de la creación de la empresa		
Generar ganancias	16	59,3
Subsistencia	11	40,7
Total	27	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.

Tabla N° 3. Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.

Características	Número	Porcentaje %
Se establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar		
Sí	24	88,9
No	3	11,1
Total	27	100,0
Realiza un seguimiento detallado de los problemas que se podrían darse en el proceso de preparación de alimentos		
Sí	25	92,6
No	2	7,4
Total	27	100,0
Analiza de las posibles causas que generan problemas en el proceso de preparación de los alimentos		
Sí	24	88,9
No	3	11,1
Total	27	100,0
Planifica soluciones a los problemas en el proceso de preparación de alimentos		
í	27	100,0
No	0	0,0
Total	27	100,0
Implementa los cambios en la empresa para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos		
Sí	26	96,3
No	1	3,7
Total	27	100,0
Ha establecido un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos		
Sí	25	92,6
No	2	7,4
Total	27	100,0
Ha registrado el nombre de su establecimiento en Indecopi		
Sí	17	62,9
No	10	37,1
Total	27	100,0

Continuará

Tabla N° 3. Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque dela calidad total de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.

		Conclusión
Aspectos de la calidad de los insumos que considera más importante		
Poseer un buen sistema de almacenamiento de insumos	0	0,0
Poseer un sistema de manejo de inventarios	0	0,0
Selección de productos frescos	11	40,7
Otros	0	0,0
Ninguna de las anteriores	0	0,0
Todas las anteriores	16	59,3
Total	27	100,0
Observa constantemente cómo opera y si se están alcanzando los objetivos en el proceso de preparación de alimentos		
Si	26	96,3
No	1	3,7
Total	27	100,0
Proporciona a sus clientes información acerca del proceso de preparación de alimentos		
Si	17	63,0
No	10	37,0
Total	27	100,0
Aspectos de la mejora continua en las que se centra su restaurante		
Poseer planes de formación a los empleados	1	3,7
Poseer una amplia cartera de proveedores certificados de insumos	1	3,7
Controlar y retroalimentar durante el proceso de elaboración de alimentos	2	7,4
Permanente y clara transferencia de información a los trabajadores	2	7,4
Otros	0	0,0
Ninguna de las anteriores	1	3,7
Todas las anteriores	20	74,1
Total	27	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.

5.2. Análisis de resultados

Respecto al Objetivo específico N° 1

- El 51.9% de los representantes legales tienen entre 31 y 50 años, lo cual contrasta con Huallpahuque, G. (2015) quien en su investigación encontró que el 33,3% manifiestan tener de 36 -45 años de edad, contrasta con Luna, K. (2016) que en su investigación encontró que el 52,2% tienen entre 18 a 30 años de edad, y con Ríos, M. (2014) quien encontró que el 35% de los representantes legales de las MYPES encuestadas tienen entre 35 – 44 años de edad.

- El 51.9% de los encuestados son de sexo femenino, lo cual corrobora a Huallpahuque, G. (2015) quien en su investigación encontró que el 51,5% de los representantes legales eran mujeres y contrasta con Luna, K. (2016) quien encontró que el 60,9% son de género masculino, y contrasta con Ríos, M. (2014) que encontró que el 65% son de sexo masculino.

- El 51.9% de los encuestados tiene grado de instrucción superior universitaria, lo cual contrasta a Huallpahuque, G. (2015) quien encontró que el 33.3% de los representantes legales encuestados cuentan con estudios superiores universitarios, corrobora a Luna, K. (2016) y Ríos, M. (2014) quienes encontraron que los representantes legales de las MYPES de sus estudios tiene el grado de instrucción universitaria con un 47,8% y 60% respectivamente.

- El 40.7% de los encuestados tiene el cargo de administrador de la empresa, lo cual corrobora a lo encontrado por Luna, K. (2016) debido a que el 43.5% de los representantes legales que encuestado son administradores.

- El 48.2% de los encuestados tiene de 6 a más años en el cargo, lo cual contrasta a Luna, K. (2016) quien encontró que el 43,5% de los encuestados tiene 3 años en el cargo.

Respecto al Objetivo específico N° 2

- El 59.3% de los restaurantes tiene de 6 años a más de actividad lo cual contrasta a Ríos, M. (2014) quien encontró que el 50% de los restaurantes tiene entre 5-7 años de actividad.

- El 59.3% de los restaurantes tiene de 1 a 5 trabajadores en el negocio, lo cual corrobora a Luna, K. (2016) quien encontró que el 65,2% de las empresas encuestadas tienen entre 1 a 5 trabajadores.

- El 44.5% de restaurantes los trabajadores no son ni familiares ni amigos del propietario, eso quiere decir que en casi la mitad de los negocios los propietarios están relacionados con sus trabajadores ya sea sanguínea o amicalmente.

- El 59.3% de los restaurantes fueron creados con la finalidad de crear ganancias lo cual contrasta con Ríos, M. (2014) quien encontró que el 45% de las MYPES que estudió fueron creadas para generar ingresos para solventar los gastos familiares.

Respecto al Objetivo específico N° 3

- En el 88.9% de los restaurantes se establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar, lo cual corrobora a. Sánchez, R. (2015) quien encontró que las empresas que investigó en cuanto a la gestión del servicio del restaurante “El Encuentro”, se cumple un 80% de los estándares, lo que muestra que la calidad de servicios que se brindan en la empresa es alta, pues se toma en cuenta y se tiene gran cuidado en el servicio, desde la adquisición y manejo de insumos, su preparación, hasta que el producto llega al cliente y éste se retira del local, además contrasta a Luna, K. (2016) que encontró que el 100% de las MYPES encuestadas no cuentan con estándares de calidad ISO debido a que solo el 60,9% de los encuestados aseguran que aplican una gestión de calidad, y contrasta con Huallpahuque, G. (2015) quien encontró que solo el 36.4% indica que no es necesario establecer objetivos y estrategias para lograr un buen resultado respecto al establecimiento de objetivos dentro de la empresa.

- En el 92.6% de los restaurantes se realiza un seguimiento detallado de los problemas que se podrían darse en el proceso de preparación de alimentos, lo cual contrasta con Huallpahuque, G. (2015) quien encontró que el 42,86% de gerentes encuestados, manifiestan que no identifican los problemas que se puede presentar en la empresa, y corrobora a Pérez, C. (2014) quien encontró que otro factor que involucra la calidad del servicio al cliente son los insumos los cuales la empresa debe procurar mantener controlados desde su compra hasta su utilización para evitar problemas en la preparación de los platos de comida.

- Para el 88.9% de los restaurantes se analizan las posibles causas que generan problemas en el proceso de preparación de los alimentos, lo cual contrasta a Huallpahuque, G. (2015) quien encontró que el 38,10% de gerentes encuestados, afirman que son indiferentes en

cuanto el seguimiento detallado de los problemas que se generan en el proceso de preparación de alimentos.

- En el 100% de los restaurantes se planifican soluciones a los problemas en el proceso de preparación de alimentos, lo cual contrasta a Huallpahuque, G. (2015) quien encontró que solo el 47,6% afirman que se indican de una manera informal sobre cómo proceder en el proceso de preparación de alimentos respecto a la planificación de soluciones a los problemas suscitados en el proceso de preparación de alimentos,

- En el 96.3% se implementan los cambios en la empresa para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos, lo cual contrasta a Huallpahuque, G. (2015) quien encontró que solo el 33,33%, de gerentes encuestados manifiestan que no es necesario realizar los cambios para incrementar la productividad en el proceso de preparación de alimentos.

- En el 92.6% de los restaurantes se ha establecido un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos, lo cual contrasta con Huallpahuque, G. (2015) quien en su investigación realizada encontró que solo el 42,86% de gerentes encuestados respondieron que no es necesario el sistema de medición porque tengo amplia experiencia, en cuanto al establecimiento de un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos.

- El 62.9% de los restaurantes ha registrado el nombre de su establecimiento en INDECOPI, esto a pesar que parezca un dato banal influye en la gestión de la empresa, debido a que no se tiene certeza que los procedimientos desarrollados por el restaurante puedan perdurar en el tiempo y no ser registrados por otra persona, lo cual haría que la empresa pierda competitividad y presencia en el rubro.

- En el 59.3% de los restaurantes consideran el poseer un buen sistema de almacenamiento de insumos, poseer un sistema de manejo de inventario y selección de productos frescos como aspectos de la calidad de los insumos que adquiere, lo cual contrasta con Ríos, M. (2014) quien encontró que el 75% de los representantes legales encuestados respondieron que la calidad es uno de los factores principales.

- En el 96.3% de los restaurantes se observa constantemente cómo opera y si se están alcanzando los objetivos en el proceso de preparación de alimentos, lo cual contrasta a lo

encontrado por Luna, K. (2016) en su investigación encontró que el 56.5% de las empresas se enfocan en la mejora continua.

- En el 63.0% de los restaurantes se proporciona a sus clientes información acerca del proceso de preparación de alimentos, lo cual contrasta con Huallpahuque, G. (2015) que en su investigación los representantes legales señalaron que era irrelevante respecto al proporcionar información sobre el proceso de preparación de alimentos.

- En el 74.1% de los restaurantes poseer planes de formación a los empleados, poseer una amplia cartera de proveedores certificados de insumos, controlar y retroalimentar durante el proceso de elaboración de alimentos, permanente y clara transferencia de información a los trabajadores como aspectos de la mejora continua en los que se centran, lo cual corrobora a Ríos, M. (2014) que en su investigación encontró que un 80% de los representantes legales de las MYPES encuestados, respondieron que la materia prima es de calidad y está en óptimas condiciones para su consumo, y corrobora a Luna, K. (2016) quien encontró que el 78,3% de sus investigados realiza capacitaciones orientadas al servicio.

VI. CONCLUSIONES

Finalizada la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

- La mayoría de los representantes legales (51.9%) tienen entre 31 y 50 años, son de sexo femenino (51.6%), tiene grado de instrucción superior universitaria (51.9%), tienen el cargo de administrador de la empresa (40.7%) y tienen de 6 a más años en el cargo (48.2%).

- La mayoría de los restaurantes (59.3%) tiene de 6 años a más de actividad, tienen de 1 a 5 trabajadores en el negocio (59.3%), los trabajadores no son ni familiares ni amigos del propietario (44.5%) y los restaurantes fueron creados con la finalidad de crear ganancias (59.3%).

- La mayoría de los restaurantes (88.9%) establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar, se realiza un seguimiento detallado de los problemas que se podrían darse en el proceso de preparación de alimentos (92.6%), se analizan las posibles causas que generan problemas en el proceso de preparación de los alimentos (88.9%), se planifican soluciones a los problemas en el proceso de preparación de alimentos (100%), se implementan los cambios en la empresa para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos (96.3%), se ha establecido un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos (92.6%), han registrado el nombre de su establecimiento en INDECOPI (63%), consideran el poseer un buen sistema de almacenamiento de insumos, poseer un sistema de manejo de inventario y selección de productos frescos como aspectos de la calidad de los insumos que adquiere (59.3%), se observa constantemente cómo opera y si se están alcanzando los objetivos en el proceso de preparación de alimentos (96.3%), se proporciona a sus clientes información acerca del proceso de preparación de alimentos (63%) y poseen planes de formación a los empleados, poseen una amplia cartera de proveedores certificados de insumos, controlar y retroalimentar durante el proceso de elaboración de alimentos, permanente y clara transferencia de información a los trabajadores como aspectos de la mejora continua en los que se centran (74.1%),

Bibliografía

Referencias bibliográficas

Alles, M. (2011). *Diccionario de términos de Recursos Humanos*. Buenos Aires, AR: Ediciones Granica. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=10934358>

Aramayo, R. (2011). *El cliente centro de nuestras actividades*. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de: <http://www.grandespymes.com.ar/2011/10/04/calidad-total-y-competitividad-para-lograr-el-exito-en-bolivia/>

Blanco, J. (2014) *Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor*. Proyecto presentado como requisito para obtener el título de Administración de Empresas. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Colombia. Recuperado de: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis356.pdf>

Bonilla, J. (2009). *Gestión de la calidad total en el servicio público*. . Recuperado el 10 de octubre del 2016, de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10877010&ppg=320>

Campos, V. F. *TQC – Controle da Qualidade Total (no estilo japonês)*. Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, 1992, 220 p.

Crosby, Ph. (1998) *El lenguaje de la calidad total*. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de:

<https://books.google.com.pe/books?id=g1xU8GNOFt4C&pg=PA28&dq=calidad+total+Philip+Crosby&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEWjmiM33ouDPAhWEbT4KHb6CBqQQ6AEIGjAA#v=onepage&q=calidad%20total%20Philip%20Crosby&f=false>

Definición ABC (s.f.) *Gestión de calidad*. Recuperado el 25 de octubre del 2016, de: <http://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php>

Diario Gestión. (2014). *Empresas de Colombia y Chile tienen enorme ventaja respecto al Perú en capacidad de gestión*. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de: <http://gestion.pe/economia/empresas-colombia-y-chile-tienen-enorme-ventaja-respecto-al-peru-capacidad-gestion-2101906>

Diario Huaraz en línea (2015). *Intervienen locales de seis chifas y restaurantes insalubres en Huaraz*. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de: <http://www.huarazenlinea.com/noticias/institucionales/22/09/2015/intervienen-locales-de-seis-chifas-y-restaurantes-insalubres-en>

Font, F. (2013) *La Calidad en el servicio*. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de: <http://www.gestionrestaurantes.com/la-calidad-en-el-servicio/>

Huallpahuaque, G. (2015) *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014*. (Tesis de licenciado en Administración – pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huaraz, Perú. Recuperado de:

Huamán, J. (2009). *Las MYPES en el Perú*. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de: <http://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru/>

ISO (2015). ISO 9001:2015(es) Sistemas de gestión de la calidad — Requisitos. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de: <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>

Ley N°28015. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú, 11 de junio de 2003. . Recuperado el 10 de octubre del 2016, de: http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

Ley N° 30056. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú, 2 de julio de 2013. Recuperado el 12 de octubre del 2016, de:
<http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>

Luna, K. (2016) *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*. (Tesis para optar al título profesional de licenciado en Administración – pregrado) .Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039880>

Marcelo, F. & Vila, V. (2016) *¿Qué tan importantes son las MYPES para la economía del país?*. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de:
<http://www.altavoz.pe/2016/01/11/13329/que-tan-importantes-son-las-mypes-para-la-economia-del-pais-francisco-marcelo>

Merejil, M. (2013). *El concepto de calidad*. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de:
<http://www.gestionrestaurantes.com/el-concepto-de-calidad/>

Pérez, C. (2014) *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC, Chiclayo periodo enero a setiembre 2011 y 2012*. Tesis para optar el título de contador público. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Lambayeque. Perú. Recuperado de:
http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/287/1/TL_Perez_Rios_CynthiaKatterine.pdf.

Ríos, M. (2014) *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de Huanchaco, año 2014*. Tesis de licenciado en Administración – pregrado) .Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Trujillo, Perú. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037587>

Sánchez, R. (2014) *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “El Encuentro” de la ciudad de Huaraz, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, 2013*. Tesis de licenciado en Administración Turística .Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huaraz, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000032711>

Silva, E. (2014). *Por estas razones los restaurantes pierden clientes*. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de: <http://marketingastronomico.com/por-estas-razones-los-restaurantes-pierden-clientes/>

SUNAT. (2014). *Facilidades para las micro, pequeñas y medianas empresas – MIPYME*. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de: <http://contenido.app.sunat.gob.pe/insc/Charlas+/Facilidades+para+las+mypes+Julio+2014.pdf>

Terrones, L. (2013). *Existen 3,5 millones de mypes en Perú*. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de: <http://peru21.pe/economia/existen-35-millones-mypes-peru-2126052>

Vaquero, G. (2013). *Servicio en restaurante*. Recuperado el 14 de octubre del 2016, de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10820712&p00=restaurante&ppg=20>

Villafana, R. (s.f.). *Calidad total*. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de: <http://inn-edu.com/Calidad/CalidadTotal.pdf>

Anexos

Anexos 01

➤ **Cronograma de actividades**

Cronograma 2016-2017																
Actividades	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
<u>Sesión 1:</u> Revisión y elaboración del proyecto	x	x	x	x												
<u>Sesión 2:</u> Recisión y aprobación del proyecto de investigación					x											
<u>Sesión 3:</u> Información preliminar del informe de tesis y la introducción						x										
<u>Sesión 4:</u> Revisión de la literatura							x	x								
<u>Sesión 5:</u> Metodología , resultados y conclusiones de la investigación									x	x						
<u>Sesión 6:</u> Presentación y evaluación del informe final de tesis - Envío al Corrector Estadístico - Envío al Corrector Estilo											x	x	x			
<u>Sesión 7:</u> Elaboración de artículo científico														x		
<u>Sesión 8:</u> Pre banca de sustentación															x	
<u>Sesión 9:</u> Sustentación del informe final de tesis																x

➤ **Presupuesto**

Concepto		Costo Unitario (S/.)	Cantidad necesaria	Valor Total (S/.)
Costo del curso	Matrícula	300	1	300
	Pensión	375	4	1500
Impresión y empastado		50	3	150
Grabación de CD's		3	3	9
Pasajes para visitar las MYPES		2	15	30
Útiles	Lapiceros	1	2	2
	Encuestas	0.3	27	8.1
	Cuadernos	10	1	10
Pasajes para visitar la Biblioteca de las Universidades		6	8	48
Internet mensual		65	3	195
Total				2252.1

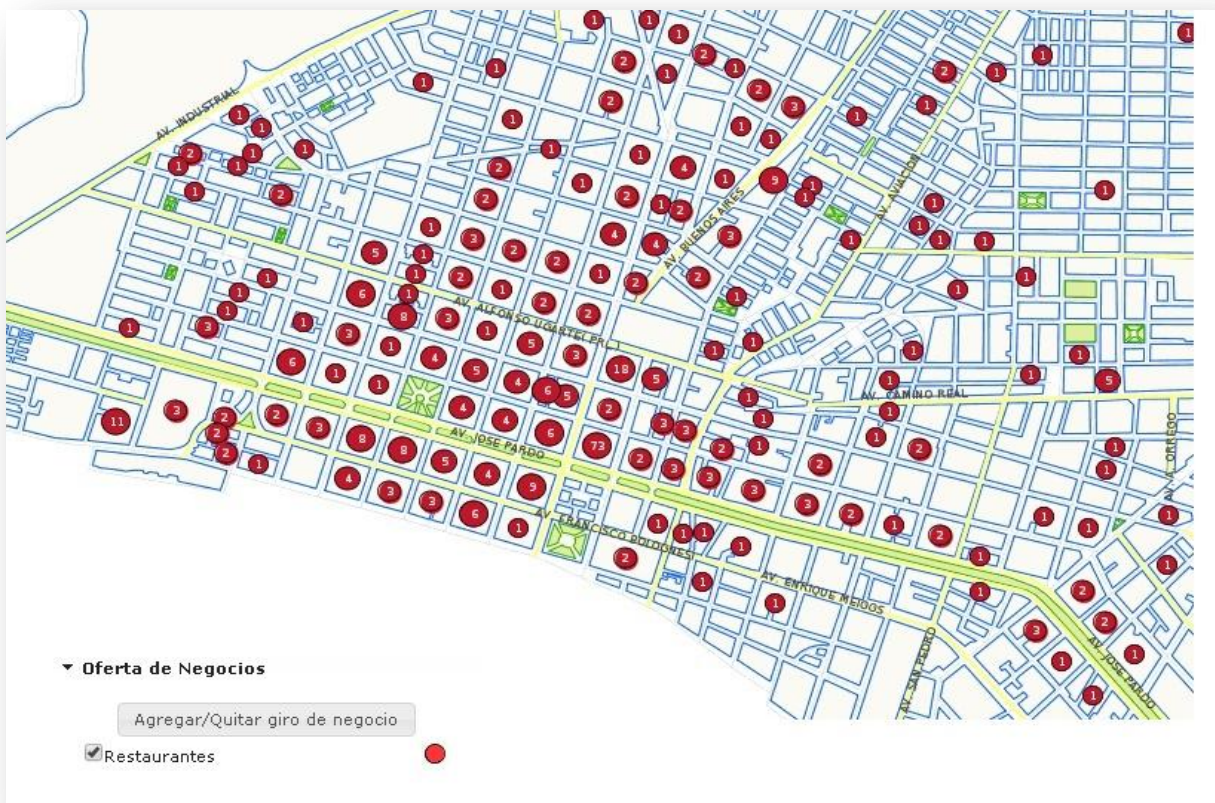
Anexo 02. Muestra y Población

La población de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote son 149, tomando una muestra de 27 de estos negocios donde se aplicó las encuestas, que constaban del cuestionario a fin de determinar las características de estas micro y pequeñas empresas en la localidad.

Nombre del Restaurant	Dirección
El Marino Bar	Jirón Leoncio Prado #172
Amelia	Avenida José Pardo #776
Gonzalito	Jirón Ladislao Espinar #641
Kumara	Jirón Carlos de los Heros #387
El sabor criollo	Jirón Carlos de los Heros #425
El Zarco	Jirón Alfonso Ugarte #257
Iván	Jirón Carlos de los Heros #329
El Crespo	Jirón Sáenz Peña #564
Paola's	Avenida José Pardo #127
El Paraíso I y II	Jirón Enrique Palacios #620
El Palmero	Jirón Alfonso Ugarte #276
Misky Huasi	Jirón Manuel Ruiz #390
Leña y Sabor	Avenida Francisco Bolognesi #598
La Sazón de Paola	Avenida Francisco Bolognesi #401
D' Polita	Jirón Elías Aguirre #572 Interior 1
Pamela	Jirón Manuel Ruiz #598
Mangú	Jirón Leoncio Prado #392
La Lanchita	Jirón Ladislao Espinar #410

El Pesado	Jirón Ladislao Espinar #343
Venecia	Avenida Francisco Bolognesi #380
La Esquinita	Avenida Francisco Bolognesi #372
María Café y Restaurant	Avenida José Pardo #304
El Verdadero Verídico	Jirón Manuel Ruiz #280
La Flor del Norte	Avenida José Pardo #190
Las Orquídeas	Avenida José Pardo #171
Noelia's	Avenida José Gálvez #217
Refrigerios el Zambo	Jirón Manuel Ruiz #252

MAPA INEI



Anexo 03. Figuras

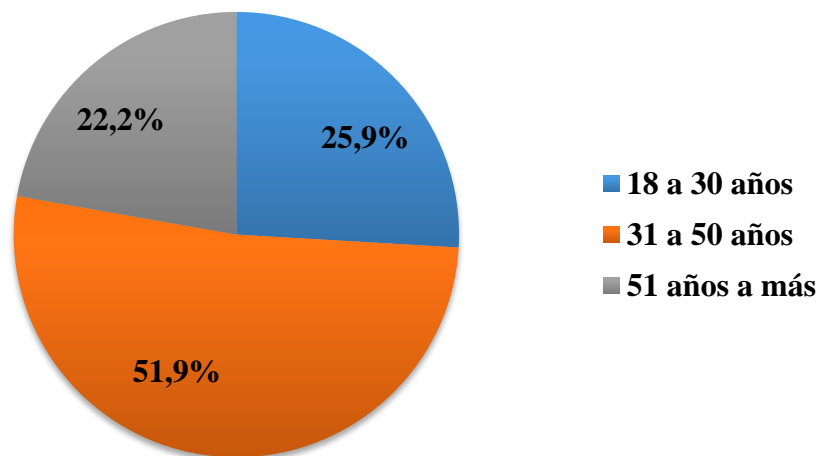


Figura N° 1: Edad del encuestado.

Fuente: Tabla N° 1

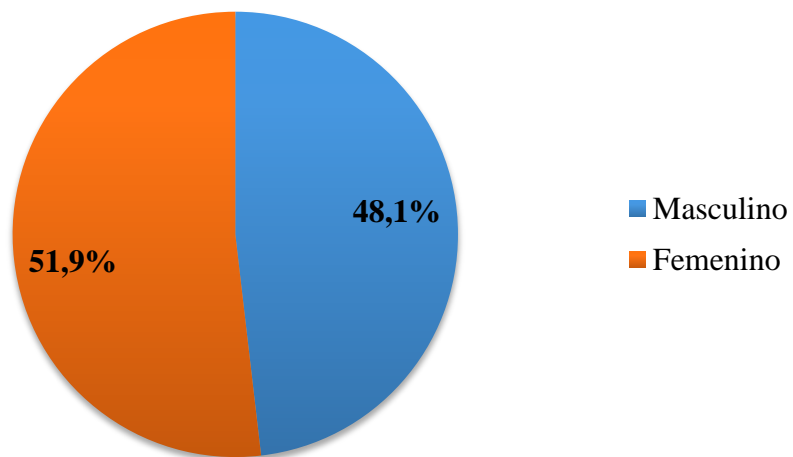


Figura N° 2: Sexo del encuestado.

Fuente: Tabla N° 1

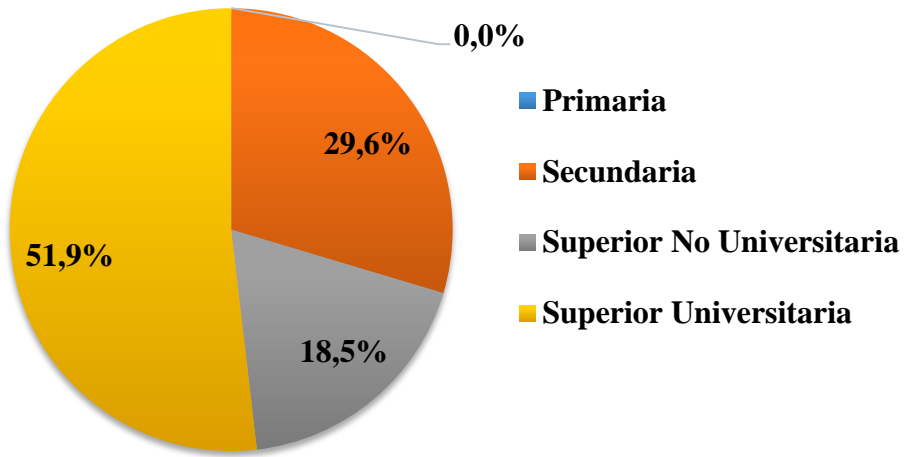


Figura N° 3: Grado de instrucción.

Fuente: Tabla N° 1

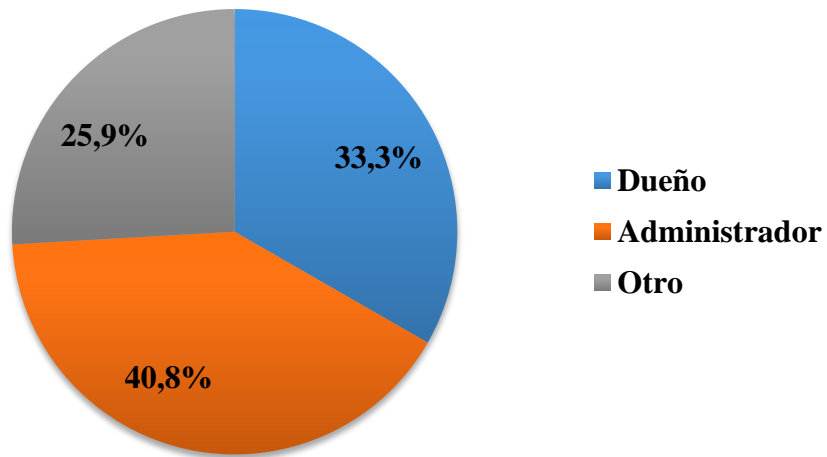


Figura N° 4: Cargo en la empresa.

Fuente: Tabla N° 1

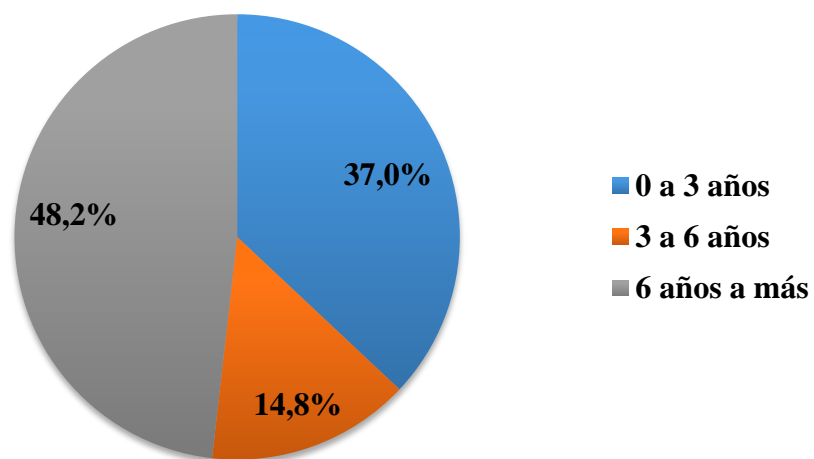


Figura N° 5: Tiempo en el cargo.

Fuente: Tabla N° 1

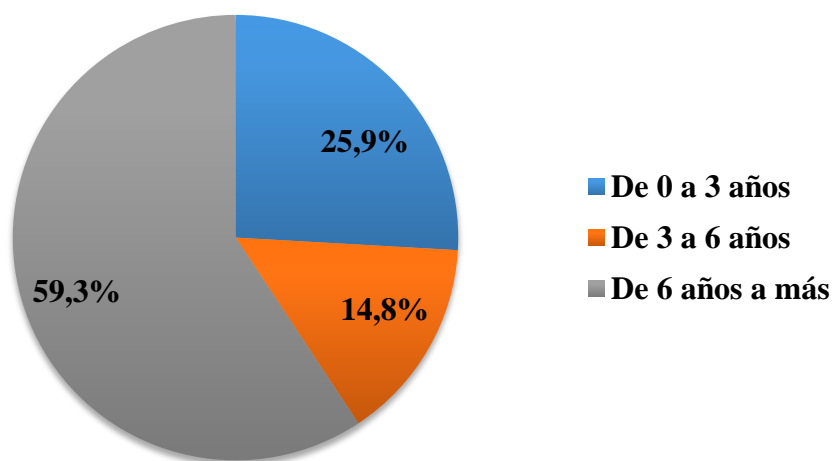


Figura N° 6: Años del restaurante en la actividad

Fuente: Tabla N° 2

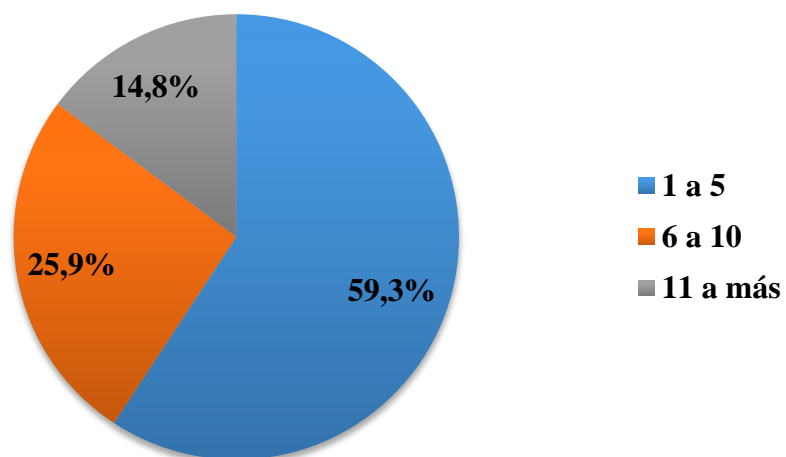


Figura N° 7: Número de trabajadores en el negocio

Fuente: Tabla N° 2

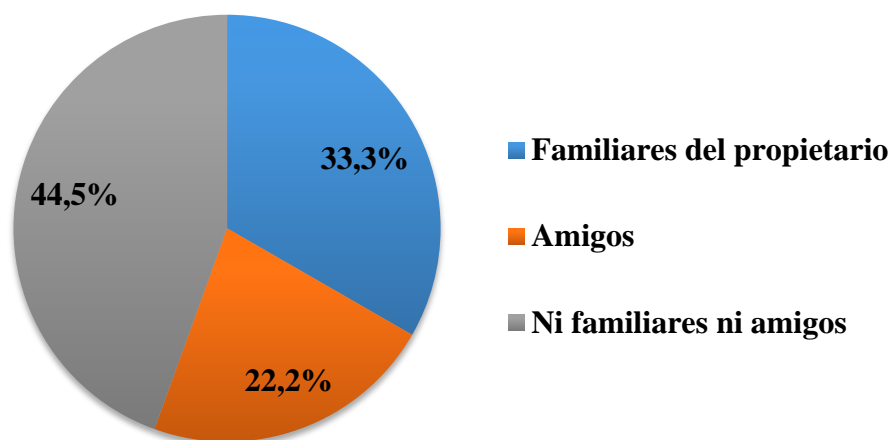


Figura N° 8: Relación de los trabajadores con el dueño del restaurante

Fuente: Tabla N° 2

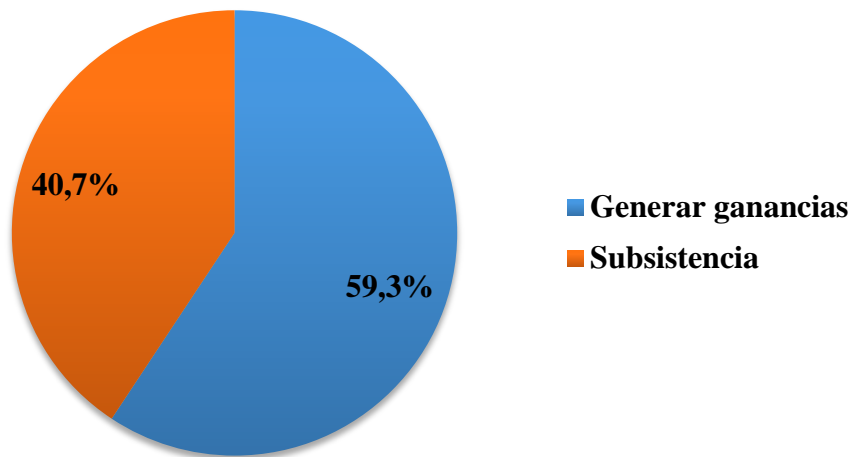


Figura N° 9: Finalidad de la creación de la empresa

Fuente: Tabla N° 2

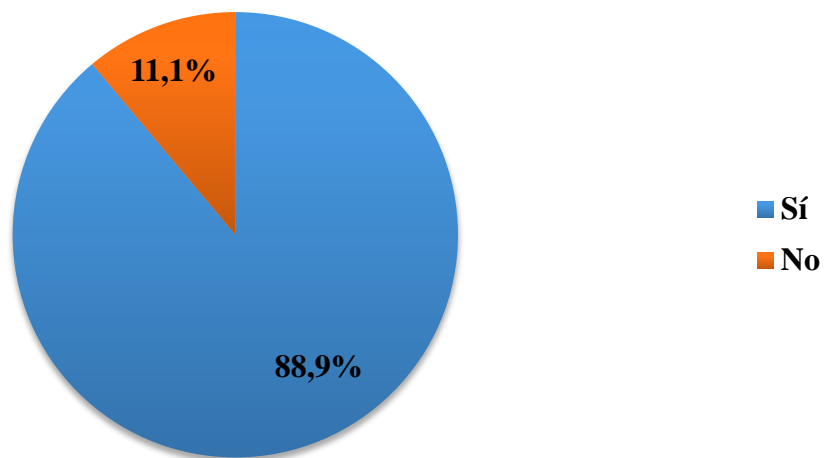


Figura N° 10: Se establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar

Fuente: Tabla N° 3

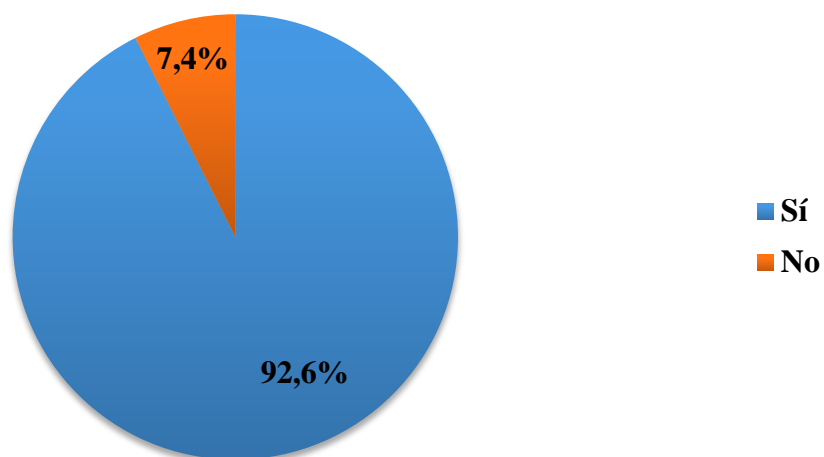


Figura N° 11: Realiza un seguimiento detallado de los problemas que se podrían darse en el proceso de preparación de alimentos

Fuente: Tabla N° 3

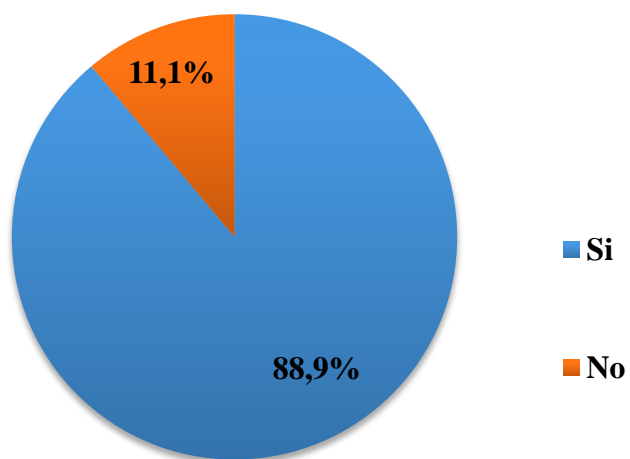


Figura N° 12: Analiza de las posibles causas que generan problemas en el proceso de preparación de los alimentos

Fuente: Tabla N° 3

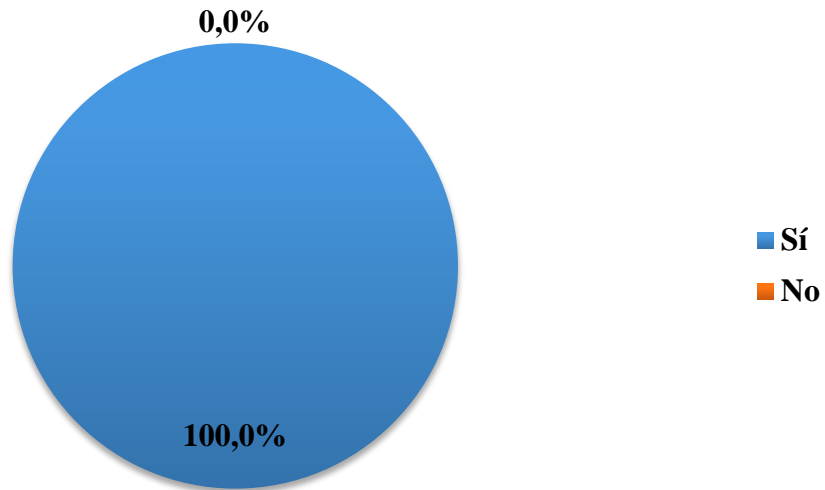


Figura N° 13: Planifica soluciones a los problemas en el proceso de preparación de alimentos

Fuente: Tabla N° 3

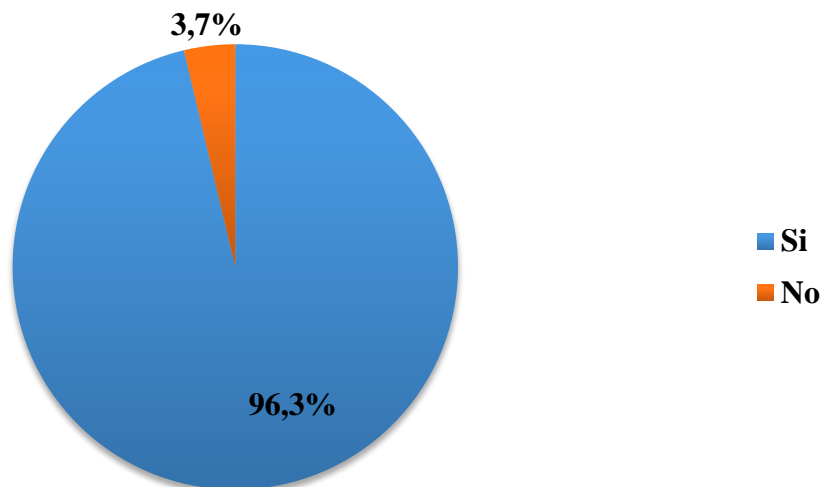


Figura N° 14: Implementa los cambios en la empresa para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos

Fuente: Tabla N° 3

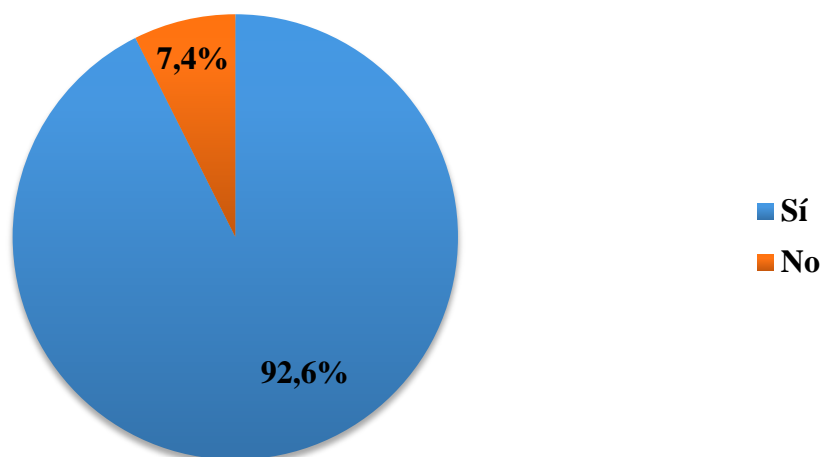


Figura N° 15: Ha establecido un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos

Fuente: Tabla N° 3

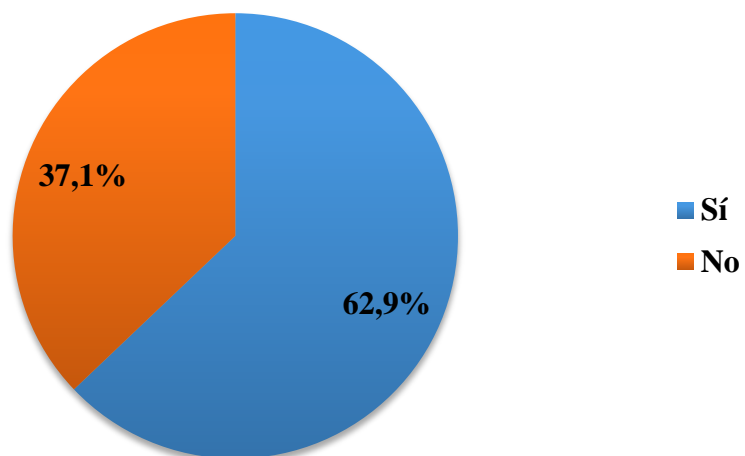


Figura N° 16: Ha registrado el nombre de su establecimiento en Indecopi

Fuente: Tabla N° 3

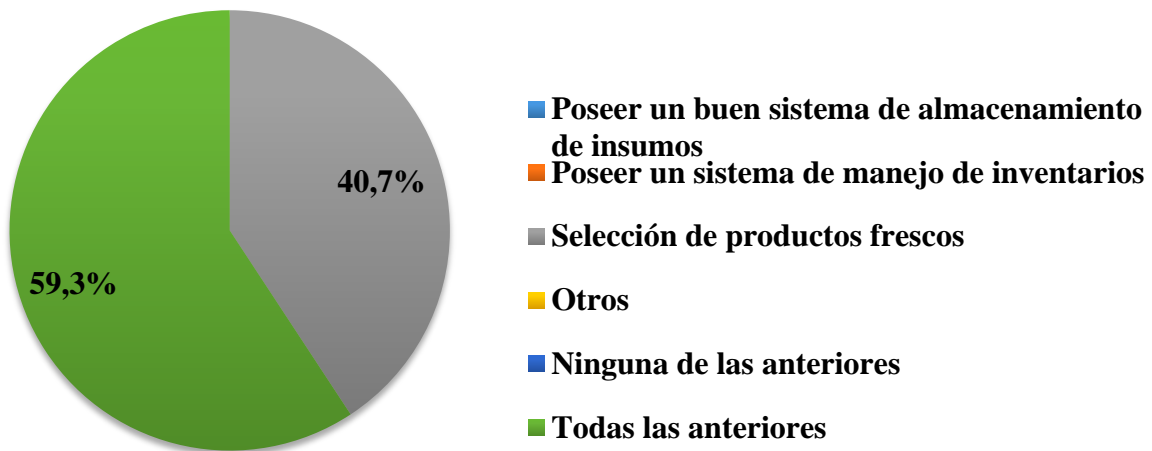


Figura N° 17: Aspectos de la calidad de los insumos que considera más importante

Fuente: Tabla N° 3

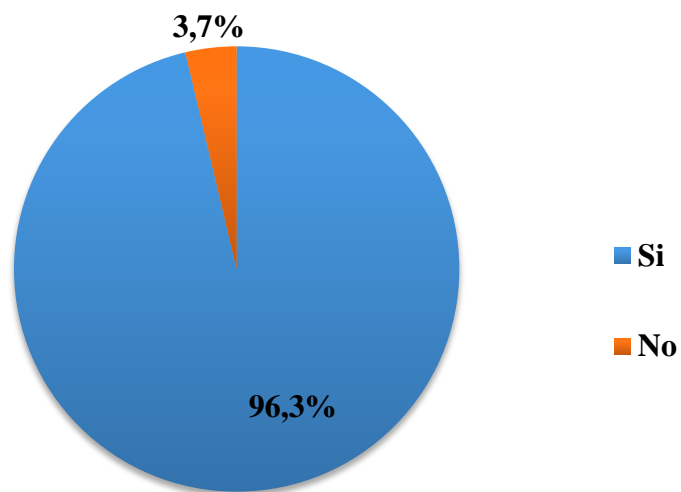


Figura N° 18: Observa constantemente cómo opera y si se están alcanzando los objetivos en el proceso de preparación de alimentos

Fuente: Tabla N° 3

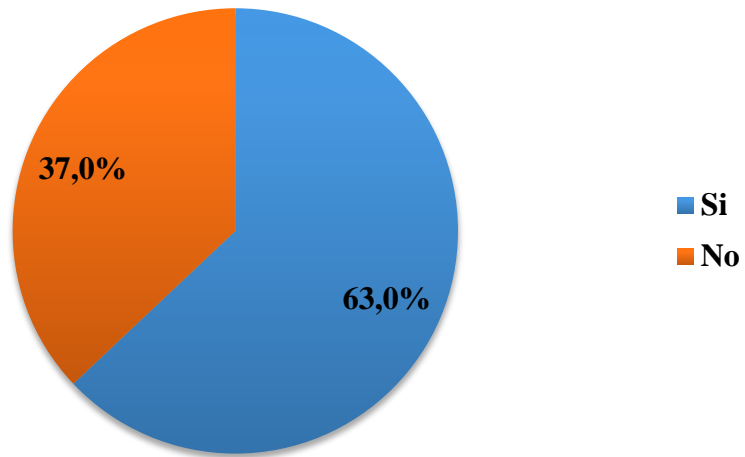


Figura N° 19: Proporciona a sus clientes información acerca del proceso de preparación de alimentos

Fuente: Tabla N° 3

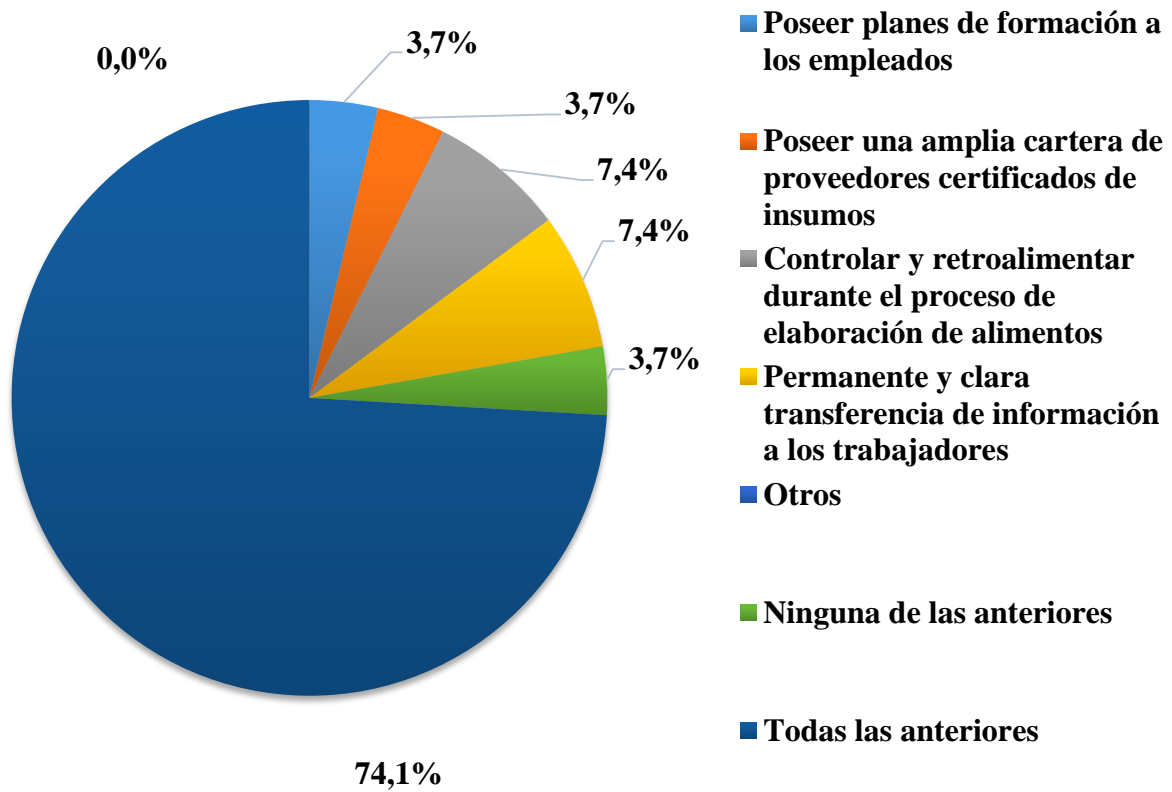


Figura N° 20: Aspectos de la mejora continua en las que se centra su restaurante

Fuente: Tabla N° 3

Anexo 04: Cuestionario

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE



Escuela Profesional de Administración

Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote.

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote.

La misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

“Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.”

La información que usted proporciona será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

ENCUESTADOR... Aranda Sernaqué Jhon **FECHA.....**

I. Acerca de los representantes legales de la empresa

1. ¿Cuál es la edad del encuestado?
 - a. 18 a 30 años.
 - b. 31 a 50 años.
 - c. 51 años a más.

2. ¿Cuál es el género del encuestado?
 - a. Masculino.
 - b. Femenino.

3. ¿Cuál es el grado de instrucción académica del encuestado?
 - a. Primaria.
 - b. Secundaria.
 - c. Superior No Universitaria.
 - d. Superior Universitaria.

4. ¿Cargo dentro de la empresa?
 - a. Propietario.
 - b. Administrador.
 - c. Otro.

5. ¿Tiempo que desempeña el cargo en el restaurante?
 - a. 0 a 3 años.
 - b. 3 años a 6 años.
 - c. 6 años a más.

II. Acerca de las Micro y pequeñas empresas

6. ¿Cuántos años tiene el restaurante de permanencia en la actividad?
 - a. 0 a 3 años.
 - b. 3 años a 6 años.
 - c. 6 a más años.

7. ¿Número de trabajadores en el negocio?
 - a. 1 a 5.
 - b. 6 a 10.
 - c. 11 a más.

8. ¿Qué relación tienen los trabajadores con el dueño del restaurante?

- a. Familiares del propietario.
- b. Amigos del propietario.
- c. No son ni familiares ni amigos del propietario.

9. ¿Cuál es el objetivo principal por la que se creó la empresa?

- a. Generar ganancias.
- b. Subsistencia.

III. Acerca de la Gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas

10. ¿Antes de iniciar un nuevo año, se establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar?

SI

NO

11. ¿Se realiza un seguimiento detallado de los problemas que se podrían darse en el proceso de preparación de alimentos?

SI

NO

12. ¿Realiza análisis de las posibles causas que generan problemas en el proceso de preparación de los alimentos?

SI

NO

13. ¿Cómo dueño de la empresa planifica soluciones a los problemas en el proceso de preparación de alimentos?

SI

NO

14. ¿Implementa los cambios en la empresa para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos?

SI

NO

15. ¿Ha establecido un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos?

SI

NO

16. ¿Esta registrado el nombre de su establecimiento en INDECOPI?

SI

NO

17. ¿Qué aspectos de la calidad de los insumos en la preparación de los alimentos, que elabora, considera más importante?

- a. Poseer un buen sistema de almacenamiento de insumos.
- b. Poseer un sistema de manejo de inventarios.
- c. Selección de productos frescos.
- d. Otros (especificar).....
- e. Ninguna de las anteriores.
- f. Todas las anteriores.

18. ¿Se hace una observación constante de cómo opera y si se están alcanzando los objetivos en el proceso de preparación de alimentos?

SI

NO

19. ¿Proporciona a sus clientes información acerca del proceso de preparación de alimentos?

SI

NO

20. ¿En cuál de los siguientes aspectos de la mejora continua se centra su restaurante?

- a. Poseer planes de formación a los empleados.
- b. Poseer una amplia cartera de proveedores certificados de insumos.
- c. Controlar y retroalimentar durante el proceso de elaboración de alimentos.
- d. Permanente y clara transferencia de información a los trabajadores.
- e. Otros (Especificar).....
- f. Ninguna de las anteriores.
- g. Todas las anteriores.

Chimbote,.....2016