



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO COMO FACTOR
RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS,
RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO
HUALLANCA, PROVINCIA DE HUAYLAS, ANCASH 2019**

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

AUTORA

PUMARICA MAGUIÑA, MEIVYS ARACELY

ORCID: 0000-0002-7249-4914

ASESOR

REBAZA ALFARO, CARLOS ENALDO

ORCID: 0000-0002-5066-5794

TRUJILLO – PERÚ

2019

TITULO DE LA TESIS

**PLANEAMIENTO ESTRATEGICO COMO FACTOR RELEVANTE EN
LA GESTION DE CALIDAD Y PROPUESTA DE MEJORA EN LA
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESA DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO
RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE HUALLANCA, PROVINCIA
HUAYLAS, ANCASH 2019.**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Pumarica Maguiña, Meivys Aracely,

Orcid: 0000-0002-7249-4914

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, estudiante de Pregrado,
Trujillo, Perú.

ASESOR

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

Orcid: 0000-0002-5066-5794

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela profesional de
Administración, Perú.

JURADO

Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio

Orcid: 0000-0003-0829-1511

Rubio Cabrera, Merardo Hermógenes

Orcid: 0000-0002-3094-0218

Rivera Prieto, Héctor Ascensión

Orcid: 0000-0002-3924-3048

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio

Presidente

Rubio Cabrera, Merardo Hermógenes

Miembro

Rivera Prieto, Héctor Ascensión

Miembro

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la fuerza para mantenerme firme y poder llevar acabo el desarrollo de esta investigación

Agradezco sinceramente a mi asesor de Tesis, Mgtr . Rebaza Alvaro Carlos Enaldo por sus conocimientos, motivación la cual permitieron que pueda lograr la culminación este trabajo de investigación

A mi Padres y hermanos por hacer de mí una mejor persona y por su incondicional apoyo , y motivación para seguir adelante a pesar de que hubo momentos difíciles ellos estuvieron de principio a fin haciendo que lo que parecía inalcanzable se haga posible.

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a Dios y a mi Madre Isabel Maguiña Cadillo por su sacrificio y esfuerzo, por darme una carrera para nuestro futuro y por creer en mí capacidad, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre ha estado brindándome su comprensión, cariño y amor. A mi Hermana Eliana Pumarica Maguiña por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor. A mi Hermana Milenka Pumarica por su cariño y respeto.

RESUMEN

La investigación denominada: Planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019. Se planteó como objetivo general, Determinar las principales características del Planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, donde se obtuvieron los siguientes resultados: el 90 % si conoce el termino gestión de calidad , el 80% si cree que mejora el rendimiento de la empresa ,el 70% tienen cierto conocimiento sobre el termino Plan estratégico , el 80% no utiliza un plan estratégico , el 80% no aplica un diagnostico FODA , el 80% no ha logrado ningún beneficio porque no utiliza un plan estratégico .De todo esto se arribó a las conclusiones siguientes: Los representantes de las mypes encuestadas no tienen conocimiento sobre la gestión de calidad , tienen en cuenta lo importante del planeamiento estratégico , pero no lo aplican por múltiples motivos , también se concluyó que no se consideran factores importantes para medir el nivel de satisfacción y para una gestión de calidad adecuada.

Palabras clave: Calidad, Estratégico, Gestión, Planeamiento

ABSTRAC

The so-called Research: Strategic Planning As the relevant factor in Quality management and Improvement Proposal in the Micro and Small Businesses of the Services sector, this restaurant in the district of Huallanca, province of Huaylas, Ancash 2019. It was proposed as a general objective to determine the main characteristics of the strategic planning as the relevant factor in the quality management and improvement proposal in the micro and small companies of the services sector, heading this restaurants in the district of Huallanca, province of Huaylas, Ancash 2019. The type of non-experimental Design Research - transversal, where the following results were obtained: 90% do not know the term Quality Management, if he believes that it improves the performance of the company, the plan has some knowledge about the term 80% Strategic 70%, 80% did not use a un Strategic plan, 80% did not APPLY a SWOT diagnosis, 80% did not achieve any benefits because the UN did not use the Strategic plan. everything arrived at the following Conclusions : Representatives of the mypes surveys have no knowledge about quality management, they take into account the importance of strategic planning, but they do not explain it for multiple reasons, it was also concluded that they are not considered important factors to measure the level of satisfaction and for adequate quality management.

Keywords: Quality, Strategic, Management, Planning

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Hoja de trabajo en equipo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/ dedicatoria.....	iv
5. Resumen y Abstrac.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	X
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
2.1 Antecedentes.....	7
2.2 Marco teórico.....	15
2.3 Marco conceptual.....	28
III. HIPÓTESIS.....	31
IV METODOLOGÍA.....	32
4.1. Diseño de la investigación.....	32
4.2. Población y muestra	32
4.3 Definición y Operacionalización de las variables.....	33
4.4 Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos.....	38
4.5 Plan de Análisis de Resultados.....	38
4.6 Matriz de consistencia.....	39
4.7 Principios éticos.....	41
V. RESULTADOS.....	42
5.1. Resultados.....	42

5.2. Análisis de Resultados.....	50
V.I. CONCLUSIONES.....	60
Aspectos complementarios	62
Referencias Bibliográficas.....	63
ANEXOS.....	67

ÍNDICE DE TABLAS, CUADROS Y FIGURAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.....p. 42

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.....p.43

Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.....p.44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	73
Figura 2. Género.....	73
Figura 3. Grado.....	74
Figura 4. Cargo.....	74
Figura 5. Años en el Cargo.....	75
Figura 6. Tiempo en el rubro.....	75
Figura 7. Número de Trabajadores.....	76
Figura 8. Personas que trabajan.....	76
Figura 9. Objetivo de creación.....	77
Figura 10. Gestión de Calidad.....	77
Figura 11. Técnicas modernas de gestión.....	78
Figura 12. Dificultades en gestión en la gestión de calidad.....	78
Figura 13. Técnica de medición de rendimiento.....	79
Figura 14. Mejora de rendimiento de la empresa.....	79
Figura 15. Término atención al cliente.....	80
Figura 16. Valores o principios definidos	80
Figura 17. Tiene un plan estratégico.....	81
Figura 18. Usa plan estratégico.....	81
Figura 19. Preocupaciones de la empresa.....	82
Figura 20. Aplica FODA.....	82
Figura 21. Dificultades y amenazas según plan estratégico.....	83

Figura 22. Plan disminuye errores empresariales.....	83
Figura 23. Beneficios de usar plan estratégico	84
Figura 24. Plan factor relevante en gestión.....	84
Figura 25. Plan factor relevante en satisfacción.....	85
Figura 26. Plan estratégico mejora la empresa.....	85
Figura 27. Ventajas del plan estratégico.....	86
Figura 28. Normas del plan estratégico.....	86

I. Introducción

El crecimiento de las micro y pequeñas empresas es exorbitante, dado que la mayoría de emprendedores tienen la necesidad de crear estas empresas con el único propósito de generar dinero, cabe recalcar que muchos de estos emprendedores financiaron la puesta en marcha de sus proyectos con todos los ahorros que poseían, es decir que la mayoría de estas empresas cuentan con capital propio y en algunos casos también cuentan con préstamos financieros.

Los micro emprendedores saben que una gestión adecuada con lleva tiempo y esfuerzo , muchas MYPES empezaron con locales y negocios pequeños , conforme se fueron posicionando en el mercado fueron mejorando su infraestructura , y su servicio , mas no saben hacia dónde dirigir su posicionamiento , es decir no tienen una visión y la gran mayoría no posee una misión , su único objetivo es generar dinero , no piensan en expansión , reconocimiento nacional o internacional ,posicionamiento , o competitividad y es que denota claramente la falta de un buen plan estratégico .

La importancia radica no solamente en su aporte económico hacia el país, radica porque genera una cultura de cambio y fomenta el trabajo y bienestar social. En otros países son conocidas como pymes o Mipymes, también fomentan el cambio cultural y ejercen un gran aporte económico en sus países.

En España en el 2018 las pymes fomentaron el 66% de empleos, siendo una gran contribución para su país, las pymes incrementan el mercado laboral en ese país, hace cuatro años que las mypes viene teniendo un incremento acelerando, las mypes generaron un 4,54 % de incremento en la tasa de empleos, mientras que las grandes y medianas empresas aportaron una variación de 1.33 % con respecto a la misma tasa. Las micro y pequeñas empresas aportan innumerables puestos de trabajo, las mypes del sector servicio

son las que más aportan empleo, Toda MYPE es una fuente importante de empleo, generadora y potencia económica que genera bienestar social.(Barragán,2011)

En Argentina un gran número de PYMES busca satisfacer las exigencias de sus clientes implementando una gestión de calidad en este caso utilizan la ISO 9001 logrando mejorar la competitividad de los mercados. Lo que motiva a las pymes a implantar este sistema es el deseo de ser reconocidas a nivel internacional y mejorar el mercado local. las pymes están empezando a tomar conciencia sobre la importancia de que con lleva tener una gestión de calidad dentro de sus empresas mejorando eficientemente su forma de administrar sus recursos , tiempo , mejorando su servicio optimizando todos las áreas y sistemas en la empresa.(Cristty y López, 2014)

En Colombia las PYMES son una gran fuente de ingresos, su importancia radica en el impacto que genera en su sociedad, pero la falta de ayuda por parte del estado no les favorece, actualmente más del 60% de la PYMES no cuentan con financiamiento. Las mypes que no logran sobrevivir el primer año son aquellas que no cuentan con el financiamiento por parte de las financieras o entidades bancarias, por otra parte el gobierno les exige demasiados impuesto y no proponen leyes que beneficiarían a la empresa razón por la cual la gran mayoría no se formaliza, sus conocimientos financieros son muy limitados motivo por lo cual su desarrollo y crecimiento es lento El gobierno debe proporcionar leyes que beneficien a estas empresas , ya que todas juntas aportan el 30% de producto bruto interno y promueven más del 65 % de puestos laborales .(Villalobos, 2019)

En Ecuador con el transcurso del tiempo en este país con relación a las Pymes abarcó un bajo desarrollo lo económico, ya que la mayoría de personas haciendo un equivalente del 60% de la población se encuentra desempleada, haciendo que este país sea bajo económicamente, por ello la empresa Cami empleo un plan teniendo como

estrategia primero analizar la parte interna del mercado existente en su actualidad para poder determinar con mayor precisión los ingresos que percibe este país.(Eltelégrafo, 2017)

En Bolivia la importancia de las Mypes abarca de gran importancia en las empresas contando con el 99% de que cuentan con todas las normas de calidad que exige el país, a su vez el incremento económico en este país es sostenible, ya que cuenta con gran variedad en sus productos, abarcando desde lo textil, recursos mineros, así como también la gran variedad de alimentos que son exportados al extranjero. (Boliviaemprende, 2013)

En el Perú las micro y pequeñas empresas generan un gran aporte económico , crecimiento laboral y brindan grandes beneficios a la sociedad , aportadoras del 40% de PBI y generadoras de más del 70 % de puestos de trabajos a nivel nacional , atrás quedaron los mitos que solo las grandes consorcios eran los que movían y generaban más dinero y empleos en la sociedad , Existe falta de conocimientos con respecto a una eficiente administración el problema es la falta de cultura empresarial y la informalidad en la que radican , las leyes por parte del gobierno no las favorecen , la falta de un plan estratégico dentro de sus centro de labores es vital para una eficiente administración de la cual carecen muchas mypes en nuestro país (PerúRetail, 2017)

En la provincia de Huaylas el problema que surge en las mypes , fuera de una notoria implementación adecuada de gestión de calidad , surgen la pregunta de porque no aplican una misión , o trazan sus objetivos estratégicos en base a su visión , la respuesta a ellos es que más del 50 % no realiza un adecuado plan estratégico en las mypes , razón que ha obligado a muchas a cerrar por falta de un adecuado plan de negocios

En esta investigación queremos plasmar la importancia que es adecuar un plan estratégico en la provincia de Huallanca dado que en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante , no toman en cuenta como factor relevante al planeamiento estratégico y no aplican una gestión de calidad para una administración eficaz . Por ello es necesario plantearse el siguiente proyecto de investigación que lleva como título: Planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.

El problema científico ¿Cuáles son las principales características del Planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019? , del cual se obtuvo el objetivo general : Determinar las principales características del Planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019 , del cual se dedujo los siguientes objetivos específicos

Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019

Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019

Determinar las principales características del Planeamiento Estratégico como factor relevante en la gestión de calidad del sector servicio rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019

Elaborar una propuesta de mejora en base a los resultados de la investigación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019

La investigación tuvo como metodología un diseño transversal, no experimental y descriptivo, el cual se llevó a cabo atreves utilizando el cuestionario como instrumento el cual estuvo conformado por 28 ITEMS los cuales se aplicaron a los representantes y se obtuvieron los siguientes resultados:

El 51% de los representantes tienen de 51 años a mas , el 80% cuenta con un grado de instrucción superior no universitaria ,el 60% tiene de 4 a 6 años en el rubro , el 70% tiene como objetivo de creación generar ganancias , el 90 % si conoce el termino gestión de calidad , el 80% si cree que mejora el rendimiento de la empresa ,el 70% tienen cierto conocimiento sobre el termino Plan estratégico , el 80% no utiliza un plan estratégico , el 80% no aplica un diagnostico FODA , el 80% no ha logrado ningún beneficio porque no utiliza un plan estratégico , el 80% cree que el plan estratégico no es un factor relevante en la gestión de calidad , el 80% cree que el plan estratégico no es un factor relevante para medir el nivel de satisfacción de los clientes .

Por ultimo esta investigación se justifica porque permite obtener las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019

De la misma manera se justifica porque conocer las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019

Asimismo se justifica por que determina las principales características del Planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad de las mismas mypes del mismo sector y rubro en el mismo lugar y periodo

Esta investigación será justificada porque servirá como guía y base en futuras investigaciones que necesiten información sobre el Planeamiento Estratégico como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas

Esta investigación no genera ningún impacto negativo en la sociedad por lo contrario genera conciencia y crea oportunidades para que las micro y pequeñas empresas. Siendo beneficioso para estas las cuales se aplicaron teniendo en cuenta los principios éticos de la universidad

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1) Antecedentes

Contreras (2016) en su tesis titulada : *Gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016*, tuvo como objetivo: determinar las características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016, de lo cual se obtuvo los siguientes objetivos específicos : Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, distrito de Huarmey, provincia de Huarmey, año 2016. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Huarmey, distrito de Huarmey, provincia de Huarmey, año 2016. Se obtuvieron los siguientes objetivos específicos .Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en el sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, distrito de Huarmey, provincia de Huarmey, año 2016. asimismo tuvo una metodología no experimental, transversal y descriptivo ,se tuvo como resultados: el 70% tienen entre 31 a 50 años, el 60% son género masculino, el 40% tienen el grado superior no universitario, el 80% son dueños, el 90% tienen 1 a 5 trabajadores, el 80% son familiares, el 100% tiene como objetivo generar ganancia, el 60% desconoce el término gestión de calidad, el 60% indica que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 60% desconoce el término plan estratégico, el 80% no cuenta con un plan estratégico y el 70% no ha diseñado una misión y visión. Se llegó a la conclusión que los representantes de las Mypes tienen entre 31 a 50 años, los trabajadores son familiares, tienen como objetivo generar ganancias, además desconocen el término de gestión de calidad, por lo que consideran que la gestión de

calidad no contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, asimismo, indican que no conocen el termino de Planeamiento estratégico, por ello no cuentan con uno.

López (2018) en su tesis titulada: *Gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de agencias de viajes del distrito de Huaraz, 2018*. Tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de agencias de viajes del distrito de Huaraz, 2018, sus objetivos específicos: determinar las principales características de los representantes de 9 las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de agencias de viajes del distrito de Huaraz, 2018; determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de agencias de viajes del distrito de Huaraz, 2018; determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de agencias de viajes del distrito de Huaraz, 2018; determinar las principales características del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de agencias de viajes del distrito de Huaraz, 2018; Elaborar un plan de mejora sobre la aplicación de una gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de agencias de viajes del distrito de Huaraz, 2018. El diseño de la investigación fue no experimental – transversal, tipo cuantitativo y nivel descriptivo obteniéndose los siguientes resultados: el 61,54% de los representantes son varones; el 92,31% son microempresas; el 51,28% a veces definen procedimientos; el 61,54% a veces ejecutan las actividades planificadas; el 53,85% a veces verifican el cumplimiento de actividades, el 53,85% a veces realizan las correcciones. En cuanto al planeamiento estratégico el 56,41% nunca realizan auditoría

externa; el 64,10% a veces realizan auditoría interna; el 74,36% a veces establecen estrategias adecuadas; el 61,54% a veces realizan asignación de recursos adecuadamente; 89,74% a veces revisan los cambios ocurridos en factores externos e internos; 53,85% a veces mide el rendimiento empresarial; 56,41% a veces toma acciones correctivas. Finalmente, las conclusiones son: las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de agencias de viajes, aplican una gestión de calidad inadecuada con el uso del planeamiento estratégico, debido a que, no cumplen eficientemente con los distintos aspectos evaluados en ciclo Deming, así como en los procesos de formulación, implantación y evaluación de estrategias.

Gonzales (2018) en su tesis titulada : *Gestión de calidad con el uso de planeamiento estratégico y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Pizzerías; Centro Histórico de Trujillo, 2018* , tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de Planeamiento Estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías Centro Histórico de Trujillo, 2018 del cual se derivaron los siguientes objetivos específicos : determinar las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pizzerías; centro histórico de Trujillo, 2018, describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pizzerías; centro histórico de Trujillo, 2018, determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pizzerías; centro histórico de Trujillo, 2018, elaborar un plan de mejora para la Gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pizzerías, centro histórico de Trujillo, 2018 El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo. Obteniendo como resultados: EL 57% de los

representantes conocen el término Gestión de Calidad y el 43% aplican como técnica moderna el liderazgo. El 46% conocen el término Plan Estratégico; el 36% afirmaron que el valor de calidad que está claramente definida es su misión, el 57% manifestó que no cuentan con plan estratégico; asimismo el 50% menciona que no aplican un plan estratégico por lo que no saben qué beneficios aporta su organización tenerla. Finalmente, se concluye que: la mayoría de las micro y pequeñas empresas no cuentan con un plan estratégico, y no han elaborado un diagnóstico FODA por tal motivo no pueden saber qué beneficios les traería o que riesgos disminuiría, por otro lado, si creen que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

Manrique (2015) en su tesis titulada: *Características de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas rubro piladoras de arroz de la provincia de Lambayeque, 2015*. Tuvo como objetivo general: conocer las características de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las MYPE rubro piladoras de arroz en la provincia de Lambayeque, 2015. Objetivos específicos: Identificar la toma de decisiones para las MYPE rubro piladoras de arroz en la provincia de Lambayeque, 2015. Describir cómo se aplica el planeamiento estratégico en las MYPE rubro piladoras de arroz en la provincia de Lambayeque, 2015. Determinar las acciones para la mejora continua en las MYPE, rubro piladoras de arroz en la provincia de Lambayeque, 2015. Conocer las características del proceso de planificación en las MYPE, rubro piladoras de arroz en la provincia de Lambayeque, 2015. Se empleó la metodología tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, para el recojo de la información se escogió según la muestra la participación de seis microempresarios y trabajadores administrativos dedicados al pilado de arroz, lo cual permitió realizar cuestionarios de preguntas a sus respectivos involucrados, obteniéndose los siguientes resultados: el 60% de los encuestados consideran un grado de aplicabilidad entre máximo

y considerable. El 60% de los encuestados respondieron que es necesario mejorar el servicio. El 55% consideran necesario realizar cambios en el servicio. El 36% de los encuestados realizan una vez al mes cambios para mejorar la calidad de servicio. El 31% de los encuestados hace uso de planes estratégicos. El 51% de los encuestados utiliza de manera correcta los activos de la empresa. El 63% no pueden cumplir con las tareas y asignaciones que se asignan en el tiempo establecido. Conclusiones: Se analizó y determinó las características del proceso teniendo en cuenta las toma de decisiones así como el cambio que este representa y también la importancia de la eficacia y eficiencia de planificación sostenido por Armijo en las MYPE, rubro piladoras de arroz ya que el 24% de los encuestados cambiaría los procedimientos que realiza en su empresa y solo el 76% prefieren seguir con los mismos procedimientos según la encuesta realizada, así mismo, el 31% de los encuestados hace uso de planes estratégicos y el 69% no hacen uso de planes estratégicos

Castillo (2016) en su tesis titulada: *Gestión de calidad y planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la ciudad de Cartavio, año 2016*. Tuvo como objetivo principal, Determinar las características de la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la Ciudad de Cartavio, del año 2016. De lo cual se derivaron los siguientes objetivos específicos Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas en cuanto a Gestión de Calidad y Planeamiento Estratégico del sector comercio – rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la Ciudad de Cartavio, del año 2016. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la Ciudad de Cartavio, del año 2016. Determinar las

principales características de la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la ciudad Cartavio, del año 2016. Determinar las principales características del Planeamiento Estratégico de las empresas dedicadas a la venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la ciudad de Cartavio, del año 2016. El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo .Dentro de los principales resultados obtenidos están: El 63,6% de los representantes de los negocios son del género femenino, el 72,7% son los mismos dueños los que manejan el negocio. En cuanto a la gestión de calidad el 54,5% conocen lo que es gestión de calidad, el 54.6% aplica herramientas de gestión de calidad. Respecto al planeamiento estratégico el 72,7% conocen tanto la visión como la misión de la empresa y tienen claro tanto los objetivos como las metas de la misma y el 72,7% de los encuestados conoce lo que es el planeamiento estratégico. Finalmente se concluyó que la mayoría de empresas son manejadas por mujeres, que a su vez son los mismos dueños, y que la mayoría conoce lo que es gestión de calidad y planeamiento estratégico, pero que no se ve reflejado en el manejo de sus empresas.

Garrido (2018) en su tesis titulada : *Caracterización de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las MIPES hoteleras del Centro de Piura en el año 2018* ,tuvo como Objetivo General, Determinar las características que tiene la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPES del rubro Hotelero del centro de la ciudad de Piura en el año 2018; Por tanto, para conseguir el objetivo general, se ha planteado los siguientes Objetivos Específicos: Determinar la Importancia de la Gestión de Calidad en las MYPES hoteleras del centro de Piura, año 2,018; Identificar los Componentes de Calidad en las MYPES hoteleras del centro de Piura, año 2018; Establecer las Funciones de la Planeación Estratégica en las MYPES hotelera del centro de Piura, año 2018; Conocer los Objetivos Estratégicos de las MYPES hotelera del centro

de Piura, año 2018 Se empleó la metodología de Investigación tipo Descriptiva, nivel Cuantitativo y diseño No Experimental de Corte Transversal. En los principales resultados se detectó que las MYPES hoteleras cumplen con ofrecer productos y servicios de calidad, pero no aplican sistemas de gestión en todas sus áreas organizacionales. Por consiguiente, los propietarios han elaborado planes estratégicos, pero carecen de los conocimientos pertinentes para efectuarlo con eficiencia. Dentro de las principales conclusiones se determinó que las características de la Gestión de calidad y el Planeamiento estratégico de las MYPES hoteleras del centro de Piura son la utilización de una gestión débil en sus operaciones y una administración empírica producto de la falta de conocimientos, control y cultura organizacional

Ibarra (2014) en su tesis titulada: *Plan estratégico para el restaurante "LUNA BRUJA" en La Paz, B.C.S.* Tuvo como objetivo general: Diseñar un plan a través del modelo de planeación estratégica, propuesto por Joaquín Rodríguez Valencia, que haga posible la definición de acciones concretas orientando a la organización hacia el logro de sus objetivos. Objetivos específicos: Definir la razón de ser y rumbo organizacional de la empresa para delinear la naturaleza del negocio a través del modelo de misión y visión de Ashridge. Realizar un análisis estratégico del propósito, del entorno y de los recursos, de la organización a través de la herramienta de análisis FODA. La investigación se considera de tipo aplicada con un enfoque cuantitativo y alcance descriptivo. Se elaboró un cuestionario de respuestas cerradas el cual fue aplicado a un total de 18 personas, obteniendo los siguientes resultados: Las calificaciones de los factores e internos fueron Grado en que la organización planea y controla los resultados 0.26. Suficiencia y competencia de personas para desarrollar y ejecutar las actividades. 0.48 Capacidad para identificar y atender las necesidades del mercado objetivo. 0.46. Forma en que la organización asegura la obtención de los recursos y la liquidez. 0.44. Capacidad de

producción de los servicios ofrecidos. 0.65. Con respecto a las calificaciones externas: Grado en que se conocen a los competidores y saber qué es lo que están haciendo. 0.39. Capacidad de atención a las necesidades que la empresa puede atender. 0.87. Contar con personas que surtan las existencias necesarias para el desarrollo de la actividad. 0.61. Factores del entorno que influyen en las actividades de la empresa. 0.35. Conclusiones: El plan estratégico es considerado el principal instrumento de gestión de la empresa por lo que es importante atender las líneas de acción para asegurar el impacto de las estrategias planteadas. El enfoque estratégico implica la elaboración de planes operativos para su puesta en marcha, es decir se deben establecer las metas a corto plazo para el periodo de tiempo del plan estratégico, por consiguiente la organización deberá establecerlos al momento de implementar el plan, asegurándose de verificar si existe algún cambio en el comportamiento de los factores claves de éxito.

2.2) Marco Teórico

Micro empresas

Según la Ley N° 28015 (2003) artículo 2 le da la siguiente definición a la Micro y pequeña empresa:

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 Microempresa. (p.3)

Entonces podemos definir a la micro y pequeña empresa como aquella unidad económica, que posee distintas características, creadas bajo distintos regímenes dedicadas a distintas actividades.

Características de las Mypes

Las características de las micro y pequeñas empresas son amplias pero en nuestro país las Según la Ley N° 30056 (2013) son las siguientes:

- Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias.
- Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (Artículo, 5)

Las micro y pequeñas empresas se caracterizan por el número de colaboradores que posee y según las ventas que realizan en todo el año, gracias a estas características

estas saben cómo ejecutar sus planes planteándose objetivos en función a todo el entorno de la empresa. Se podrán clasificar cuáles serán sus tributaciones al año y sobre todo crear estrategias adecuadas para cada empresa según su necesidad.

Calidad total

Para Alles. M (2011) la calidad total es definida del siguiente modo: Son los estándares de calidad que hacen mención en los procesos los cuales proceden a suprimir y erradicar aquellos problemas que se suscitan en las organizaciones siendo esta un conjunto que se coordinan para lograr un solo propósito mejorar continuamente todos los procesos es decir gracias a un alto estándar de calidad las funciones que llevan a cabo todos dentro de la organización serán optimizadas al máximo.

La calidad total es la base fundamental en toda organización que quiera una mejora continua, es la herramienta que conllevara a una eficiente administración y mejorara los métodos aplicativos para concretar todas sus metas.

Gestión de calidad

Una adecuada Gestión de calidad, es una serie de procesos que conllevara la planificación, un adecuado control y maximización de recursos y un control de los planes trazados. Con esto queremos decir que la gestión de calidad es la mejora continua a través de una serie de procesos que surge de la necesidad por satisfacer las exigencias del cliente, lo cual engloba a toda la organización

Maldonado (2011) nos indica:

Es lograr que todas y cada una de las personas que forman la empresa conozcan y entiendan claramente su trabajo, para hacerlo bien desde el principio, en un clima de cordialidad y satisfacción en donde cada día se tenga un reto al iniciar y un logro al terminar (p.37).

Principios de la gestión de calidad

La gestión de calidad presenta principios que contribuyen con en el rendimiento de las organizaciones Según la Norma ISO 9001:2015(2017) los principios son los siguientes:

Principio 1: enfoque al cliente.- Las empresas dependen de sus clientes, por lo tanto deben comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer todos los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder a las expectativas de los empleados.

Principio 2: Liderazgo.- Los líderes establecen la unidad de propósito y orientación de la empresa. Deben crear y mantener un ambiente interno en el cual los empleados puedan llegar a involucrarse totalmente para conseguir los objetivos de la empresa

Principio 3: Participación del personal.- El personal es la esencia de la empresa y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean utilizadas para el beneficio de la empresa.

Principio 4: Enfoque basado en proceso.- Un resultado deseado se consigue más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso

Principio 5: Enfoque de sistema para la gestión.- Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados con un sistema, contribuye a la eficiencia y eficacia de una empresa para conseguir sus objetivos.

Principio 6: Mejora continua.- La mejora continua del desempeño general de las empresas debe ser un objeto permanente.

Principio 7: Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones.- Las decisiones se basan en el análisis de los datos y la información

Principio 8: Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.- Una empresa y sus proveedores son interdependientes y una relación beneficiosa para aumentar la capacidad de ambos para crear valor (p. 1,2).

La gestión de calidad presenta normas estas contribuyen al rendimiento de la empresa al proveerles, una mejora continua, a través de un enfoque de sistemas en la gestión, basándose en la toma de decisiones para tener una relación beneficiaria con los proveedores y clientes, donde se involucra a todo el personal y dependerá del liderazgo del representante y como planteara sus estrategias para fidelizar al cliente.

Tipo de emprendedores:

En nuestro país abarcan distintos tipos de Emprendedores según Luna (2014) Los emprendedores tienen distintas maneras de ser clasificados por sus distintos enfoques entre ellos tenemos:

- Administrativo: Aquel que relaciona la forma de gestión de forma científica , teniendo teorías al momento de realizar alguna acción dentro de la empresa
- Incubadora: No se limita a un solo rubro siempre busca la manera de incursionar en otros negocios, reinventando y creando nuevas líneas.
- Adquisitivo: aplica la mejora continua en el crecimiento de su empresa
- Oportunista : aprovecha todas las oportunidades estratégicas en el momento adecuado
- Imitador :Imita las técnicas y estrategias de otras empresas y busca mejorarlas

➤ Artesano: Aquel emprendedor que surge de lo empírico. Más no se capacita o tiene mucho conocimiento de cómo mejorar su negocio.

Existen distintos tipos de emprendedores, clasificados por sus habilidades y por la forma en como manejan sus negocios, la mayoría aplican sus conocimientos para hacer crecer sus adecuadamente.

Planeamiento estratégico:

El planeamiento estratégico juega un papel importante en las empresas, dado que esta herramienta administrativa proporcionara a la empresa una misión visión, donde concretara sus objetivos

Chivenato y Sapiro (2017) Consideran al planeamiento estratégico como el proceso indicado para definir y diseñar un plan , el cual les otorgara ventajas frente a su competencia directa mejorando y concretando sus metas y objetivos trazados ,el planeamiento estratégico beneficiara a la empresa generando mayores utilidades y mejorando su posicionamiento dentro del mercado .

Rezende (2015), el planeamiento estratégico, no solamente es una herramienta administrativa es también un proceso en el cual está involucrada toda la empresa, en el cual la participación del gerente general tanto como de los colaboradores será clave para determinar sus objetivos y la realización de estrategias planteadas en base a sus objetivos.

Para los micro emprendedores el planeamiento estratégico les servirá de guía para poder establecer una base la cual aplicaran para concretar la visión de su negocio atreves de estrategias generadas en base a sus objetivos.

Importancia del planeamiento estratégico

El emprendedor deberá realizar una planificación estratégica , para poder sobrevivir dentro de un mercado tan competitivo , mejorando constantemente su servicio y creando competitividad , estando al día con las nuevas tendencias y supliendo las necesidades que tengan los consumidores

El uso adecuado del Planeamiento Estratégico, nos ayuda a adquirir un concepto muy claro de nuestra organización, a su vez hace posible la formulación de planes y actividades que nos llevan hacia los objetivos organizacionales. Por otra parte, nos permite evaluar las perspectivas o tendencias organizacionales mediante una autoevaluación continua, identificando exactamente hacia donde se quiere llegar, como y cuando, y según ello, seleccionar los programas o proyectos a implementar en la organización. Para ello debe conocerse a sí mismo y saber el ambiente en el cual va a actuar. También el Planeamiento Estratégico es importante porque permitirá desarrollar diferencias competitivas, anticipar sucesos desfavorables, desarrollar servicios y productos adecuados al mercado (Milla, 2007, p 19,20)

Para que una empresa tenga éxito deberá planificar, organizar y controlar de manera eficiente los recursos que posea, teniendo en cuenta que la globalización y los avances tecnológicos han ayudado en gran medida a que las empresas tengan información y puedan innovarse de manera exorbitante.

Concluyendo el planeamiento estratégico es fundamental para toda organización que desea permanecer en el mercado , dado que abarca todos los aspectos fundamentales que una empresa debe poseer desde tener una misión ,visión , y estrategias creadas a partir de analizar su entorno interno y externo para su mejora.

Fases del planeamiento estratégico

Según INCISPP (2017) el planeamiento estratégico tiene tres fases en las cuales se ejecutaran el plan de acciones y estrategias para la mejora de la empresa.

1) Primera fase -Fase Prospectiva:

En esta fase se desarrolla como planificar la visión de la empresa es decir, se ejecutan y determinan los planes basándose en cómo se encuentra la empresa en ese momento, es decir se toman en cuenta todos los aspectos de la situación actual de la empresa.

Esto quiere decir que deberán analizar todas las variables, inmueble, competencia, bienes, atención todo aspecto de la empresa, deberá ser observado y analizado, planteándose estrategias que construyan mejoras continuas en la empresa, en un futuro inmediato, reduciendo riesgos y captando oportunidades.

Esta fase comprende:

- Elaborar
- Identificar
- Analizar
- Diagnosticar
- Construir

Identificando modelos en base al sector, analizando las tendencias y dando diagnósticos sobre cómo construir futuros escenarios, se debe tener en cuenta dos pasos a realizar

- Pensar escenarios: ¿Para qué pensar escenarios?, la respuesta a ello es que al pensar escenarios, estos nos indican como podríamos afrontar

futuros inconvenientes que se susciten en la empresa, y así dar solución de manera adecuada.

- Planear escenarios: en una empresa se planea escenarios para eliminar la incertidumbre que se pueda generar dentro de la empresa, desarrollando estrategias y creando un cambio positivo, para implementar y generar nuevos productos y servicios.

2) Segunda fase - Fase Estratégica

En esta fase las empresas buscan determinar los objetivos planteados a través de su razón de ser (MISION) y lo que busca ser (VISION), en esta etapa se definen con claridad cuál será el escenario a construir utilizando lo antes mencionado, utilizando la información brindada en la fase prospectiva

Las etapas de esta fase son:

- Escenarios apuesta: Se visualiza y determina un posible escenario, como resultado tenemos los posibles eventos que se susciten dentro de él. Ya que este escenario nos ofrece la mejor alternativa para la realidad de futuro que estamos apostando.
- Visión: Es lo que la empresa desea ser en un futuro, por lo cual se utilizarán los escenarios de apuestas con la finalidad de llegar a concretar sus deseos. La visión tiene dos etapas, una se enfoca hacia su entorno y el otro hacia la institución, esta última tiene normas:

1. Objetivo estratégico: Son los propósitos que se plantea la empresa, es decir aquí, se desarrollarán los cambios para poder concretar estos propósitos.

2. Acciones estratégicas: a través de las acciones estratégicas se podrán concretar los objetivos estratégicos utilizando todos los recursos disponibles en la empresa, a través de las acciones se logran concretar estos objetivos, la finalidad será que debe realizarse para concretar los objetivos

Estrategias sectoriales de esta fase

- Cambio : son aquellas acciones que generan el cambio
- Medida política: son aquellas acciones que modificaran a terceros
- Proyecto priorizado : proyectos que al ser ejecutados, logran concretar los objetivos estratégicos planteados

3) Tercera fase - Fase del planeamiento estratégico:

Aquí se involucra toda las fases anteriores, involucrando a todas las áreas de la empresa , en esta fase se lleva acabo el desarrollo de las actividades , a ejecutar para la viabilidad del proyecto , en la cual ya se habrá analizado el presupuesto , las metas que tengan con la cual alcanzaran sus objetivos

Existen dos fases para alcanzar los objetivos los cuales serán:

- 3.1) PEI (plan estratégico institucional): aquel que proporciona todas las estrategias, acciones, metas e indicadores que se realizaran en las organizaciones ya sean públicas o privadas, el tiempo que se necesita para poder aplicar un PEI es por lo menos de 3 años.
- 3.2) POI (Plan operativo Institucional): permite modificar el PEI, modificando las acciones en un lapso de un año.

Misión

“Se tiene como propósito expresar el objetivo de la empresa a los trabajadores de manera activa teniendo relevancia en el ámbito laboral de este”. (Thompson, 2009, p.4)

En una organización el representante deberá plantear una misión para saber cuál es la razón de ser de la empresa, por lo que deberá saber hacia dónde se dirige su empresa y cuál es su propósito, distintos autores nos indican este mismo concepto es por eso que el representante deberá entender lo importante que es aplicar una misión al momento de crear la empresa.

Se debe tener en cuenta que la misión que tiene una empresa debe de ser acorde al objetivo o propósito que tenga con la sociedad, siendo así que los colaboradores realicen sus funciones en conjunto acorde del cargo que tengan en la empresa.(Luna,2016)

Visión

Luna (2016) Es la dirección a dónde va la empresa en un futuro con respecto al crecimiento de la empresa y la satisfacción de los consumidores.

Por ende los colaboradores tienen la tarea de actuar estratégicamente poniéndose al día con respecto a las nuevas necesidades que el consumidor tenga.

La visión es lo que deberá proyectarse el futuro emprendedor, luego de haber fijado su misión, la tarea hacia delante de este se concretara a través de objetivos ya sea a largo, mediano o corto plazo, según el rubro y meta trazada de la empresa.

Análisis interno

Ventura (2009) nos dice que el análisis interno es todo lo que en la empresa tenga como fortaleza y debilidad es decir, aquello que destaque y que lo diferencie teniendo mejor competitividad, y aquello que sea utilizado en su contra

Tiene como objetivo poder identificar lo que resalte y lo que debilite a la empresa en cuanto a lo administrativo, cultural, condición del producto o servicio, producción, tecnología, imagen y reputación de la empresa.

Así como también se evalúa los valores de la empresa en cuanto a los procedimientos estratégicos que tenga con la competencia y la disposición que tenga con el consumidor.

El análisis interno en una empresa servirá para identificar las fortalezas y debilidades que esta posea, mejorando los puntos débiles y resaltando sus fortalezas en beneficio a la empresa

Análisis externo

El análisis externo en una empresa será todo aquello que afecta directamente pero que no pertenezca a la empresa, hablamos de las amenazas y fortalezas

Fernández (2010) nos dice consiste en la evaluación de factores externos que generen cambios en la empresa y que esta no pueda controlar.

Un análisis externo es beneficioso en la empresa ya que al aplicarla se puede tomar las oportunidades en base a estrategias y disminuir las amenazas o evitarlas, mejorando la empresa notablemente a cumplir sus objetivos

Análisis FODA

Martínez y Milla (2010): será la herramienta que nos indique la situación actual de la empresa es decir nos proporcionara un diagnostico actual, para la toma de decisiones de acuerdo a los objetivos que se plantearon en un inicio.

Un análisis FODA no es más que una herramienta administrativa que se presenta en forma de acróstico dado que sus siglas nos indican Fortaleza, Oportunidad, Debilidad y amenaza, las cuales se obtienen al realizar un diagnóstico en la empresa, es decir se realiza un análisis interno y externo para poder determinar y plantear futuras estrategias en distintos y posibles escenarios

Si hablamos de las Fortalezas y debilidades de la organización nos estamos refiriendo al análisis interno como se mencionó antes, cuando hacemos mención de las Oportunidades y Amenazas nos referimos al entorno externo, estos cuatro aspectos serán determinantes para la mejora continua en la organización

- Fortaleza: características que resaltan en la empresa las cuales las distinguen de su competencia, entre las cuales pueden resaltar sus habilidades, servicio, recursos entre otros. Son aspectos positivos con los que cuenta la empresa.
- Oportunidad: Son factores externos favorables, que posicionan a la empresa a obtener una ventaja competitiva.
- Debilidad: Características que afectan a la empresa en relación a su competencia, son aquellos recursos, servicios, capacidades, con las que no cuenta la empresa, considerándose aspectos negativos de ella.
- Amenazas: Son factores externos, perjudiciales para la organización los cuales deberán ser reducidos o erradicados.

MATRIZ CRUZADA

Una matriz cruzada del sobre el analisis FODA es el cruce de las fortalezas y oportunidades con las debilidades y amenazas creando estrategias de maximo y maximo y de minimo y minimo ,una matriz cruzada presenta 4 tipos de estrategias que se formaran a travez del analisis FODA según Guerra (2018) ,nos dice que una matriz cruzada :

La matriz cuenta con nueve celdas. Cuatro para factores clave FODA, cuatro celdas para estrategias para estrategias denominadas FO, DO, FA, DA y una celda que siempre se deja en blanco(celda superior de la izquierda donde va el titulo)

La matriz cruzada propone obtener cuatro tipo de estrategias

1 FO (Maxi-Maxi) Estrategia para maximizar tanto las F como las O

2 DO (Mini-Maxi)Estrategia para minimizar las D y maximizar las O

3 FA (Maxi- Mini)Estrategia para maximizar las F y minimizar amenazas A

4 DA (Mini-Mini)Estrategia para minimizar tanto las A como las D (p .224)

El cruce de una Matriz FODA servirá para la realización de estrategias que suprimirán las debilidades y amenazas que se den en el entorno interno y externo de la empresa, para la mejora de estas, eligiendo la mejor alternativa para maximizar los recursos y tener una administración eficiente.

MATRIZ	OPORTUNIDADES	AMENAZA
FORTALEZA	FO(maxi-maxi)	FA(maxi-mini)
DEBILIDADES	DO(mini-maxi)	DA(mini-mini)

Fuente: Elaboración propia del autor

2.3) Marco Conceptual

Micro y pequeñas empresas:

Un micro y pequeña empresa es aquella unidad que brindara estabilidad económica a todo aquel emprendedor que busca la necesidad de solventarse, ofreciendo productos o la prestación de servicios, siendo intercambiados por dinero

Las micro y pequeñas empresas generan gran desarrollo dentro y fuera de nuestro país, su importancia radica en el desarrollo que estas ejercen, al disminuir la pobreza aumentar los empleos y generar cambios positivos dentro de cada comunidad.

Calidad

Excelencia, característica fundamental que diferencia al resto por ser mejor y tener un valor distinto, la calidad es aquello que busca los demandantes al momento de adquirir un producto o servicio

Gestión de Calidad

Serie de procesos que llevan una mejora continua en la empresa, teniendo normas y principios planificados , organizados y controlados a detalle la gestión de calidad es el máximo estándar que necesitan todas las empresas sin importar su finalidad .

Importancia del planeamiento estratégico teniendo como base una gestión de calidad

El planeamiento estratégico a diferencia de otras herramientas administrativas, tiene una gestión adecuada que permitirá a los microempresarios , implementar una misión , visión en base a los objetivos estratégicos de la empresa , el planeamiento

estratégico es una serie de proceso que con lleva al éxito y al cumplimiento de sus objetivos .

El planeamiento estratégico es un factor determinante cuando hablamos de gestión de calidad, dado que ambos buscan orientar de forma adecuada, cumpliendo altos estándares y satisfaciendo las exigencias de los consumidores, en la actualidad la mayoría de emprendedores tiene noción sobre la gestión de calidad más no la aplica por diversos factores , entre los cuales el más imponente es el gasto que puede acarrear implementar este tipo de gestión en la empresa , y no se empapan de la información que pueden serle útil al momento de fidelizar o captar nuevos clientes . El planeamiento estratégico y la gestión de calidad tienen correlación dado que ambos tienen la misma finalidad, mejorar la empresa atreves de una planificación de calidad en base a sus objetivos, y su visión implantada, satisfaciendo las exigencias actuales de los clientes.

Relación e importancia de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes y su relación con el planeamiento estratégico

Estas mypes son creadas por los emprendedores porque vieron en ellas una oportunidad única la cual no desaprovecharon , dado que el vender comida es algo que siempre será indispensable en todo aquel que no disponga de tiempo , como estudiantes, universitarios , trabajadores , entre otros . Existen más de una razón por la cual es factible rentar un negocio de comida y más aun sabiendo que están dejan un amplio margen de ganancia.

Donde fallan las empresas es cuando deciden poner en marcha estas empresas teniendo como único propósito obtener la popular frase “ ganancia del día “ lo que puede ser el equivalente a un día de trabajo o tal vez más . Pero no es ideal de cómo llevar una

administración adecuada, la fidelización y captación de clientes se logra a través de una serie de estrategias y procesos que solo con una buena planeación podrá ser ejecutada.

Muchas empresas no cumplen los principios básicos de una administración adecuada como lo es planificar, organizar, ejecutar y controlar su gestión por ello a pesar de que el rubro de los restaurantes es rentable, innumerables mypes suelen cerrar antes de cumplir el año, la mala ubicación, falta de competitividad, falta de creatividad e innovación y falta de análisis de su entorno, empobrece a la administración de estas.

Un planeamiento estratégico será indispensable para que puedan mantener a flote en el mercado y logren posicionarse, mejoren sus utilidades, generen oportunidades de expansión y innoven su servicio cumpliendo con las necesidades de los clientes.

III. HIPÓTESIS

En esta investigación titulada: Planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.

No se plantea hipótesis, dado que es una investigación de tipo descriptiva y estará sujeta a los resultados obtenidos.

IV. METODOLOGÍA

4.1) Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación será no experimental-transversal, porque se obtuvieron los resultados luego de observar las variables de gestión de calidad y planeamiento estratégico sin modificarlas en su estado natural

El diseño de esta investigación será no experimental-transversal y de diseño descriptivo.

Donde será no experimental: porque las variables de estudio no sufrirán manipulación alguna y se evaluarán como se presentan en la realidad.

Del mismo modo se considerará transversal porque se observarán las variables en un periodo de tiempo determinado. Donde tendrán un inicio y un fin en el año 2019

Por último será descriptivo porque describe las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.

a. Diseño de una casilla:



Donde:

M: representa la muestra

O: representa lo que observamos

4.2) Población muestral

Para la realización del estudio se utilizara una población muestral conformada por 10 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019., la cual se obtuvo a cabo a través de un sondeo, La muestra está constituida por el 100% de la población la cual se consiguió por medio de un muestreo por conveniencia, donde participaron 10 de las micro y pequeñas

empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019 a través de sus representantes. El criterio de selección se dio en base a la disponibilidad de tiempo y la voluntad para brindar información por parte de los propietarios encuestados.

4.3) Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes	Persona natural o jurídica que representa y asume la responsabilidad de una empresa.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 30 años - De 31 a 50 años - De 51 años a más 	Razón
		Género	<ul style="list-style-type: none"> - Masculino - Femenino 	Nominal
		Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> - Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitario - Superior universitario 	Ordinal
		Cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Dueño - Administrador 	Nominal
		Tiempo en el Cargo	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 años a más 	Razón

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Cuantos años tiene la MYPE	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 años a mas 	Razón
		N° trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores. 	Razón
		Personas que trabajan en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Personas familiares - Personas no familiares 	Nominal
		Objetivo de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancias - Subsistencia 	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
	Serie de procesos que ayuda a planificar ejecutar y controlar las funciones y	Termino gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Técnicas de gestión que aplica	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Lluvia de ideas - Empowerment - La 5 s - Liderazgo 	Nominal

Gestión de calidad	tareas dentro de la empresa r , bajo un alto estándar de calidad		- otros	
		Dificultades del personal en la gestión	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros 	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - La escala de puntuaciones - Evaluación 360° - Otros 	Nominal
		Gestión de calidad mejora el rendimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - No opina 	Nominal
	Es una herramienta que permite mejorar la dirección de la empresas, a través del establecimiento de objetivos y estrategias, de esta manera se puede lograr maximizar	Conoce el Plan estratégico	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tiene cierto conocimiento 	Nominal
		Los valores o principios están claramente definidos	<ul style="list-style-type: none"> - Misión - Visión - Valores - Políticas de calidad 	Nominal
		Cuenta con un plan estratégico	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Para que utiliza el plan estratégico	<ul style="list-style-type: none"> - Descubrir lo mejor de su empresa 	Nominal

Planeamiento o estratégico	la rentabilidad de las empresas.		<ul style="list-style-type: none"> - Aclarar ideas futuras - Prevenir cualquier eventualidad - Diseñar una estructura de objetivos que desea lograr a largo plazo - No utiliza un plan estratégico 	
		Principales preocupaciones que posee su empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Producción - Inversión - Ahorro - Crédito 	Nominal
		Alguna vez ha realizado un diagnóstico FODA	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades y oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces - No porque no aplica un plan estratégico 	Nominal
		Planificación estratégica disminuye los errores	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces - No ha disminuido los riesgos empresariales 	Nominal

			porque no lo aplica	
		Beneficios de la planificación estratégica	<ul style="list-style-type: none"> - Detectar áreas de mejora - Mayor adaptación a los cambios - Optimización de recursos - No ha logrado ningún beneficio porque no aplica un plan de estratégico 	Nominal
		Planeamiento estratégico factor relevante en gestión	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Planeamiento Estratégico factor relevante para mejora nivel de satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Planeamiento estratégico mejora la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Obtener una visión del futuro - Determinar y lograr objetivos - Estrategias de Mejoras continuas - Todas las anteriores 	Nominal

		Ventajas del planeamiento estratégico	<ul style="list-style-type: none"> - Rentabilidad - Buena imagen - Fidelización 	Nominal
		Normas del planeamiento estratégico	<ul style="list-style-type: none"> - Norma ISO 9001-2015 - Reglamento de la empresa 	Nominal

4.4) Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para la recolección de datos y el desarrollo del trabajo de investigación de los diferentes representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019, fue la encuesta.

Así mismo, el instrumento que se empleó en la investigación es el Cuestionario estructurado con 28 preguntas cerradas relacionados con el planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad, con la finalidad de evaluar las respuestas y de esta manera tener una evidencia cercana en cuanto al estudio investigado.

Estructura de la encuesta:

- Son 5 preguntas referidas a los representantes legales de la empresa.
- Son 4 preguntas referidas a las micro y pequeñas empresas.
- Son 19 preguntas referidas a la gestión de calidad en atención al cliente.

4.5) Plan de análisis

Los datos obtenidos posteriores a la aplicación del cuestionario serán procesados utilizando hojas de cálculo de Microsoft Excel 2013 y Word, realizando el análisis

descriptivo de los datos a través de tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales con sus respectivos gráficos

4.6) Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Poblacion y muestra	Metodos	Tecnicas e instrumentos
<p>Central:</p> <p>¿Cuáles son las principales características del Planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.</p> <p>Secundario</p> <p>-¿ Cuales son las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.</p>	<p>General:</p> <p>Determinar las principales características del planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.</p> <p>Específicos:</p> <p>-Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito</p>	<p>Gestión de calidad</p> <p>Es una serie de acciones que llevan a un proceso , rigiéndose a tener altos estándares de calidad , para cumplir las exigencias d los clientes</p> <p>Planeamiento Estratégico :</p> <p>Es la herramienta administrativa que permite gestionar de manera adecuada a la empresa implementand o una visión y visión las cuales les proporcionara n objetivos estratégicos para la mejora</p>	<p>Población :</p> <p>La población está conformada por 10 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra está dirigida a 10 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas,</p>	<p>Diseño de la investigación:</p> <p>Se utilizó un diseño no experiment al-transversal. En donde fue experiment al porque las variables de estudio no sufrirán manipulación alguna, y se evaluarán como se presentan en la realidad. Asimismo fue transversal porque se observarán las variables</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta permitió obtener información a través del contacto directo con los elementos muestrales, por medio de interrogaciones.</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario, serie de preguntas con respuesta dicotómica y/o múltiple que permite obtener información directamente de la investigación</p>

<p>-¿ Cuales son las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.</p>	<p>Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019. -Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.</p>	<p>continua en la empresa</p>	<p>Ancash 2019.</p>	<p>en un periodo de tiempo determinado</p>	
<p>-¿Cuáles son las principales características del Planemiento Estrategico como factor relevante en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.</p>	<p>Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019. -Determinar las principales características del Planeamiento Estratégico como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.</p>				
<p>-¿Cuál es la propuesta de mejora sobre El planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad en la aplicación de la atención al cliente micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.</p>	<p>Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019. -Elaborar una propuesta de mejora en función a los resultados de las micro y pequeñas empresas del sector servicios,</p>				

	rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019.				
--	---	--	--	--	--

4.7) Principios éticos

Se plantea los principios establecidos en el Código de Ética de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH)

Protección de las Personas: Se respetó la información veraz y integra dignidad del autor como punto fundamental el respeto de sus derechos.

Justicia: Salvaguardamos el juicio razonable, por ende, cada decisión que se tome sea justa en el transcurso de la investigación.

Beneficencia y no maleficencia: Preservamos el respeto y la integridad velando el bienestar de los autores.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019

Datos Generales	N	%
Edad		
18 a 30 años	1	10,0
31 a 50 años	4	40,0
51 a más años	5	50,0
Total	10	100,00
Género		
Masculino	7	70,0
Femenino	3	30,0
Total	10	100,00
Grado		
Sin instrucción	0	0,0
Educación básica	1	10,0
Superior no Universitaria	8	80,0
Superior Universitaria	1	10,0
Total	10	100,00
Cargo		
Dueño	9	90,0
Administrador	1	10,0
Total	10	100,00
Años en el cargo		
0 a 3 años	2	20,0
4 a 6 años	6	60,0
7 a más años	2	20,0
Total	10	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a los Representantes de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019

Tabla 2

Características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019

Empresas	N	%
Tiempo en el rubro		
0 a 3 años	2	20,0
4 a 6 años	7	60,0
7 a más años	1	20,0
Total	10	100,00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	9	90,0
6 a 10 trabajadores	1	10,0
11 a más trabajadores	0	0
Total	10	100,00
Personas que trabajan		
Familiares	4	40,0
No familiares	6	60,0
Total	10	100,00
Objetivo de creación		
Generar ganancias	7	70,0
Subsistencia	3	30,0
Total	10	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a los Representantes de las MYPES sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019

Tabla 3

Características del Planeamiento Estratégico como factor relevante de la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019

Gestión de Calidad y Planeamiento estratégico	N	%
Gestión de calidad		
Si	9	90,0
No	1	10,0
Total	10	100,00
Técnicas Moderna de Gestión		
Benchmarking	0	0,0
Atención al cliente	5	50,0
Empowerment	0	0,0
La 5 s	0	0,0
Liderazgo empresarial	4	40,0
Otros	1	10,0
Total	10	100,00
Dificultades en la Gestión de calidad		
Poca iniciativa	1	10,0
Aprendizaje lento	4	40,0
No se adapta a los cambios	1	10,0
Desconocimiento del puesto	2	20,0
Otros	2	20,0
Total	10	100,00
Técnica de medición de rendimiento		
Observación	7	70,0
Evaluación	2	20,0
Escala de puntuación	0	0,0
Evaluación de 360	0	0,0
Otros	1	10,0
Total	10	100,00
Mejora el rendimiento de la empresa		
Si	8	80,0
No	0	0,0
No opina	2	20,0
Total	10	100,00

Continúa

Tabla 3 Continuación

Término Plan estratégico	N	%
Si	2	20,0
No	1	10,0
Tengo cierto conocimiento	7	70,0
Total	10	100,0
Valores o principios definidos		
Misión	80	80,0
Visión	1	10,0
Valores	0	0,0
Políticas de calidad	1	10,0
Total	10	100,0
Tiene un plan estratégico		
Si	2	20,0
No	8	80,0
Total	2	100,0
Usa plan estratégico		
Descubrir lo mejor de su empresa	0	0,0
Aclarar ideas futuras	1	10,0
Prevenir cualquier eventualidad	1	10,0
Diseñar una estructura de objetivos que desea lograr a largo plazo	0	0,0
No utiliza un plan estratégico	8	80,0
Total	10	100,0
Preocupaciones de la empresa		
Producción	2	20,0
Inversión	1	10,0
Ahorro	2	20,0
Crédito	5	50,0
Total	10	100,0

Continúa

Tabla 3 Continuación

Aplica FODA	N	%
Si	2	20,0
No	8	80,0
Total	10	100,0
Debilidades y amenazas según plan estratégico		
Si	1	10,0
No	0	0,0
A veces	1	10,0
No porque no aplica un plan estratégico	8	80,0
Total	10	100,0
Plan disminuye errores empresariales		
Si	1	10,0
No	0	0,0
A veces	1	10,0
No ha disminuido los riesgos empresariales porque no lo aplica	8	80,0
Total	10	100,0
Beneficios de usar plan estratégico		
Detectar áreas de mejora	1	10,0
Mayor adaptación a los cambios	0	0,0
Optimización de recursos	1	10,0
No ha logrado ningún beneficio porque no aplica un plan de estratégico	8	80,0
Total	10	100,0
Plan factor relevante en gestión		
Si	2	20,0
No	8	80,0
Total	10	100,0

Continúa

Tabla 3 Continuación

Plan estratégico relevante en satisfacción	Factor	N	%
Si		2	20,0
No		8	80,0
Total		10	100,00
Plan estratégico mejora la empresa			
Obtener una visión del futuro		2	20,0
Determinar y lograr objetivos		0	0,0
Estrategias de mejora continuas		0	0,0
No mejora porque no aplica un plan estratégico		8	80,0
Total		10	100,0
Ventajas del plan estratégico			
Rentabilidad		10	100,0
Buena imagen		0	0,0
Fidelización		0	0,0
Total		10	100,0
Normas del plan estratégico			
Norma ISO 9001-2015		0	0,0
Ninguna		10	100,0
Total		10	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a los Representantes de las MYPES del Sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019

Tabla 4

Propuesta de mejora sobre el planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019

PROPUESTA DE MEJORA

PROBLEMA ENCONTRADO (RESULTADO)	CAUSA	SOLUCION- APLICACIÓN DE MEJORA	RESPONSABLE
No conocen beneficios y ventajas de la Gestión de calidad	Falta de interés e información por parte de los propietarios	Brindar Charlas y capacitaciones sobre los beneficios y ventajas de la gestión de calidad	Administrador
Dificultad para implantar una gestión de calidad	Los trabajadores presentan un aprendizaje lento al momento de implantar una gestión de calidad	Se propone mejorar el desempeño de los colaboradores a través de incentivos a aquellos que se desempeñen mejor al momento de implantar la gestión y verificar su desempeño a través de evaluaciones	Administrador
Solo usan la Atención al cliente como única técnica moderna de Gestión	Desconocen otras técnicas modernas de gestión	Deben implementar otras técnicas como el Benchmarking , Empowerment o liderazgo empresarial , para mejorar la administración y crear mejores estrategias	Administrador

Desconocen la importancia del planeamiento estratégico	Falta de interés y conocimiento o por parte de los propietarios	Se propone capacitaciones, charlas y talleres sobre los beneficios e importancia del plan estratégico dentro de una administración	Administrador
No aplican política de calidad	Los representantes encuestados creen que implantar políticas de calidad solo genera costos	Se recomienda charlas sobre la importancia de tener políticas de calidad y los beneficios que estos otorgan a la administración	Administrador
No cuentan con un plan estratégico	Falta de conocimiento y aplicación de un plan estratégico	Se recomienda realizar e implantar un plan estratégico lo cual ayudará a la rentabilidad y a la gestión de la empresa	Administrador
No Aplican diagnostico FODA	No consideran necesarios hacer una evaluación interna y externa	Se recomienda la realización de evaluar interna y externamente para ver la situación de la empresa y realizar las mejoras necesarios, sufriendo los errores o amenazas que se pueden presentar	Administrador
Considera que el plan estratégico no es un factor relevante para medir la satisfacción del cliente	Los representantes no consideran que un plan estratégico sea importante para que un cliente quede satisfecho	Se recomienda hacer un seguimiento a los clientes y ver qué factores son los que consideran importantes para que regresen al establecimiento	Administrador
No consideran al plan estratégico como un factor relevante en la gestión de calidad	Los representantes no consideran que un plan estratégico sea importante para la gestión de calidad	Se recomienda crear talleres para relacionar como influye y la importancia de crear y usar un plan estratégico	Administrador

No emplea normas de calidad en el plan estratégico	No aplican normas de calidad porque lo consideran innecesarios para su gestión	Implementar normas de calidad basadas en el plan estratégico que se implementara para la mejora de la atención en su establecimiento	Administrador
--	--	--	----------------------

5.2 Análisis de los resultados

Tabla 1

La mayoría de los representantes encuestados tienen de 51 años a más en un 50% , esto coincide con , Manrique (2015) el cual indica que el 48 % tiene de 51 años a mas , asimismo coincide con Castillo (2016) el cual nos comenta que el 45,5% tiene de 50 años a mas , Por otra parte contrasta con Contreras el cual indica que sus representantes encuestados tienen de 31 a 50 años en un 70% , asimismo contrasta con López (2018) el cual nos comenta en su investigación que el 74,36% tiene de 31 a 50 años, del mismo modo contrasta con Gonzales (2018) el cual nos comenta que el 57% tiene de 31 a 50 años . Se concluye que los representantes son personas experimentadas, con conocimientos empíricos y pueden sacar adelante el negocio.

El 70% de los representantes encuestados pertenecen al género masculino , esto coincide con Manrique (2015) el cual nos indica que el 49% tiene como género masculino , asimismo coincide con Gonzales (2018) el cual muestra que el 64 % son de los representantes son del género masculino, también coincide con Contreras (2016) el cual nos comenta que el 60 % tiene como género masculino ,del mismo modo coincide con López (2018) el también indica que el 61,54% tiene como genero el sexo masculino, por otra parte contrasta con Castillo (2016) el cual indica que el 63,6% tiene como genero el sexo femenino. Esto nos indica que los representantes de las micro y pequeñas empresas

encuestadas son varones fuertes que supieron anteponerse ante la adversidad y lograron salir a delante.

El 80% tiene como grado de instrucción una educación superior no universitaria, lo cual coincide con Contreras (2016) el cual indica que el 40% tiene un grado de instrucción superior no universitaria, por otra parte contrasta con López (2018) el cual indica que el 58,97% tiene un grado de instrucción universitaria, asimismo contrasta con Gonzales (2018) el cual nos comenta que el 43% tiene un grado de instrucción superior universitaria. Los representantes no estudiaron una carrera universitaria pero no por ello sintieron miedo de emprender con éxito sus empresas que hoy en día ya están posicionadas en el mercado.

El 90% de los representantes están bajo el cargo de dueños , lo cual coincide con Manrique (2015) el cual comenta que el 70% tiene como dueños a sus representantes , asimismo coincide con Contreras (2016) el cual nos comenta que el 80% tiene como cargo el de dueños ,asimismo coincide con Gonzales (2018) el cual indica que el 64% de sus representantes son los dueños , y también coinciden con Castillo (2016) el cual muestra que el 72,7% de sus representantes encuestados son los dueños , por otra parte contrasta con Lopez (2018) el cual indica que el 64,10% tiene como cargo el de administrador. Los representantes supervisan y se hacen cargo de sus negocios personalmente, supervisando y solucionando todos los problemas que se susciten en las empresas

El 60% de los representantes llevan en el cargo de 4 a 6 años, esto contrasta con Castillo (2016) el cual indica que el 54,5% de los representantes llevan en el cargo de 5 años a más, así mismo contrasta con Gonzales(2018) los cuales llevan en el cargo de 7 años a mas en un 57% , esto mismo contrasta con Contreras (2016) el cual comenta que el 40% de los representantes tienen de 7 años a mas ,también contrasta con López (2018) el cual comenta que el 51,28% de los encuestados tienen en el cargo de 7 años a más.

Los representantes son personas que han podido mantener su posición en el mercado a pesar de que en los últimos años su competencia se ha incrementado dedicándose a lleno desde un inicio hasta la actualidad dedicándole el tiempo necesario para mejorar la administración en la empresa

Tabla 2

El 60% de las micro y pequeñas empresas llevan en el mercado de 4 a 6 años , esto coincide con López (2018) el cual indica que el 64,10% tiene de 4 a 6 años en el rubro , asimismo contrasta con Contreras (2016) el cual indica que el 50% las empresas encuestadas tienen de 7 años a más , asimismo contrasta con Gonzales (2018) el cual nos comenta que el 50% lleva en el rubro de 7 años a más, también coincide parcialmente con Castillo (2016) el cual indica que el 54,5% de las empresas llevan en el rubro de 5 años a más. A pesar del poco capital con el que contaron al iniciar y la poca cartera de clientes, estas mypes lograron permanecer en el mercado, y afrontar los obstáculos y nuevas empresas que se dedicaran al mismo rubro.

El 90% de las empresas tienen de 1 a 5 colaboradores , lo cual coincide con Gonzales (2018) en un 57% , así mismo coincide con Contreras (2016) el cual indica que el 90% tienen de 1 a 5 colaboradores , también coincide con Lopez (2018) al decir que el 82,05% de las empresas tienen de 1 a 5 colaboradores . Las empresas a pesar del tiempo en el rubro aún no han logrado expandirse lo suficiente o ampliar sus locales motivos por el cual logran abastecerse con un número de personal bajo.

El 60% de los colaboradores con los que trabajan la empresa no pertenecen a su círculo familiar, lo cual contrasta con Contreras el cual indica que el 80% de los colaboradores son familiares, por otra parte coincide con Gonzales (2018) el cual nos

comenta que el 64% de sus colaboradores no son familiares .Esto indica que los representantes de las empresas escogen a su personal, atreves de una evaluación y si cuentan con el perfil, habilidades y capacidad para asumir sus puestos y que no son familiares

El 70% del objetivo de creación de las empresas es generar ganancias, asimismo coincide con Gonzales (2018) el cual nos comenta que el 93% de las mypes tienen como objeto de creación el generar ganancias, del mismo modo coincide con López (2018) el cual comenta que el 89,74% tiene como objetivo generar ganancias y asimismo coincide con Contreras (2016) el cual comenta que el 100% de las micro y pequeñas empresas se crearon para generar ganancias. Toda empresa se crea con el fin de obtener ingresos, por ello ante la poca oferta laboral y la difícil situación económica nacen más y más empresas para obtener una estabilidad económica.

Tabla 3

El 90% si conoce el termino de gestión de calidad, esto contrasta con Contreras (2016) el cual comenta que el 60% no conoce el termino de gestión de calidad, por otra parte esto coincide con Castillo (2016) en un 54,5% el cual comenta que el sí conocen el termino gestión de calidad, asimismo coincide con Gonzales (2018) el cual indica que el 57% si conoce el término gestión de calidad. La mayoría de representantes si tiene conocimiento sobre la importancia de la gestión de calidad y las repercusiones y ventajas que obtendrían al establecer una gestión basada en la calidad y las ventajas competitivas que tendría ante su competencia. Según Maldonado (2011) la gestión de calidad es lograr que todas y cada una de las personas que son parte de la empresa hagan bien su trabajo desde un inicio hasta finalizar

El 50% usa como técnica moderna de gestión de calidad a la atención al cliente, lo cual contrasta con Gonzales (2018) en un 43% el cual comenta que el liderazgo empresarial es la técnica moderna de gestión que usa, del mismo modo contrasta con Castillo (2016) en un 45,5% que no usa ninguna técnica moderna de gestión de calidad, asimismo contrasta con Contreras (2016) el cual comenta que el 80% usa otras técnicas modernas de gestión de calidad. Esto nos indica que la atención al cliente es una de las técnicas que es más conocidas entre los representantes encuestados, la cual es utilizada para mejorar la gestión de calidad de las empresas. Según Rezende (2015) que el planeamiento estratégico es una herramienta administrativa la cual es un proceso en el cual está involucrada toda la empresa.

El aprendizaje lento en un 40% es una de las dificultades que más presentan las mypes encuestadas con respecto a sus colaboradores al momento de implementar la gestión de calidad, lo cual coincide con Contreras (2016) el cual también afirma que el 60% de sus colaboradores tiene aprendizaje lento al momento de aplicar la gestión de calidad, por otra parte esto contrasta con Gonzales (2018) el cual nos comenta que el 29% tiene poca iniciativa al momento de implementar una gestión de calidad. Los representantes tienen en cuenta que implementar una gestión de calidad no es fácil, especialmente deben enfocarse más en sus colaboradores dado que son ellos los que tienen contacto con el público.

El 70 % de los representantes utiliza la observación para medir el rendimiento de sus colaboradores, esto coincide con Gonzales (2018) el cual indica que el 57% utiliza la observación para medir el rendimiento, asimismo coincide con Contreras (2016) el cual indica que el 90% usa la observación para medir el rendimiento en los trabajadores. Los representantes utilizan la observación para medir el desempeño y desenvolvimiento de

sus colaboradores para con la empresa, mejorando y dando algunas correcciones de ser necesario.

El 80 % si cree que la gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa, lo cual contrasta con Contreras (2016) en un 60% dado que indica que no creen que la gestión de calidad mejore el rendimiento, Por otra parte coincide con López (2016) el cual comenta que el 74,36% si cree que la gestión de calidad mejore el rendimiento de la empresa, asimismo también coincide con Gonzales (2018) el cual indica que el 57% si cree que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento. La gestión de calidad si ayuda a mejorar el rendimiento de las empresas, al tener un plus que otras empresas no poseen haciendo que los clientes prefieran a las empresas que cuentan con una atención en función a la calidad mejorando su rentabilidad.

El 70% tienen cierto conocimiento sobre el plan estratégico, lo cual coincide con Castillo (2016) el cual indica que el 72.7% si conoce el termino plan estratégico, del mismo modo contrasta con Contreras (2016) el cual indica que el 60% no conoce el termino de plan estratégico, asimismo contrasta con Gonzales (2018) el cual comenta que el 43% si conoce el termino plan estratégico. El plan estratégico es beneficioso e importante en toda gestión y administración es por ello que no pasa desapercibido por los representantes. Según Chivenato y Sapiro (2017) el planeamiento estratégico es el proceso indicado para definir y diseñar un plan que les otorga ventajas frente a su competencia directa mejorando y concretando metas y objetivos.

El 80% utiliza la misión como valores o políticas definidos bien definidos, lo cual coincide con Gonzales (2018) el cual indica que el 36% tiene a la misión como políticas o valores definidos. Todos los representantes tienen una misión definida es decir saben

cuál es la razón de ser y de creación de la empresa y sobre todo hacia donde se dirige. Según Thompson (2009) la misión es “el propósito de expresar el objetivo de la empresa a los trabajadores de manera activa teniendo relevancia en el ámbito laboral de este”(p,4)

El 80% no cuenta con un plan estratégico, esto coincide con Contreras (2016) el cual indica que el 80% no cuenta con un plan estratégico, asimismo coincide con Gonzales (2018) el cual nos comenta que el 57% no cuenta con un plan estratégico , por otra parte contrasta con López (2018) el cual comenta que el 56,41% si cuenta con un plan estratégico. Los representantes tienen en cuenta que el termino plan estratégico es importante, pero no cuentan ni crean un plan estratégico.

El 80% no usa un plan estratégico, esto coincide con Contreras (2016) ya que el 80% no usa un plan estratégico , también coincide con Gonzales (2018) el cual indica que el 36% no hace uso de un plan estratégico , por otra parte contrasta con López (2018) el cual comenta que el 56,41% si hace uso del plan estratégico. Los representantes no usan un plan estratégico porque aún no, han hecho un diagnóstico para crear uno.

El 50% de las preocupaciones de la empresa se enfocan en los créditos, así mismo esto contrasta con Gonzales (2018) el cual indica que el 43% de las preocupaciones de las empresas encuestadas son los ahorros, por otra parte coincide con Contreras (2016) el cual comenta que el 80% de las preocupaciones de la empresa son los créditos. Muchas de estas mypes accedieron a créditos bancarios para iniciar sus negocios, otros los usaron para renovar, implementar y mejorar la infraestructura, es por ello que una de las preocupaciones más importantes es saldar los créditos que se sacaron con el fin de mejorar la empresa.

El 80% de las empresas no aplican el diagnostico FODA , esto contrasta con López (2018) el cual indica que A veces hace uso del diagnóstico FODA en un 89,74% ,

por otra parte coincide con Gonzales (2018) el cual indica que el 57% no aplica el FODA, Los representantes no aplican un diagnostico FODA porque lo creen innecesario , y una pérdida de tiempo. Para Martínez y Milla (2010) el análisis FODA es la herramienta que indicara la situación actual de la empresa, para la toma de decisiones de acuerdo a los objetivos planteados.

El 80% no aplican un plan estratégico para convertir sus debilidades y amenazas, lo cual coincide con Gonzales (2018) el cual indica que el 43% no aplican un plan estratégico para convertir sus debilidades y amenazas, también coincide con Contreras (2016) en un 70% al no aplicar un plan estratégico para convertir sus debilidades y amenazas . Las empresas no aplican un plan estratégico ya que no prestan importancias a sus debilidades y amenazas y no buscan una manera de contrarrestarlas o suprimirlas. Para Guerra (2018) la matriz cruza propondrá estrategias DA para minimizar las amenazas y debilidades en la empresa.

El 80% no disminuye riesgos empresariales dado que no utiliza un plan estratégico, esto coincide con Gonzales (2018) el cual nos comenta que el 43% no disminuye sus riesgos empresariales dado que no aplica un plan estratégico. Los representantes no han disminuido los riesgos empresariales dado que no hacen uso del plan estratégico debido a que no se han capacitado sobre la importancia y como eliminaría o disminuirá todo riesgo empresarial.

El 80% no ha logrado ningún beneficio dado que no utiliza un plan estratégico, esto coincide con Gonzales (2018) el cual no comenta que el 50% no ha logrado ningún beneficio porque no ha recibido ningún beneficio por que no aplico ningún plan estratégico. Se concluye que no se recibió ningún beneficio dado que no se aplicó un plan estratégico para la mejora de la gestión.

El 80 % considera que el plan estratégico no es un factor relevante en la gestión de calidad, el 20% si considera que el plan estratégico sea un factor relevante para la gestión de calidad. Las empresa aun no consideran un factor importante al plan estratégico en la gestión de calidad, por múltiples motivos, pero el principal es que no tienen tiempo y lo consideran innecesario. Según Milla (2007) el planeamiento estratégico es importante porque proporciona a la organización a formular planes y actividades para el cumplimiento de las metas evaluando toda perspectiva posible, teniendo en cuenta que es la empresa y hacia dónde quiere ir .No hay comparación con otros antecedentes

El 80% no considera que el plan estratégico es un factor relevante para medir la satisfacción de los clientes y el 20% considera que si es un factor relevante. Las empresas aun no tienen en cuenta que al considerar un factor relevante, al momento de satisfacer las necesidades de los clientes, pueden tener bajas y poca rentabilidad dado que el plan estratégico ayuda a entender que es lo que buscan los clientes al momento de adquirir un servicio. No hay comparación con otros antecedentes .

El 80% no obtiene una mejora alguna dado que no usa un planeamiento estratégico. Los representantes no aplican un plan estratégico por múltiples causas, pero tienen en cuenta que mejora de muchas formas la empresa.

El 100 % de los representantes encuestados afirma que una de las ventajas de usar el plan estratégico es la rentabilidad. El plan estratégico es lo que se desarrolla en función al análisis interno y externo de la empresa, con lo cual lograra concretar sus objetivos de creación, o su razón de ser, por ello los representantes son conscientes que un plan estratégico les brindaría una alta rentabilidad en sus gestiones. No hay comparación con otros antecedentes.

El 100% de los representantes encuestados no hacen uso ninguna norma de calidad para mejorar el plan estratégico. Este resultado se da porque no consideran necesario realizar una política basada en ellas. No hay comparación con otros antecedentes.

VI. CONCLUSIONES

El 50% de representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash tienen entre 51 años a más, el 70% representa el género masculino, el 80% tienen un grado de instrucción superior no universitaria, el 90% de propietarios lleva en el cargo de 4 a 6 años

El 60% de las micro y pequeñas empresas de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash tiene en el rubro de 4 a 6 años, el 90% cuenta con 1 a 5 colaboradores, asimismo el 60% personas con las que laboran son no familiares, el 70% de estas mypes tienen como objetivo de creación generar ganancias.

El 90% de representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash si conocen el término de gestión de calidad, el 50% utiliza la Atención al cliente como técnica moderna para gestión de calidad, asimismo el 40% de los colaboradores tiene aprendizaje lento al momento de implantar una gestión de calidad, el 70% de representantes utiliza la observación como técnica para medir el rendimiento de sus colaboradores, el 80% opina que la gestión de calidad si mejora el rendimiento de la empresa.

El 70% tiene cierto conocimiento sobre el término plan estratégico, el 80% utiliza políticas de calidad como principios, el 80% porcentaje no tiene un plan estratégico ni usa un plan estratégico, el 50% afirma que el crédito es la preocupación principal de la empresa, el 80% no aplica un diagnóstico FODA, el 80% no convierten las debilidades y amenazas en oportunidades y fortalezas porque no aplican un plan estratégicos, el

80% no ha disminuido los riesgos empresariales porque no los aplican , el 80% no ha logrado ningún beneficio porque no aplican un plan estratégico, el 80% no cree que el plan estratégico no es un factor relevante para la gestión , el 80% no cree que la atención al cliente sea un factor relevante para medir el nivel de satisfacción del cliente , el 80% de representantes no han mejorado la empresa dado que no utilizan un plan estratégico , el 100% cree que la rentabilidad es la principal ventaja de usar un plan estratégico, el 100 % no utiliza ninguna norma de planeamiento estratégico.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los representantes capacitarse, sobre los beneficios, ventajas e importancia que tienen la gestión de calidad y cómo repercute en la administración y el uso adecuado en la organización, para la implantación de políticas en base.

Se recomienda capacitar a los representantes realizar diagnósticos internos y externos de la empresa para poder realizar un análisis FODA convirtiendo sus Debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades

Se recomienda capacitar, sobre los beneficios y ventajas de utilizar un plan estratégico para la disminución de riesgos y la implementación de normas para lograr una administración y gestión eficiente.

Por último se recomienda a los representantes hacer un diagnóstico interno y externo sobre su empresa, para aplicar de manera adecuada las estrategias que impulsaran la fidelización, captación de clientes aumentando la rentabilidad y solucionando los inconvenientes que se susciten de manera eficaz., teniendo en cuenta la importancia de tener a la gestión de calidad y planeamiento estratégico como factores en los indicadores de satisfacción de los clientes y la ejecución de la propuesta de mejora.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alles, M. (2006). *Desarrollo del talento humano: basado en competencias.* Buenos Aires, Argentina: Granica

Barragán, A. (2011) .Las Pymes en España. Recuperado el 10 de octubre de:
<http://www.pymerang.com/direccion-de-negocios/definicion-denegocio/filosofia-de-negocios/mision-empresarial/233-las-pymes-en-espana>

Boliviaemprende (22 de octubre del 2013). Menos del 1% de las empresas de Bolivia cuenta con normas de calidad. Recuperado el 5 de octubre del 2019 de
<https://boliviaemprende.com/noticias/menos-del-1-de-las-empresas-de-bolivia-cuenta-con-normas-de-calidad>

Castillo, J. (2016) .*Gestión de calidad y planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco, de la ciudad de Cartavio, año 2016.* (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Chiavenato, I., & Sapiro, A. (2017). Planeamiento estratégico. Fundamentos y aplicaciones. México: Mc Graw Hill.

Cristty, N y López, J. (18 de agosto del 2014). Pymes argentinas certifican la calidad de sus procesos. Recupera el 10 de octubre del 2019 de
http://argentinainvestiga.edu.ar/noticia.php?titulo=pymes_argentinas_certifican_la_calidad_de_sus_procesos&id=2201

Contreras, C. (2016). *Gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarney, 2016* (tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Eltelégrafo (28 de septiembre del 2017) .El 42% de las compañías registradas en el país son Pymes. Recuperado el 2 de octubre del 2019 de [.https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/el-42-de-las-companias-registradas-en-el-pais-son-pymes](https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/el-42-de-las-companias-registradas-en-el-pais-son-pymes)

Fernández, A (2010). Dirección y planificación estratégica en las empresas y organizaciones. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos

Garrido, L. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las MIPES hoteleras del Centro de Piura en el año 2018*(tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú

Guerra, F. (2018). Estrategias de negociación: Estrategias, habilidades humanas, competencias, procesos y casos, para negociar en ambientes colaborativos o altamente competitivos o adversos. México DF, México: Patria Educación

INCISPP. (15 de septiembre de 2017). Fases del planeamiento estratégico. Recuperado el 19 de octubre del 2019 de <http://incispp.edu.pe/blog/fases-del-planeamiento-estrategico/>

ISO 9001:2015. (25 de julio de 2017). ¿Cuáles son los principios de la gestión de calidad? NUEVA ISO 9001:2015. Recuperado el 19 de octubre del 2019 de <http://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-de-gestion-de-lacalidad/>

Ley 30056. Congreso de la Republica, Lima Perú (2 de julio de 2013). Recuperado el 23 de octubre del 2017 de http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/SNIL/normas/2013-07-02_30056_2966.pdf

Ley 28015. Congreso de la Republica, Lima Perú. (3 de julio de 2003). Recuperado el 23 de octubre del 2017 de http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

López, V. (2018). *Gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de agencias de viajes del distrito de Huaraz, 2018*(tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Luna, A. (2014). Administración Estratégica. México D F, México: Grupo Editorial Patria, 2014

Luna, A. (2016). Plan estratégico de negocios. México D F, México: Grupo Editorial Patria, 2016

Maldonado, J (2011). Fundamentos totales de calidad. Recurado el 05 de noviembre del 2019 de http://www.eumed.net/libros-gratis/2011f/1117/administrar_calidad.html

Manrique, D. (2015). *Características de la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las Micro y Pequeñas Empresas rubro piladoras de arroz de la Provincia de Lambayeque, 2015.* (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, PerúMilla, L. (2007). El poder del Planeamiento Estratégico. Lima, Perú: Editorial San Marcos.

Martínez, D., y Milla, A. (2012). La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral. Recuperado el 7 de junio del 2019 de <https://books.google.com.pe/books?id=WnHYrdgYGmcC&printsec=frontcov>

PerúRetail (9 de agosto del 2017). Las Pymes son el 96.5% de las empresas que hay en Perú. Recuperado el 3 de octubre del 2019 de <https://www.peru-retail.com/pymes-empresas-peru/>

Rezende, D. A. (2015). Alinhamento da tecnologia da informação ao planejamento municipal: Análise da prática de gestão de uma prefeitura. Anual da Anpad, 28

Thompson, I. (2009). Misión y visión .Recuperado el 30 de octubre del 2019 de <https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>

Ventura, J. (2009). Análisis estratégico de la empresa. Madrid, España: Editorial Paraninfo

Villalobos, C. (29 de julio del 2019). La importancia de las PYMES en Colombia. Recuperado el 10 de octubre del 2019 de <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-colombia>

ANEXOS

ANEXO 1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
	Actividades	Año/ semestre: 2019-02 - Mes															
		Mes Agosto		Mes Setiembre				Mes Octubre				Mes Noviembre				Mes Diciembre	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Elaboración del proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			X													
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X											
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos						X										
7	Elaboración del consentimiento elaborado							X									
8	Recolección de datos								X								
9	Presentación de datos									X							
10	Análisis e interpretación de los resultados										X						
11	Redacción del informe final de tesis por el jurado de la investigación											X					
12	Revisión del informe final de la tesis por el jurado de la investigación												x	x			
13	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación														x	X	

ANEXO 2: PRESUPUESTO

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.20	200	40.00
• Fotocopias	0.05	300	15.00
• Empastado	60.00	2	120.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	12.00	1	12.00
• Lapiceros	1.50	4	6.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	100.00	1	100.00
Sub total			293.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	35.00	4	140.00
Sub total			140.00
Total, presupuesto de desembolsable			433.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.0 0	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.0 0	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.0 0	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.0 0	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.0 0	4	252.00
Sub total			252.00
Total presupuesto no de desembolsable			652.00
Total (S/.)			1037.00

ANEXO 3 CUESTIONARIO



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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Planeamiento Estratégico como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas de la provincia de Huaylas distrito de Huallanca , 2019 .Para obtener el título de Licenciada en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

La información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos e investigación, por lo que se agradece su información colaboración.

I. GENERALIDADES

1.1.REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

e) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

a) Dueño

b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

a) 0 a 3 años

b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

a) 0 a 3 años

b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

7. Número de Trabajadores

a) 1 a 5 trabajadores

b) 6 a 10 trabajadores

c) 11 a más trabajadores.

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

a) Familiares

b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

a) Generar ganancia

b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

a) Si

b) No

11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:

a) Benchmarking

b) Lluvia de ideas.

c) Empowerment

d) Las 5 c

e) Liderazgo empresarial

f) otros

12. ¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad?

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) Otros

14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

- a) Si
- b) No
- c) No opina

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: Plan estratégico

15. ¿Conoce el término plan estratégico?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

16. ¿Qué valores o principios de calidad están claramente definidos?

- a) Misión
- b) Visión
- c) Valores
- d) Políticas de calidad

17. ¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?

- a) Si
- b) No

18. ¿Para que utiliza ud. el plan estratégico?

- a) Descubrir lo mejor de su empresa.

- b) Aclarar ideas futuras.
- c) Prevenir cualquier eventualidad.
- d) Diseñar una estructura de objetivos que desea lograr a largo plazo.
- e) No utiliza un plan estratégico.

19. ¿Cuáles son las principales preocupaciones que posee su empresa?

- a) Producción
- b) Ahorro
- c) Inversión
- d) crédito

20. Alguna vez ha realizado un diagnóstico FODA

- a) Si
- b) No

21. ¿Ha establecido un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades?.

- a) Si
- b) No
- c) A veces
- d) No porque no aplica un plan estratégico.

22. La planificación estratégica disminuye los riesgos u errores empresariales

- a) Si
- b) No
- c) A veces
- d) No ha disminuido los riesgos empresariales porque no lo aplica.

23. Beneficios logrados con la planificación estratégica

- a) Detectar áreas de mejora.
- b) Mayor adaptación a los cambios
- c) Optimización de recursos
- d) No ha logrado ningún beneficio porque no aplica un plan de estratégico.

24. ¿Considera Usted que el planeamiento estratégico es un factor relevante para la gestión de calidad?

- a) Si

b) No

25) ¿Considera usted que el planeamiento estratégico es un factor relevante para mejorar el nivel de satisfacción al cliente?

a) Si

b) No

26) ¿De qué manera mejora el planeamiento estratégico en su empresa?

a) Obtener una Visión del futuro

b) determinar y lograr objetivos

c) Estrategias de Mejoras continuas

d) No ha mejorado porque no usa un plan estratégico

27) ¿Que ventajas tendría la empresa al tener un plan estratégico?

a) Rentabilidad

b) Buena imagen

c) Fidelización

28) ¿Que Normas utiliza su empresa para mejorar el planeamiento estratégico?

a) Norma ISO 9001- 2015

b) Ninguna

ANEXO 4

FIGURAS

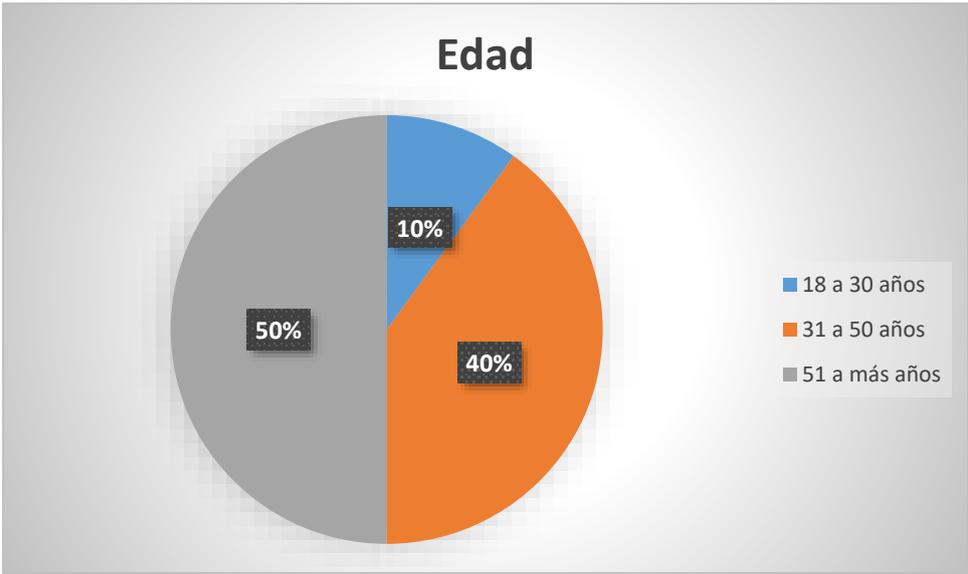


Figura 1. Edad

Fuente. Tabla 1

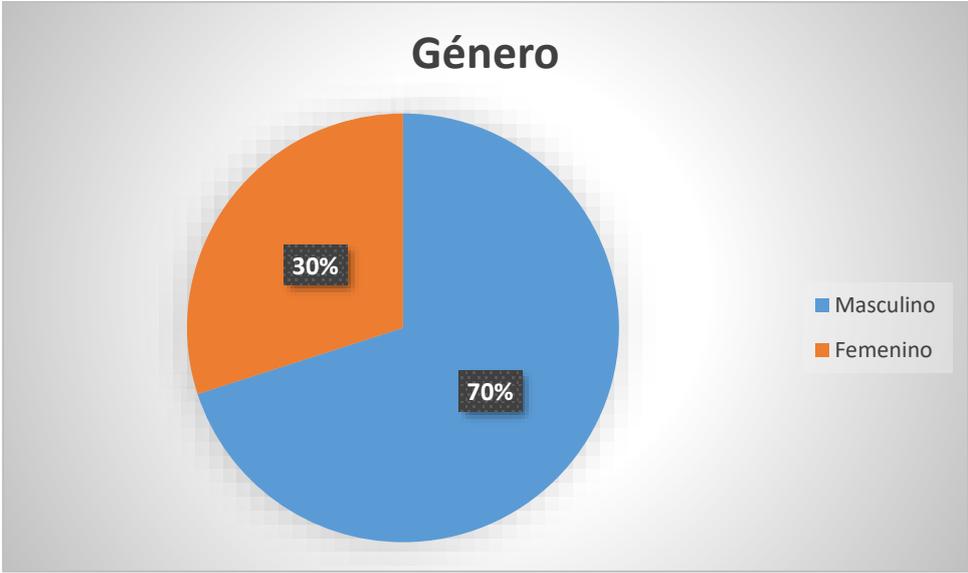


Figura 2. Genero

Fuente. Tabla 1

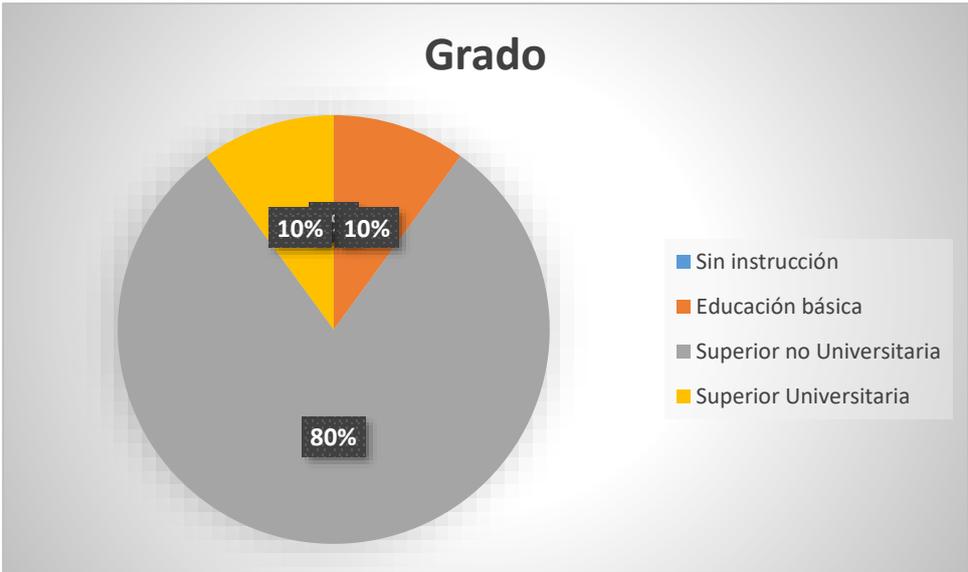


Figura 3. Grado

Fuente. Tabla 1

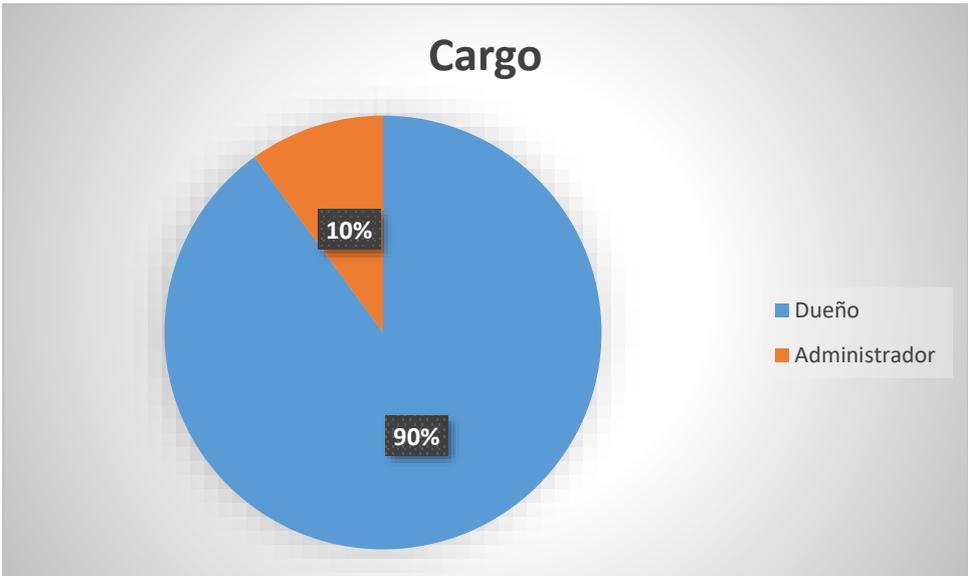


Figura 4. Cargo

Fuente. Tabla 1



Figura 5. Años en el cargo

Fuente. Tabla 1



Figura 6. Tiempo en el rubro

Fuente. Tabla 2



Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2



Figura 8. Personas que trabajan

Fuente. Tabla 2



Figura 9. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 2



Figura 10. Gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

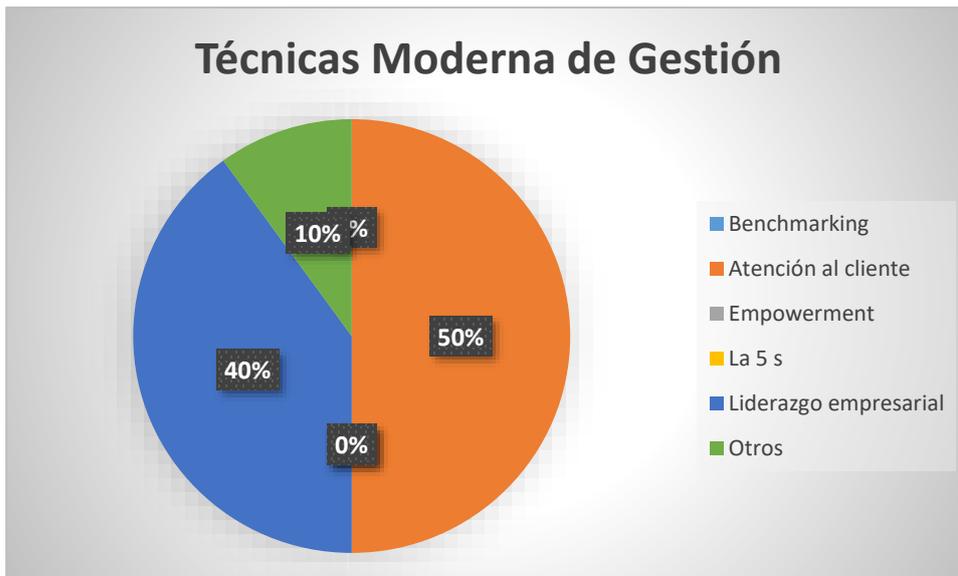


Figura 11. Técnicas Moderna de gestión

Fuente. Tabla 3

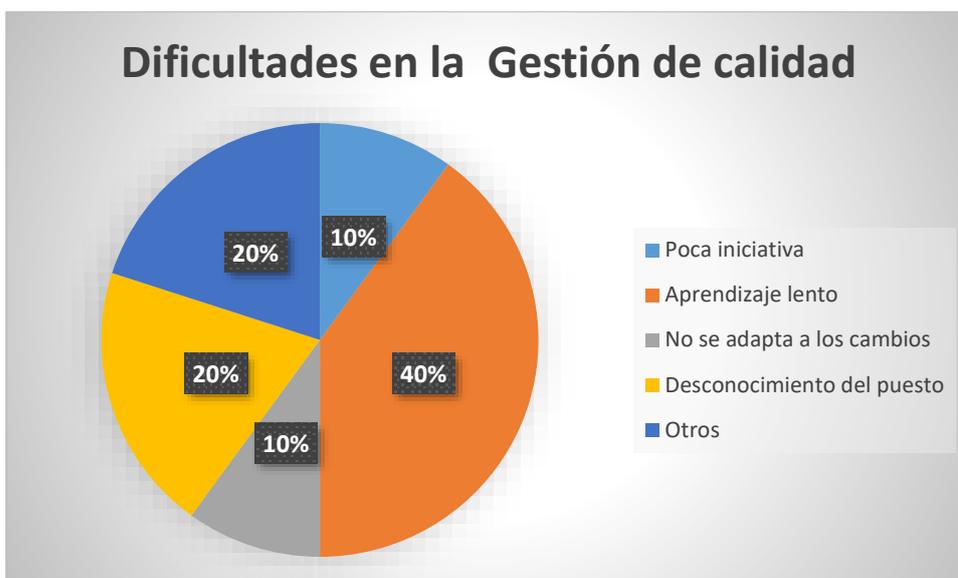


Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

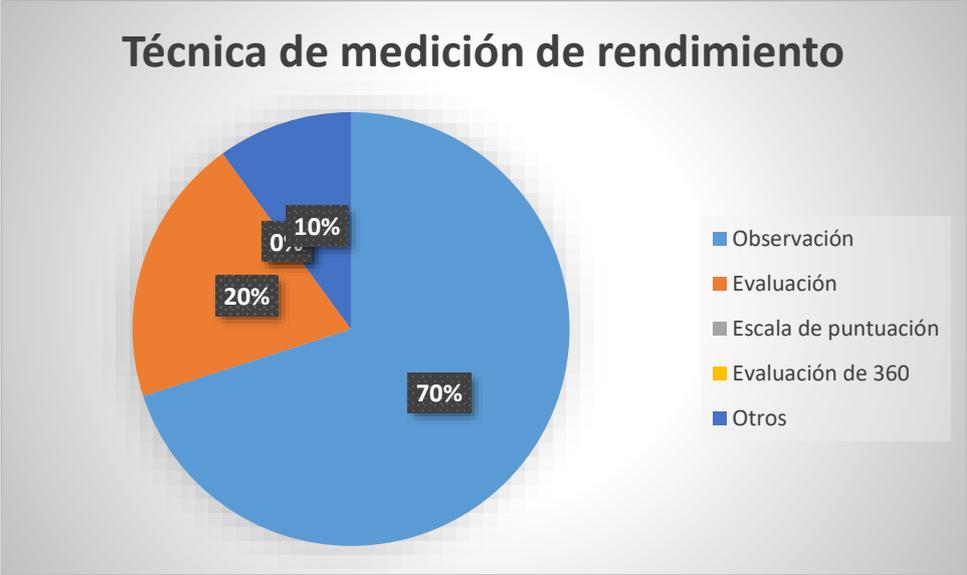


Figura 13. Técnica de medición de rendimiento

Fuente. Tabla 3

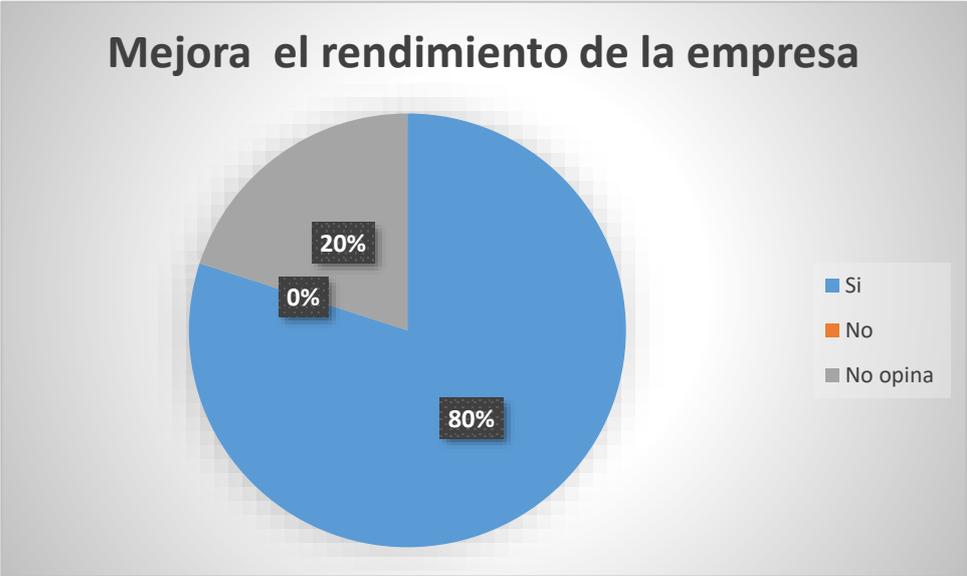


Figura 14. Mejora el rendimiento de la empresa

Fuente. Tabla 3

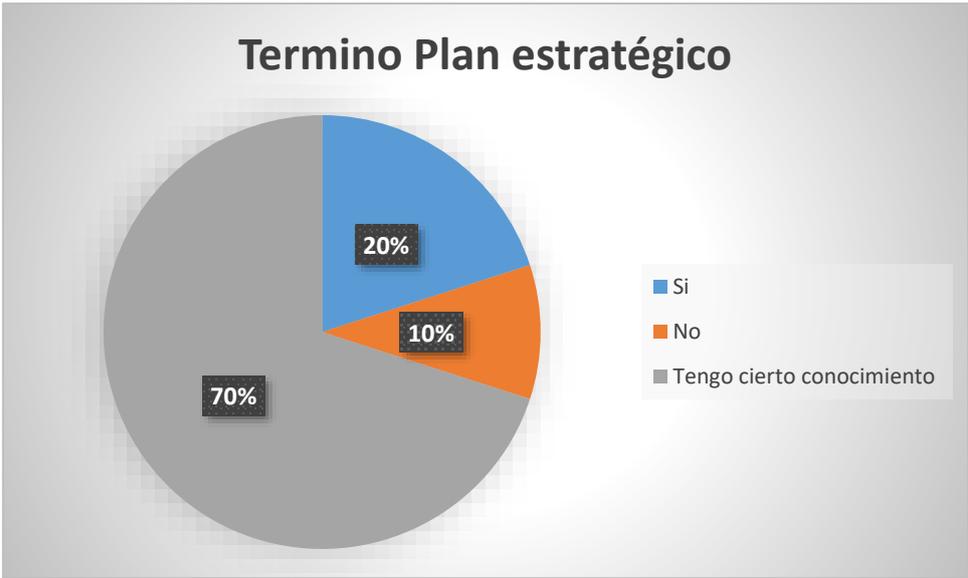


Figura 15. Termino Atención al cliente

Fuente. Tabla 3

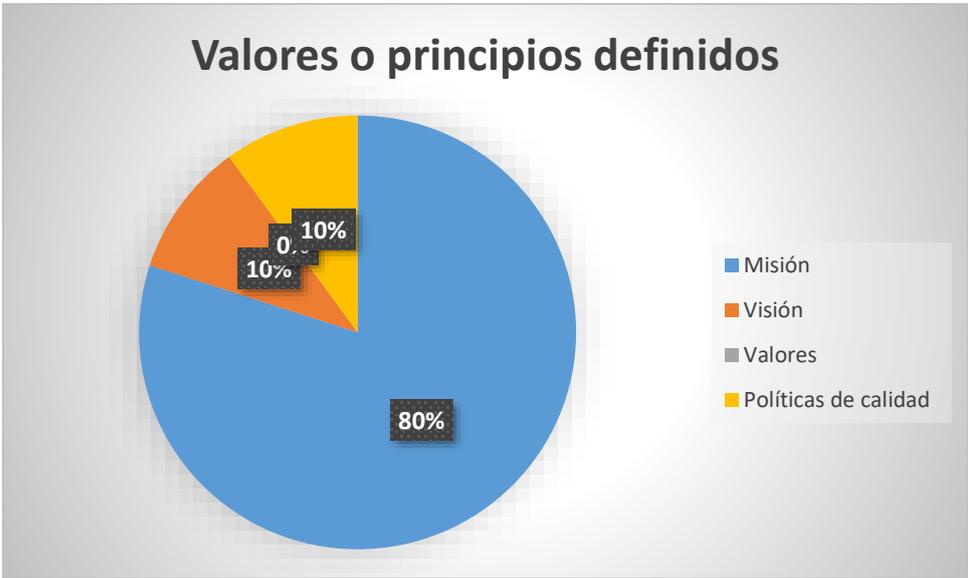


Figura 16. Valores o principios definidos

Fuente. Tabla 3

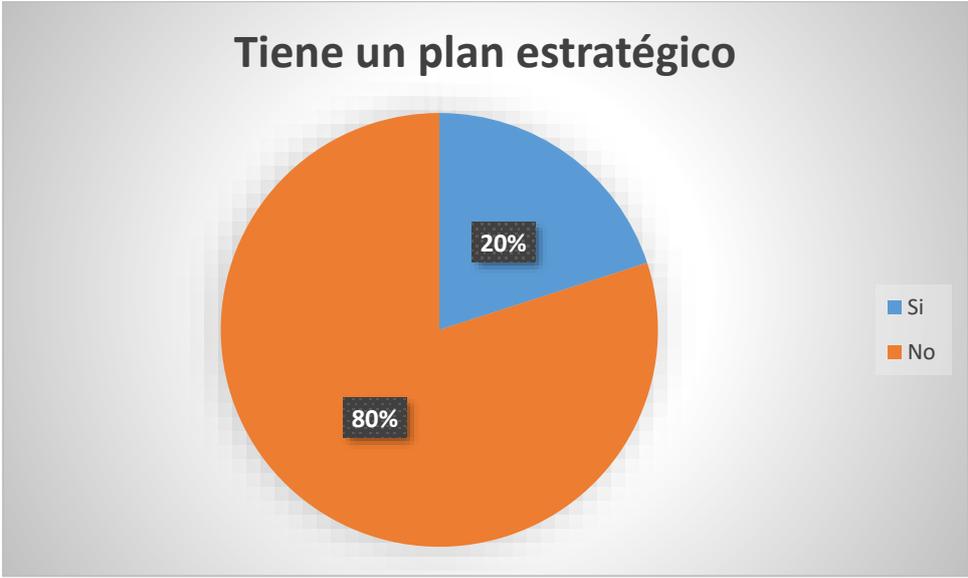


Figura 17. Tiene un plan estratégico

Fuente. Tabla 3



Figura 18. Usa plan estratégico

Fuente. Tabla

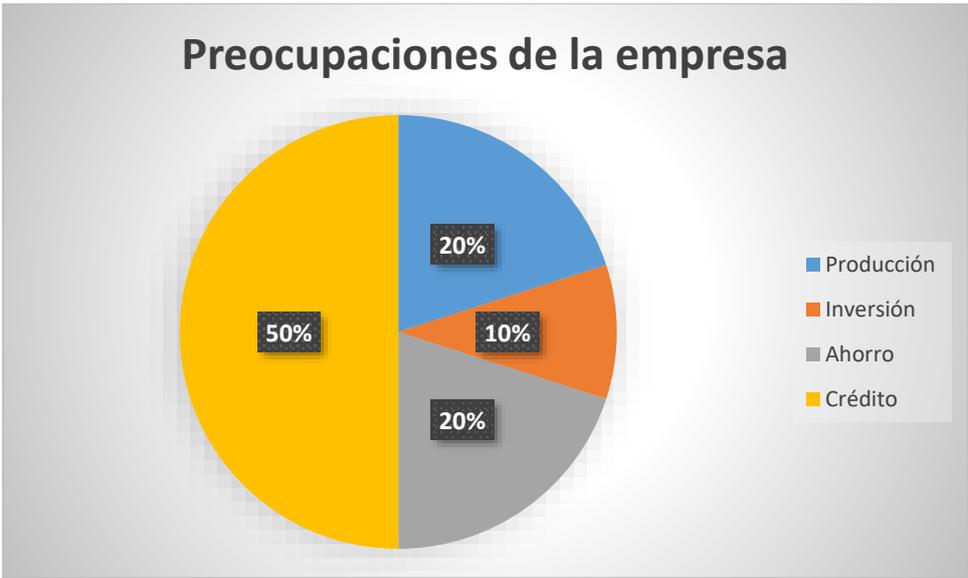


Figura 19. Preocupaciones de la empresa

Fuente. Tabla 3

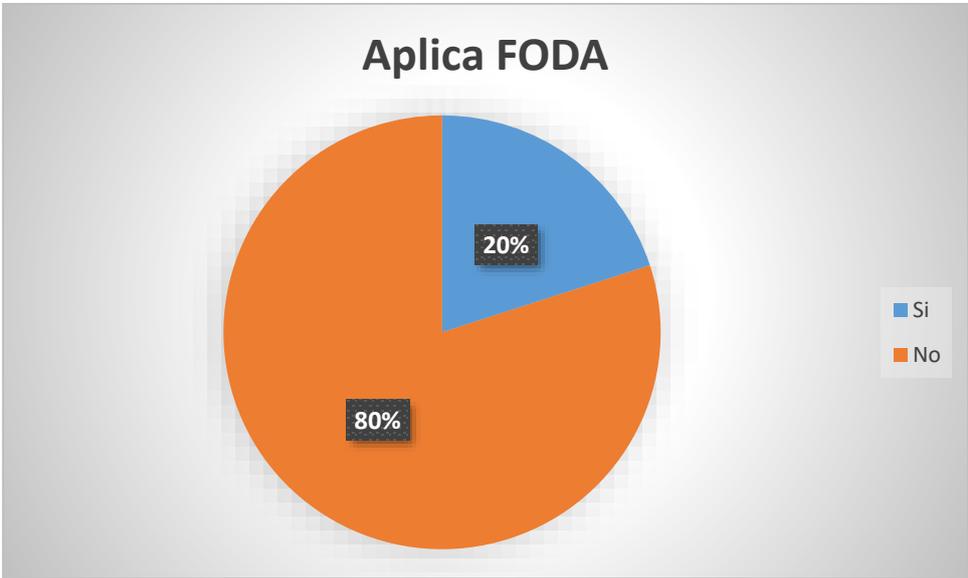


Figura 20. Aplica FODA

Fuente. Tabla 3



Figura 21. Debilidades y amenazas según plan estrategico

Fuente. Tabla 3

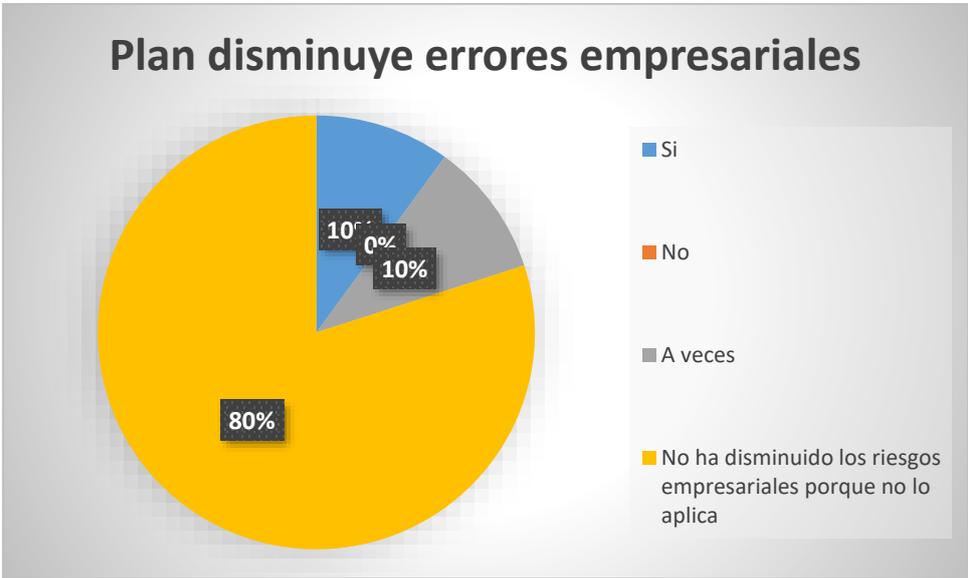


Figura 22. Plan disminuye errores empresariales

Fuente. Tabla 3



Figura 23. Beneficios de usar plan estratégico

Fuente. Tabla 3

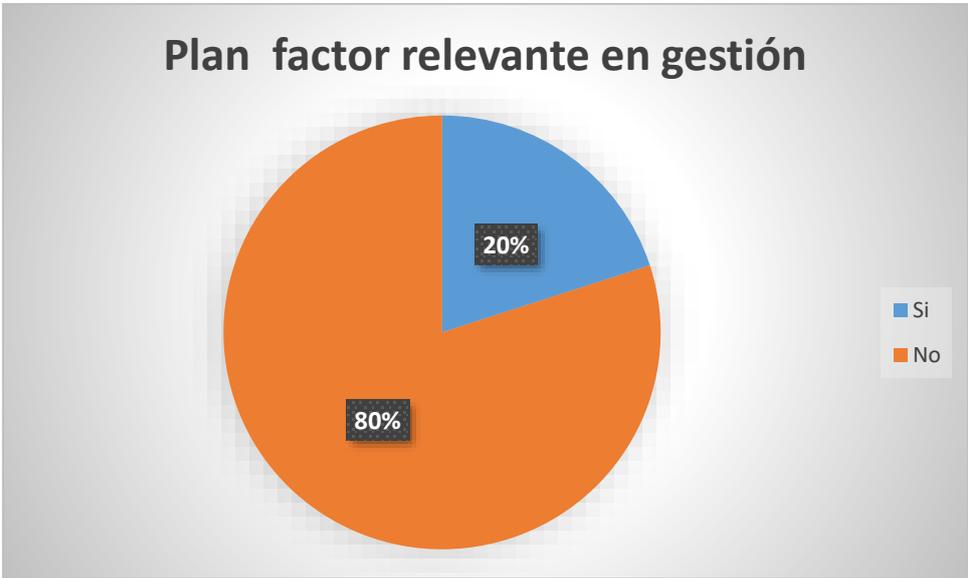


Figura 24. Plan factor relevante en gestión

Fuente. Tabla 3



Figura 25. Plan estratégico factor relevante en satisfacción

Fuente. Tabla 3

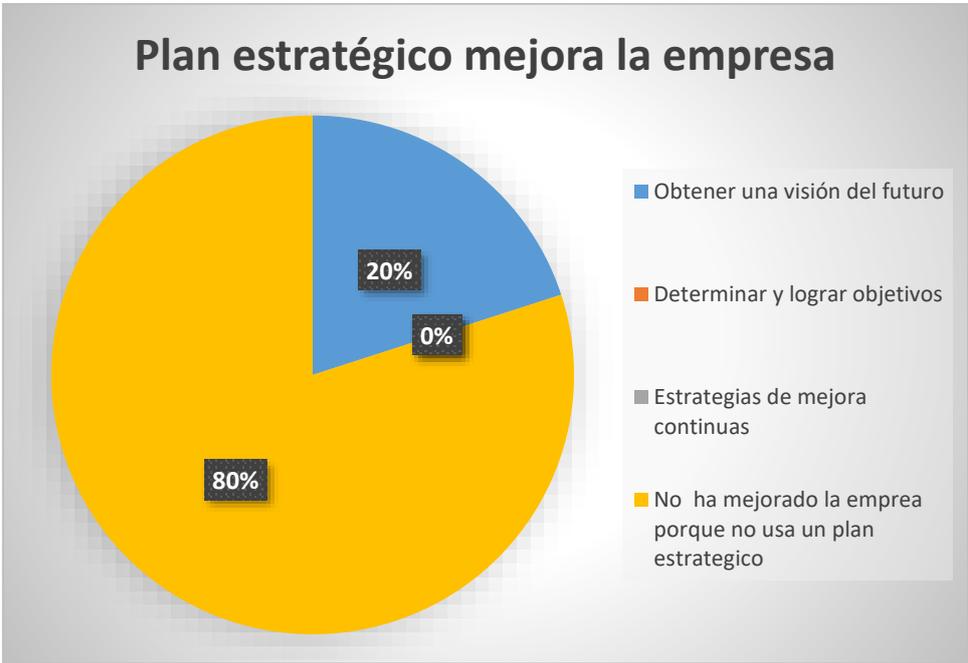


Figura 26. Plan estratégico mejora la empresa

Fuente. Tabla 3



Figura 27. Ventajas del plan estratégico

Fuente. Tabla 3



Figura 28. Normas del plan estratégico

Fuente. Tabla 3

ANEXO 5

Muestra y población

N ^o	RAZON SOCIAL	DIRECCION	REPRESENTANTE
1	RESTAURANTE FLORES	Calle santa rosa N° 546	Abal Flores Yolanda Azucena
2	REST MULTISERVICIOS HUAROCHIRI	Calle huarochiri s/n	Segura Cribillero Nemecia Rufina
3	RESTAUTANT KASSANDRA	Calle jose olaya N°214	Vidal Morales Katherine Gavina
4	RESTAURANT BODEGA BAR KOKI	Pasaje San Martin N° 12	Chacaliaza Solis Jorge Jose
5	RESTAUTANT V.MARIA Y ST. ISABEL	Carretera central 14 de Abril 212	Melgarejo Alba Carmen Elizabeth
6	BAR REST.CAÑON DEL PATO	Calle 14 de Abril n°170	Castro Espinoza Luz Blanca
7	RESTAURANT SANTA ROSA	Calle santa rosa n°130	Isabel Maguiña Cadillo

