

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LOS
BENEFICIO DE LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR SERVICIO-RUBRO SALÓN DE BELLEZA,
DEL JIRÓN LOS FLAMENCOS, DISTRITO DE SANTA
ANITA, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE
LIMA, PERIODO 2016**

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

AUTORA

**CASTRO CENTENO, GISELA MELINA
ORCID: 0000-0002-9353-5076**

ASESOR

**POMA ANCCASI, SIMON
ORCID: 0000-0001-6594-8650**

LIMA – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Castro Centeno, Gisela Melina

ORCID: 0000-0002-9353-5076

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

ASESOR

Poma Anccasi, Simon

ORCID: 0000-0001-6594-8650

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Lima, Perú

JURADO

Apellidos y nombres

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Apellidos y nombres

Lic. Espinoza Otoyá, Victor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Apellidos y nombres

Mg. Meza De Los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

1. Título de la investigación

“Gestión de calidad y su influencia en los beneficio de las micros y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salón de belleza, del Jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2016”

2. Hoja de firma del jurado y asesor

.....

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa
Presidente

.....

Lic. Espinoza Otoya, Victor Hugo
Miembro

.....

Mgtr. Meza De Los Santos, Juan Pablo
Miembro

.....

Mgtr. Poma Anccasi, Simón
Asesor

3. Agradecimiento

A Dios:

Jesús mi señor por darme la vida,
por ser mi la fuente de sabiduría, mi
fortaleza, mi guía, mi conciencia,
quien me ayuda día a día hacer una
mejor persona.

A mis padres y hermanos:

Quienes son la fuente de inspiración
para continuar de pie y no desfallecer
camino a mis sueños.

Amigos y compañeros:

Quienes me acompañan y ayudan a
cumplir mis objetivos y sueños, que
poco a poco se hacen realidad.

Dedicatoria:

Dedico este trabajo a Dios por ser mi guía, mi compañía, por estar siempre conmigo en mi corazón y en vida.

A mis padres Juan y Dora por brindarme lo mejor de ellos, por su constante apoyo e infinito amor, a mis hermanos Juan y Sheyla por compartir nuestros sueños.

4. Resumen

El presente trabajo de investigación titulada gestión de calidad en los benéficos de las micros y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salón de belleza, del Jirón los Flamenco, distrito de Santa Anita, provincia Lima, departamento Lima, periodo 2016. Tiene la finalidad determinar la relación entre las variables gestión de calidad y beneficios de las MYPEs – rubro salon de belleza.

Para el desarrollo del trabajo es de tipo básico de diseño correlacional, descriptivo .Para el recojo de la información se identificó una población de 10 establecimientos de denominación salón de belleza, en la cual se aplicaron 21 preguntas, divididos en: 4 preguntas aplicados a las características de los representantes legales, 3 preguntas aplicados a las características de las Mypes, 9 preguntas aplicados a la primera variable gestión de calidad y 5 preguntas aplicados para la segunda variable beneficios que muestra información sobre las variables estudiadas cuyos resultados serán expuestas gráfico y textualmente.

Palabras clave: Gestión de Calidad, Beneficios

Abstract

The present research work entitled quality management in the benefits of micro and small companies in the service-sector sector of beauty salon, Jirón los Flamenco, Santa Anita district, Lima province, Lima department, period 2016. It is intended to determine the relationship between the variable's quality management and benefits of the MYPEs - beauty salon item.

For the development of the work it is of a basic type of correlational design, descriptive. For the collection of the information, a population of 10 beauty salon denomination establishments was identified, in which 21 questions were applied, divided into: 4 questions applied to the characteristics of the legal representatives, 3 questions applied to the characteristics of the Mypes, 9 questions applied to the first variable quality management and 5 questions applied to the second variable benefits that shows information about the variables studied whose results will be presented graphically and textually.

Keywords: Quality Management, Benefits

5. CONTENIDO

1. Título de la investigación	iii
2. Hoja de firma del jurado y asesor	iv
3. Agradecimiento	v
4. Resumen	vii
5. CONTENIDO	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	4
III. Hipótesis	42
Hipótesis general	42
Hipótesis específicas	42
IV. Metodología	43
4.1. Tipo de investigación	44
4.2. Diseño de la investigación	45
4.5. Técnica e instrumentos de recolección de datos	49
4.6. Plan de análisis de datos	49
4.7. Matriz de consistencia	50
4.8. Principios éticos	52
V. Resultados	59
5.2 Análisis de resultados	78
VI. Conclusiones	79
6.1. Conclusiones	79
VII. Recomendaciones	81
7.1. Recomendaciones	81
Referencias Bibliográficas	83
ANEXO I	86
ANEXO 2	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de frecuencias sobre la edad de los representantes legales de las Mypes encuestadas.....	59
Tabla 2: Distribución de frecuencias respecto a género de los representantes legales de las Mypes encuestadas.....	60
Tabla 3: Distribución de frecuencias del cargo que desempeña dentro de la empresa encuestada	61
Tabla 4: Distribución de frecuencias sobre el tiempo de permanencia en la empresa encuestada	62
Tabla 5: Distribución de frecuencias respecto al tipo MYPE.....	63
Tabla 6: Distribución de frecuencias sobre el tiempo de funcionamiento de la MYPE.....	64
Tabla 7:Distribución de frecuencias sobre la cantidad de trabajadores.	65
Tabla 8: Distribución de frecuencias respecto a la definición Gestión de Calidad.....	66
Tabla 9: Distribución de frecuencias sobre identificar al consumidor potencial.	67
Tabla 10: Distribución de frecuencias sobre determinar las necesidades del consumidor.....	68
Tabla 11:Distribución de frecuencias sobre crear características del servicio que satisfacen las necesidades de los clientes.	69
Tabla 12: Distribución de frecuencias sobre evaluar los procesos del servicio que brindan.....	70
Tabla 13: Distribución de frecuencias sobre comparar el comportamiento real con los objetivos establecidos.	71
Tabla 14: Distribución de frecuencias sobre control en el servicio.	72
Tabla 15: Distribución de frecuencias sobre capacitación continua.	73
Tabla 16: Distribución de frecuencias sobre su atención es eficiente.	74
Tabla 17: Distribución de frecuencias sobre clientes frecuentes.	75
Tabla 18: Distribución de frecuencias sobre el servicio que brinda llega a satisfacer las necesidades de los clientes.	76
Tabla 19: Distribución de frecuencias sobre la MYPE genera crecimiento económico.	77

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1:Niveles sobre la edad del encuetado	59
Figura 2:Niveles entre el género del encuestado	60
Figura 3:Niveles del cargo del encuestado	61
Figura 4: Niveles sobre el tiempo de permanencia en la empresa.	62
Figura 5: Niveles respecto al tipo de MYPE	63
Figura 6: Niveles sobre el tiempo de funcionamiento de la MYPE.....	64
Figura 7: Niveles respecto a cantidad de trabajadores.	65
Figura 8: Niveles respecto a la definición Gestión de Calidad.....	66
Figura 9: Niveles sobre identifica al consumidor potencial.	67
Figura 10:Niveles sobre determinar las necesidades del cliente.....	68
Figura 11:Niveles sobre crear características del servicio que satisface las necesidades de los clientes.....	69
Figura 12: Niveles sobre evaluar los procesos del servicio que brindan.....	70
Figura 13: Niveles sobre comparar el comportamiento real del servicio con los objetivos establecidos.....	71
Figura 14:Niveles sobre control en el servicio.	72
Figura 15: Niveles sobre control en el servicio.	73
Figura 16: Niveles sobre su atención es eficiente.....	74
Figura 17: Niveles sobre clientes frecuentes.	75
Figura 18: Niveles sobre el servicio que brinda llega a satisfacer la necesidad del cliente.	76
Figura 19: Niveles sobre la MYPE genera crecimiento económico.	77

I. Introducción

Según la Ley N° 28015 (Ley de promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa) define a la Micro y Pequeña Empresa como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, comercialización de bienes o prestaciones de servicios.

En la actualidad las micro y pequeñas empresas (MYPES) toman un papel importante en el aporte económico de nuestro país; ya que tienen un alto impacto en el producto Bruto Interno (PBI), además podemos decir que son las principales fuentes generadoras de puestos de trabajo, disminuyendo de tal manera el desempleo en el país (Sánchez Barraza) Pg. (127).

Sabemos que las micros y pequeñas empresas (MYPES) en el Perú presentan problemas de supervivencia a largo plazo. Dentro de los factores administrativos que limitan el crecimiento de la MYPES, los temas identificados más importantes tienen relación con la gestión de recurso humanos, aspectos contables y financieros, la administración propia de sus negocios y la capacitación. (Avolio, Mesones, & Roca, s/f)

De acuerdo con los autores citados las micro y pequeñas empresas (MYPES) son importantes para el desarrollo de nuestro país, pese a que muchas de ellas vienen laborando en su mayoría de forma informal; sin contar con tecnología de última generación; conocimientos de gestión de calidad; entre otras técnicas de la administración

que puede ayudar a mejorar la productividad de bien o servicio que desarrolla cada micro y pequeña empresa.

Tomando en cuenta lo manifestado el trabajo de investigación que se va desarrollar está dirigido a la gestión de calidad y sus influencias en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salón de belleza, del Jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia Lima, departamento de Lima, periodo 2016. El primer motivo que escogí el rubro de salón de belleza es porque en la actualidad existe alta demanda en cuando al cuidado de la imagen personal y además con el pasar de los tiempos no pasa de moda y siempre está vigente con nuevas tendencias, puedo afirmar que es un buen sector donde invertir o hacer empresa. El segundo motivo es porque sea visto que muchas de las micros y pequeñas del rubro salón de belleza muestran desconocimiento en lo referente a gestión de calidad y las distintas técnicas modernas de la administración.

Por las consideraciones expuestas la ULADECH, a través de la escuela profesional de Administración viene impulsando como línea de investigación la gestión de calidad, dentro de lo que se encuentra el presente trabajo de investigación.

Por todo lo manifestado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente:

¿Cuál es la relación entre gestión de calidad en los beneficios de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salón de belleza, del Jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia Lima, departamento Lima, periodo 2016?

Para el presente estudio se consideran los siguientes objetivos:

Determinar la relación entre gestión de calidad en los benéficos de las micros y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salón de belleza, del Jirón los Flamenco, distrito de Santa Anita, provincia Lima, departamento Lima, periodo 2016.

Determinar la relación entre planificación de la calidad en los benéficos de las micros y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salón de belleza, del Jirón los Flamenco, distrito de Santa Anita, provincia Lima, departamento Lima, periodo 2016.

Determinar la relación entre control de calidad en los benéficos de las micros y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salón de belleza, del Jirón los Flamenco, distrito de Santa Anita, provincia Lima, departamento Lima, periodo 2016.

Determinar la relación entre mejora de la calidad en los benéficos de las micros y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salón de belleza, del Jirón los Flamenco, distrito de Santa Anita, provincia Lima, departamento Lima, periodo 2016.

Esta investigación se justifica teóricamente porque mediante las teorías mencionadas aquí se trata de dar sustento a los principios de gestión de calidad que emplean las empresas de este rubro.

De manera práctica este estudio les servirá a los empresarios para que tengan en cuenta la utilidad de emplear una gestión de calidad y lo repliquen y empleen como estrategia de competitividad. Así también, este documento servirá de base para iniciar o continuar otras investigaciones relacionadas al tema.

La justificación metodológica de esta investigación se hace mediante un estudio correlacional porque trató de encontrar la relación entre las variables, descriptivo porque solo observó los hechos y los describió tal como se encontró en la realidad.

Fue no experimental, porque no hubo necesidad de manipular las variables voluntariamente y fue transaccional porque la información se recogió en una encuesta en un solo momento.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes.

A nivel Internacional

Quintero Aliaga (2014) en su tesis “sistema de gestión de calidad en las pymes colombianas” Las MIPYMES Micro, Pequeña y Mediana Empresas abarcan un 70% de la economía en Colombia y son las causantes del incremento de empleos en la nación, es por ello que surge la necesidad de brindarles herramientas las cuales les permitan mejorar no solo sus volúmenes de ventas, sino también la calidad de los productos o servicios ofrecidos para mantenerse en el mercado con un grado mayor de competitividad, para esto se les ofrece la adopción del sistema de gestión de calidad en las organizaciones que consiste en una estructura operacional de trabajo, bien documentada e integrada e integrada a los procedimientos técnicos y de administración, en aras de encontrar no solo puntos críticos de la organización o los famosos cuellos de botella, sino a su vez diseñar los medios de control facilitadores del mejoramiento continuo, junto con la competitividad y la actividad inmersa dentro de todo los procesos de la compañía.

Palabras claves: Adopción, calidad, ciclo Deming, competitividad, estrategias, gestión, mejoramiento continuo, Micro Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), organización, Sistema de gestión de la calidad (Quintero Aliaga, 2014).

Presenta como conclusiones:

Al definir el concepto de las MIPYMES Colombianas se muestra la importancia de estas compañías en la economía del país debido a la alta participación de estas, en el incremento de puestos de trabajo y la producción de bienes y servicios que permiten el movimiento de los mercados, con relación a esto surge la necesidad de brindarles herramientas que le

permitan mejorar la calidad de su producción y con ello la permanencia en el mercado, por medio de la adopción de un sistema de gestión de calidad.

Al trascender en la historia de Colombia y el continente Americano se evidencia el crecimiento de las compañías certificadas en el país desde el año 2011, esto muestra que las organizaciones comienzan a valorar y entender el beneficio de la implementación de un sistema de gestión de calidad como herramienta gerencial.

La adopción del sistema de gestión de calidad en las MIPYMES les brinda a estas compañías herramientas para volverse competitivas y hablar un mismo idioma a nivel mundial, mejorar la calidad de los bienes y servicios, generar políticas de responsabilidad social, preservación y conservación del medio ambiente, y por último aseguramiento de la calidad de vida de los colaboradores a través de los programas de salud ocupacional, permitiendo integrarse en un todo y buscar la permanencia en el mercado y trascendencia en el mismo.

Las herramientas que faciliten el proceso de adopción de un sistema de gestión de calidad en las Pymes Colombianas son un diagnóstico apropiado, determinación de los objetivos, compromisos de la alta dirección, elaboración del presupuesto, definir la política de calidad, seleccionar y permita la participación del personal, identificar y caracterice sus procesos, controle utilizando técnicas estadísticas, evalúe sus procesos y aplicar el ciclo de mejora continua.

Para las pequeñas y medianas empresas, la certificación en calidad es fundamental; especialmente las que están apuntando a la permanencia en el mercado, que tienen clientes más exigentes, quienes a su vez están implementando un sistema de gestión en la calidad, o trabajan en ámbitos donde la certificación es el requisito mínimo para poder vender.

Torres Ortíz & Lavayen Galdea (2017) en su tesis **“Diseño de un Sistema de Calidad según las Normas ISO 9001:2015 para una Empresa textil de la ciudad de Guayaquil”** menciona: las empresas deben de tener muy claro que, para alcanzar la calidad, la misma debe ir encaminada a formar parte en la gestión y ejecución en los procesos de las empresas interesadas en desarrollar un Sistema de Gestión de la Calidad el cual busque obtener una mejora continua y ventajas competitivas sobre sus productos y/o servicios, lo cual genere la completa satisfacción del cliente.

Para el desarrollo de la metodología que permita la implementación de la norma ISO 9001:2015 en la empresa textil de la ciudad de Guayaquil, el proceso de investigación se inicia con un análisis de la situación actual, donde se puede evidenciar la falta de documentación, procedimientos y controles de calidad en cada una de las actividades que se realizan la empresa.

Es por ello que se desarrolló el manual de calidad en base a la norma ISO 9001:2015 en el que se detalla la importancia de la Gestión de la Calidad en todos los departamentos para fomentar la capacidad de administrar, realizar y evaluar cualquier tipo de proceso, basados en las necesidades del cliente, implementando la metodología de investigación mixta, se realizaron entrevistas a los distintos departamentos y cliente.

Con este estudio se busca una alternativa que garantice a la empresa el cumplimiento de los requisitos de sus clientes, incorporando la calidad en su proceso productivo y, transformando los requisitos en acciones correctivas y preventivas.

A través de este sistema de gestión de la calidad, se apunta a indagar y promover la optimización de recursos en el contexto organizacional, debiendo ser iniciativa propia de la empresa apuntar a la implementación de las normas vigentes.

Po lo tanto se recomienda la actualización y reingeniería de los procesos con respecto a la información documentada, con relación a la capacitación del personal para mejorar el desenvolvimiento en el entorno laboral, y así cumplir con el manejo de los registros en su totalidad. Este medio puede ser usada como una herramienta competitiva de alto rendimiento, en base al diseño, desarrollo, producción y distribución, esto teniendo en cuenta que actualmente enfrentamos a un alto nivel de competencia mundial que requiere satisfacer las necesidades de clientes a través de la eficiencia y eficacia en el uso de los recursos disponibles.

En el siguiente proyecto técnico se detallan los requisitos, objetivos y alcances para el sistema de gestión de calidad en base a la Norma ISO 9001:2015, la cual brinda a todo contexto organizacional la iniciativa ante cualquier situación de competitividad, siendo una guía de referencia en el desarrollo de un producto o servicio (Torres Ortiz & Lavayen Galdea, 2017).

Presenta como conclusiones:

En la empresa textil DISEX S.A. se realizó un informe en el cual nos facilitó ejecutar el diagnóstico inicial de la empresa en base a un check list y análisis de Pareto mediante el cual fueron participe 96 colaboradores, de acuerdo al contexto, la empresa textil con el fin de fomentar la competitividad en el entorno comercial se guía mediante estándares de certificaciones, en este caso NORMA ISO 9001:2015.

Se evidencio mediante la identificación de los procesos organizacionales que actualmente no disponen con un sistema de gestión de calidad, es por ello que se considera como una necesidad la implementación del manual de calidad mas no como un requisito de cuerdo

a la versión vigente (2015), el cual permite mejorar los procesos existentes con los requisitos establecidos por la normativa.

A partir de la metodología de manual de calidad, se pretende integrar los sistemas de gestión de calidad en el contexto organizacional en la empresa DISEX S.A. siendo una guía para todos los procesos en base al diagnóstico de la situación actual de la organización la cual permite conocer en funcionamiento y desempeño de la misma.

Para fomentar la implementación del manual de calidad, se presentó una propuesta con los correspondientes ítems manual de funciones, manual de procedimientos e instructivos con el fin de establecer, ejecutar y optimizar los recursos propuestos para lograr una plena implementación del sistema de gestión de calidad.

A nivel Nacional

Betancur Villaorduña (2016) en su tesis **“caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2016”**

La presente investigación tiene como objetivo describir las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva-cuantitativa y un diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 49 establecimientos de denominación peluquerías y otros tratamientos de belleza, según los datos obtenidos de mesa de parte de la SUNAT, a quienes se realizó un muestreo estratificado determinado una muestra de 49 gerentes a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas por medio de la encuesta; del cual se obtuvo los

siguientes resultados: El 44,9% de los gerentes encuestados manifiestan que casi nunca realizan anuncios por la televisión, asimismo el 46,9% de los gerentes encuestados indican que nunca realizan exposiciones comerciales, así también el 51,0% de los gerentes encuestados manifiestan que no hacen uso de catálogos y revistas para darse a conocer. Finalmente se concluye indicando que no se da una buena gestión de calidad en las empresas ya que un alto porcentaje de desconocimiento en llegar a cabo una adecuada mezcla promocional, motivo por el cual en su mayoría no logran alcanzar las expectativas deseadas (Betancur Villaorduña, 2016).

Presenta como Conclusiones:

Deficiencia en el uso de medios de publicidad, en un gran porcentaje no realizan ventas personales, carencia en el uso adecuado de promoción de ventas, desconocimiento respecto a la promoción del marketing directo. Por lo que se puede observar una deficiente aplicación de las herramientas de la mezcla promocional en las MYPE estudiadas, debido a que existe un alto porcentaje de desconocimiento de los gerentes.

En relación a las principales características de los gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, son las siguientes: La mayoría de ellos tienen entre 31 a 40 años de edad, son de sexo femenino y con un grado de instrucción de nivel no universitario, quienes en su gran mayoría desconocen y no hacen el uso adecuado de la mezcla promocional para la empresa a la cual dirigen.

Respecto a las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional identificados en el estudio, los resultados nos muestran deficiente uso

de las herramientas y medios publicitarios como la televisión, presentaciones de ventas, reembolsos y el uso de catálogos (Betancur Villaorduña, 2016).

Polonio León (2017) en su tesis “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro peluquerías en la ciudad de Huaraz, 2017”

En el presente trabajo de investigación se formuló el siguiente problema: ¿Cuáles son las características del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, ¿Rubro Peluquerías en la ciudad Huaraz, 2017? Por lo que se propuso el siguiente objetivo general: determinar las características del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías en la ciudad de Huaraz, 2017. Para llevar a cabo esta investigación, se utilizó el diseño descriptivo bivariado; a una población de estudio conformada por 50 micro y pequeñas empresas del rubro peluquerías de la ciudad de Huaraz, tomándose como muestra a 44 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, lográndose el siguiente resultado: El 59% obtuvieron financiamiento para sus empresas, el 25% financiaron sus empresas con préstamos de terceros, el 63% utilizaron el tipo de fuente de financiamiento externo, el 54% incrementaron su rentabilidad al obtener financiamiento en sus empresas, el 75% dijeron que si incremento su rentabilidad en sus empresas al año 2017; finalmente, el 77% señalaron que la rentabilidad se generó por el buen uso del financiamiento. Teniendo como conclusión, la mayoría de las micro y pequeñas empresas recibió financiamiento del sector no bancario, el cual utilizaron la fuente de financiamiento externa, obteniendo un incremento de rentabilidad favorable para la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas (Polonio León, 2017)

Presenta como conclusiones:

Respecto al objetivo específico 1: Describir las características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías en la ciudad de Huaraz, 2017.

Los propietarios interrogados revelaron en cuanto al financiamiento, las siguientes características: El gran porcentaje ha obtenido financiamiento para sus empresas; financiándose con préstamos de terceros; recibiendo el financiamiento del sector no bancario, obteniendo mayores facilidades del sector no bancario para adquirir el crédito; utilizando el tipo de fuente de financiamiento externo; pues un gran número de representantes no cumple con los requisitos que las entidades financieras solicitaban; teniendo un plazo de pago del financiamiento recibido de 3 a más años; para ellos si fue oportuno el financiamiento recibido, afirmaron que si ha incrementado su rentabilidad al obtener financiamiento en sus empresas; utilizando el financiamiento para el mantenimiento de su local.

Las MYPES encuestadas y estudiadas se encontraban en época de desarrollo, y están representadas por personas con experiencia en el rubro; ellos adquirieron préstamos de entidades financieras, para adaptarse con mayor facilidad al mercado global; pues los cambios globales avanzan cada día con respecto a la tecnología; así mismo las MYPES representan una fuente futura generadora de empleos, que impulsan el desarrollo económico de nuestra ciudad de Huaraz; año tras año nuestra ciudad ha ido creciendo económicamente como también en su población.

Respecto al objetivo específico: Describir las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías en la ciudad de Huaraz, 2017.

Los propietarios interrogados revelaron en cuanto a la rentabilidad, las siguientes características: La mayor parte de ellas, manifestaron que si incremento su rentabilidad en el año 2017; el financiamiento que adquirieron generó suficiente rentabilidad para su empresa, generando mayores logros a través del buen uso del financiamiento.

Las MYPES encuestas y estudiadas aportaron con la investigación realizada, dando a entender que si existe rentabilidad en sus negocios; este rubro ha aumentado en los últimos años, haciendo que los representantes se preocupen y se actualicen en el ámbito de la moda y estética internacional; nuestra ciudad a medida que ha ido creciendo su población, también ha ido cambiado la moda y los gustos variados; es por ello que los representantes se han enfocado en mejorar y realizar cambios en sus locales, obteniendo de esta manera rentabilidad y estabilidad económica.

Respecto al objetivo general: Determinar las características del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías en la ciudad de Huaraz, 2017.

Los propietarios manifiestan que el financiamiento y la rentabilidad se relacionan entre sí; el financiamiento que ellos adquirieron ayudo a mejorar la calidad del negocio, obteniendo una excelente rentabilidad a través del buen uso de la inversión.

Delgado Reátegui (2017) en su tesis “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente de la Micro y Pequeñas Empresas sector servicios, rubro salón spa, del distrito de Callarúa, año 2017”

La presente investigación de las Mypes del sector servicio rubro salón spa distrito de Callarúa, tuvo por objetivo determinar las características y los beneficios que se logra con la aplicación de la gestión bajo el enfoque de atención al cliente año 2017; además de ver

el grado de desarrollo de las mismas. La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental/transversal y de una muestra de 19 Mype, a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta. En la presente investigación hacemos una breve introducción de la Mype en nuestro país donde también caracterizamos el problema y así mismo planteamos el enunciado de nuestra investigación. Luego hacemos una revisión de la literatura donde se menciona antecedentes de diferentes autores que nos hablan de la gestión bajo el enfoque de atención al cliente para luego mencionar las bases teóricas de la organización, la estructura de la microempresa, funciones de la gestión empresarial, la gestión de la calidad, los sistemas de gestión de calidad, los beneficios que aportan el sistema de gestión de calidad para finalmente hablar de marco conceptual de la micro y pequeña empresa, sus beneficios tributarios y laborales y la formalización de estas. Referente a la metodología de la investigación describimos el diseño de la investigación, su población y muestra la técnica e instrumento y el plan de análisis. Para finalizar veremos los resultados de la investigación mediante los cuadros estadísticos y sus respectivos gráficos de cada una de las preguntas de nuestra encuesta, para luego realizar un análisis de cada interrogante de la encuesta y por último punto hacer nuestras conclusiones de nuestra investigación (Delgado Reátegui, 2017).

Presenta como conclusiones:

Se concluye que según los resultados obtenidos la gran mayoría de las Mypes son formales esto quiere decir que cuentan con todos los requisitos exigidos por ley tales como: Personería jurídica, formalización tributaria, formalización laboral, formalización sectorial, formalización municipal; lo ideal sería que todas las Mypes deberían ser

formales, porque eso ayudaría en gran medida al crecimiento de cada de uno de ellos y nuestra región. Así mismo la gran mayoría de propietarios tienen un grado de instrucción de superior no universitaria incompleta.

El personal de este sector tiene poco conocimiento de los objetivos de la empresa. Así mismo los propietarios tienen escasa capacidad en lo es el uso de herramientas de gestión.

La herramienta de gestión más utilizada es el mapa de procesos; lo que indica que las Mypes de este sector no tiene un buen manejo de la gestión empresarial, lo que impide su desarrollo y permanencia en dicha actividad.

La atención al cliente tiene mejoras, ya que en la actualidad la Mypes capacitan con mayor frecuencia a su personal en diferentes rubros tales como técnicas en ventas, calidad en atención al cliente y excelencia en el servicio; esto quiere decir que las Mypes ponen mayor énfasis en lo que es la formación del personal, esto nos da luces que se encuentran mejor preparado para la atención y los servicios que ofrecen. Dichas mejoras repercuten significativamente en los beneficios de éstas; esto nos demuestra que se debe invertir constantemente en capacitaciones al personal, ya que hoy en día los clientes son muy exigentes y se requiere estar en permanente capacitación para tener una atención de calidad y se puede fidelizar a los clientes por el servicio que se presta.

La mayoría de las Mypes encuestadas cuentan con un buzón de sugerencias y toma en cuenta las opiniones de sus clientes; así mismo realizan e implementan acciones tales como: planes de acción, soluciones y compensaciones y establece canales de comunicación con los clientes; todo esto tiene un impacto positivo en los clientes ya que son escuchados y se sienten valorados ante cualquier duda que tenga sobre los servicios que ofrecen las Mypes. Todas estas acciones permiten mejorar la competitividad y

fortalecer los procesos de atención al cliente brindando una atención de calidad en los servicios (Delgado Reátegui, 2017).

A nivel Local

Valcazar Castillo (2017) en su tesis **“Gestión de Calidad en la Micros y Pequeñas Empresas del sector servicio-rubro salones de belleza, de la urbanización Villa del Norte, distrito Los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017”**

El estudio de la investigación que se llevó a cabo denominado: Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salones de belleza, de la urbanización Villa del norte, distrito los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017 tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salones de belleza, de la urbanización Villa del Norte, distrito los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017. La investigación fue descriptivo y no experimental, la población estuvo compuesta por 15 micro y pequeñas empresas, se les aplicó un cuestionario de 16 preguntas, utilizando como técnica la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 80% de los representantes legales tienen de 31 a 50 años de edad, el 100% son de género femenino, el 66.67% con estado civil casado, 100% de estos tienen instrucción técnica, 100% indican ser cosmetólogas y el 100% indican tener entre 0 a 5 años de permanencia en la empresa. El 93.00% tienen entre 1 a 5 trabajadores y el 46.67% indicó que el tiempo de funcionamiento de la empresa es de 1 a 5 años y 100% de las MYPES son manejados por personas naturales con negocio. Por otro lado el 66.67% definen la gestión de calidad como dar servicios que satisfagan al cliente, el 66.67% enfocan su gestión hacia el cliente, el 80% indican que la atención personalizada es un elemento que está enfocada al cliente, el 46.67% toma como referencia los mejores aspectos de su competidor como técnica de gestión

de calidad en servicio, y el 53.33% utiliza la capacitación para sus trabajadores, un 100% manifiestan que la satisfacción del cliente se debe al personal capacitado y el 86.67% cree que los recursos utilizados son adecuados para dar un buen servicio (Valcazar Castello, 2018).

Presenta como conclusiones:

Respecto a los representantes legales de las MYPES:

La mayoría de estos tiene de 31 a 50 años de edad (80%), la totalidad de estos son de género femenino (100%), con estado civil casado (66.67%). La totalidad de estos tienen instrucción técnica /100%), y (100%) son cosmetólogas e indican tener 0 a 5 años de permanencia en la empresa (100%).

Respecto a las características de las MYPES:

La mayoría de los encuestados respondieron que tienen 1 a 5 trabajadores (93.33%) y que el tiempo de funcionamiento de la empresa en el mercado es de 1 a 5 años (46.67%). La totalidad de la MYPES son manejados por personas naturales con negocio (100%).

Respecto a la Gestión de Calidad de la MYPES:

La mayoría entiende que dar servicios que satisfagan al cliente es una definición de gestión de calidad (66,67%)

La mayoría enfocan su gestión hacia el cliente (66.67%), e indican que la atención personalizada es un elemento de gestión de calidad que está enfocada al cliente (80%) y utilizan la técnica de tomar como referencia los mejores aspectos de su competidor (benchmarking) como técnica de gestión de calidad en servicio (46.67%).

La mayoría realiza capacitaciones a sus trabajadores orientadas a la mejora del servicio (53.33%). La totalidad manifiestan que la satisfacción del cliente se debe al personal

capacitado (100%), y la mayoría cree que los recursos utilizados son adecuados para dar un buen servicio al cliente (86.67%) (Valcazar Castillo, 2018).

Lovaton Suarez (2018) en su tesis “La Gestión de Calidad y su Influencia en los Beneficios de las MYPES del sector servicio-rubro salón de belleza, de Urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018”

La investigación tuvo como objetivo general, determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del sector servicio-rubro Salón de Belleza, de urbanización Canto Rey, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima 2018. La investigación fue descriptiva, no experimental-transversal y cuantitativa, para el recojo de la información se identificó una población de 16 MYPES de denominación salón de belleza, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Del cual se obtuvo los siguientes resultados: Gestión de Calidad: el 56.3% de los empresarios encuestados indican que siempre establecen los objetivos y políticas, asimismo el 43.8% indican que siempre planifican las metas que quieren lograr, mientras que el 37.5% indican que casi nunca se rigen a las políticas establecidas, además el 43.8% manifiestan que sólo a veces evalúan la gestión de calidad de los servicios que brindan y el 81.3% indican que siempre se preocupan por el clima laboral de sus colaboradores. Beneficios de las MYPES: el 37.5% de los empresarios encuestados creen que a veces es bueno que la empresa cuente con servicios de terceros a fin de reducir costos, además el 43.8% manifiestan que casi nunca cuentan con tecnología de punta, del mismo modo el 43.8% indican que casi nunca se realiza mejora continua en los servicios que ofrecen; mientras el 62.5% manifiesta que casi siempre han logrado obtener nuevas oportunidades y el 43.8% indican que siempre se preocupan por la satisfacción de sus clientes.

Conclusión la gestión de calidad influye significativamente en los beneficios de la MYPES del sector servicio-rubro salón de belleza, de urbanización Cnato Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018 (Lovaton Suarez, 2018).

Presenta como conclusiones:

Respecto a la gestión de calidad: existe un alto porcentaje de las MYPES encuestados que establecen sus objetivos y políticas en sus organizaciones, así como también se preocupan en planificar sus metas a efectuar y el clima laboral de sus colaboradores, toda vez que, ellos son pieza fundamental en la organización para obtener rentabilidad. Sin embargo, también existe un alto porcentaje de las MYPES encuestados que no se rigen a las políticas establecidas y no evaluán la gestión de calidad de los servicios que brindan. Así no generando una buena gestión de calidad en sus servicios.

Respecto a los beneficios de las MYPES: existe un alto porcentaje de las MYPES encuestados que opinan que no es necesario contar con los servicios de terceros, debido que sólo son microempresa; asimismo, no cuentan con tecnología de punta y tampoco realizan mejora continua en los servicios que brindan. Pese a ello existe un alto porcentaje de las MYPES encuestados que lograron generar nuevas oportunidades y se preocupan por la satisfacción de sus clientes, ya que un cliente satisfecho te recomienda, se fideliza y la MYPE gana posicionamiento en el mercado.

La gestión de calidad influye significativamente en los beneficios de las MYPES del sector servicio – rubro salón de belleza, de urbanización Canto Rey, del distrito de San Juan de Lurigancho, Lima 2018 (Lovaton Suarez, 2018).

Huaman Vega (2018) en su tesis “Gestión de Calidad y su Influencia en los Beneficios de las MYPES del sector servicio-rubro salón de belleza, Urbanización Santo Domingo, distrito de Carabaylo, Lima 2018”

La investigación tuvo por objetivo fijar la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES del sector servicio-rubro salón de belleza, urbanización Santo Domingo, distrito de Carabaylo, Lima 2018. El tipo de investigación utilizada fue cuantitativa, el nivel de investigación descriptivo correlacional, con un diseño de investigación no experimental transversal; para el recojo de la información se determinó una muestra de 20 representantes de la micro y pequeñas empresas (MYPES) a quienes se aplicó un cuestionario de preguntas cerradas utilizando la técnica de la encuesta. Los resultados obtenidos en la encuesta resaltan que más de la mitad (55% de la población) están en la edad de 31 a 50 años de edad, (el 85% son de género femenino); el (60% de la población) tiene estudios superiores no universitarios, el (80% de la población) es dueño de su microempresa, el (40% de la población) viene desempeñando este servicio de peluquería de 0 a 3 años, el (45% de la población) tiene una permanencia en el rubro de peluquería de 0 a 3 años, el 95% de salones de belleza tiene de 1 a 5 colaboradores, la mayoría (90%) de trabajadores no son familiares del empleador, el 95% de la población tiene como objetivo generar ganancias y el 100% de la población forma parte de rango de persona natural. Respecto a los salones de belleza y como primera variable: la gestión de calidad; solo el 37% de la población casi siempre planifica los procesos de resultados de acuerdo a los requisitos del cliente, el 35% siempre implementa procesos en su salón de belleza, el 28% de la población muy pocas veces realiza seguimiento y medición de los procesos respecto a políticas, objetivo y requisitos del producto, el 36% algunas veces

actúa y Toma acciones para mejorar continuamente en el desempeño. Respecto a la segunda variable: beneficios; el 43% de salones de belleza pocas veces hacen una mejora de desempeño, el 27% algunas veces coordina y cumple sus metas, el 43% cumple sus metas casi siempre, el 40% de salones de belleza casi siempre, el 40% de salones de belleza casi siempre tienen un desarrollo organizacionalmente (Huaman Vega, 2018).

Tiene como conclusiones:

Características del representante

Con respecto a las características de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro salones de belleza, están dirigidos por mujeres, la mayoría tiene la edad de 31 a 50 años, quienes cuentan con un estudio superior no universitario, la mayoría relativa son dueños de su propio negocio y desempeña es este rubro de 0 a 3 años.

Características de la (MYPES)

Con respecto a las características de las MYPES de salón de belleza, están establecidos como empresa de 0 a 3 años, su objetivo principal es generar ganancias, tienen de 1 a 5 empleados, la mayoría relativa son empleados que no son familiares y el 100% pertenece al régimen de persona natural.

Gestión de calidad

Respecto a la variable independiente: la gestión de calidad, solo el 37% de la población casi siempre planifica los procesos de resultados de acuerdo a los requisitos del cliente, el 35% siempre implementa procesos en su salón de belleza, el 28% de la población muy pocas veces realiza seguimiento y medición de los procesos respecto a políticas, objetivos y requisitos del producto, el 36% algunas veces actúa y toma acciones para mejorar continuamente en el desempeño. Las conclusiones a las que se llegó con relación al

objetivo general, fue que menos de la mitad de los encuestados aplica adecuadamente el concepto de los procesos de planificación y ejecución de actividades, verificación de los resultados y toma de acciones sobre lo aprendido. Así también se presenta una dirección poco conveniente de los factores motivacionales al personal y al reconocimiento de logros, donde se observa que algunas y muy pocas veces fueron las respuestas más repetitivas en las encuestas realizadas. Se puede afirmar que los representantes no aplican herramientas de mejora continua de la calidad en cuatro pasos (planificar, hacer, verificar y actuar), y no tiene conocimiento del tema.

Beneficios

Respecto a la variable dependiente: beneficios; el 43% de salones de belleza pocas veces hacen una mejora de desempeño, el 27% algunas veces coordinan y cumple sus metas, el 43% cumple sus metas casi siempre. El 40% de salones de belleza casi siempre tienen un desarrollo organizacionalmente. Con respecto a los resultados de la investigación, los representantes no generan un buen desempeño laboral, no coordinan sus planes con sus trabajadores, pocas veces hacen uso de un plan estratégico, pocos salones de belleza se desarrollan personalmente y organizacionalmente, lo cual no es beneficioso para el salón de belleza ya que no contribuye a mejorar notablemente la productividad de la empresa (Huaman Vega, 2018)

2.1. Bases teóricas

El concepto de calidad fue evolucionado desde las primeras civilizaciones, y es en Japón donde se da la auténtica revolución de la calidad, teniendo como seminaristas al maestro Edward Deming que da las primeras lecciones sobre control estadístico en 1950 y al

Doctor Joseph Juran quien dijo que el control de calidad debe ir más allá de la simple inspección del producto final. De esta manera la gestión de calidad lleva al éxito de muchas organizaciones.

2.1.1. Definición de Calidad

Juran (2009) menciona calidad está orientada a los ingresos, y consiste en aquellas características del producto que satisfacen necesidades del consumidor y como consecuencia de eso producen ingresos. En este sentido, una mejor calidad generalmente cuesta más. De acuerdo a Juran la calidad está en relacionada con el precio cuanto más calidad tenga un producto más caro es su valor adquisitivo. Por otro lado **Hoyer & Brooke (2001)** quien cita a Juran, donde menciona que calidad tiene multiples significados siendo los más resaltante “La calidad consite en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto”.

La difilculdad para definir calidad es traducir las necesidaes futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará. Esto no es fácil, y tan pronto como uno se siente exitoso, encuentra rápidamente que las necesidades del cliente han cambiado y que la competencia ha mejorado, hay nuevos materiales para trabajar , algunos mejores que los anteriores , otros peores, otros más baratos, otros más caros... (**Deming, 1988**)

Lepeley (1994) menciona “la calidad tiene relación con la satisfacción de necesidades de los consumidores, clientes o usuarios. Con la necesidad o el gusto de las personas que crea una demanda para que el producto o servicio se dé origen”. De acuerdo con el autor podemos decir que la calidad es el resultado de un proceso de gestión integral que abarca

todas las etapas de un proceso para llegar a producir un producto o servicio que pueda satisfacer la necesidad del cliente.

2.1.2. Definición Gestión de Calidad

Es el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente. Mediante la gestión de calidad, la gerencia participa en la definición, análisis y garantía de los productos y servicios ofertados por la empresa, interviniendo y haciendo que se realicen los siguientes tipos de actuaciones (**Udaondo Duran, 1992**)

- Definir los objetivos de calidad, según los intereses de la empresa según la necesidad de los clientes.
- Conseguir que los servicios o productos estén conformes con dichos objetivos, facilitando todos los medios necesarios para lograrlo.
- Evaluar y vigilar que se alcanza la calidad deseada
- Mejorar continuamente, convirtiendo los objetivos en calidad en un proceso dinámico que evoluciona de modo permanente, de acuerdo con las exigencias del mercado.

2.1.3. Gestión de la Calidad Total

Según **Miranda Gonzáles, Chamorro Mera, & Rubio Lacoba, (2007)** quien cita a **Fergenbaum** quien define la “calidad total como un eficaz sistema de integrar el desarrollo de la calidad, su mantenimiento y los esfuerzos de los diferentes

grupos en una organización para mejorarla y así permitir que la producción y los servicios se realicen en los niveles más económicos que permitan la satisfacción del cliente”. El concepto de la calidad total engloba todos los procesos de la organización y a todas las personas que la componen tratando de obtener una mejora continua en los procesos que lleve a una satisfacción del cliente.

La calidad total nace en Japón debido a las ideas de Deming y Juran, el concepto de calidad se basa en función al cliente. Deming entiende la empresa como una cadena de suministradores-clientes, de forma que cada individuo es cliente de la persona que suministra información o material para realizar su trabajo y suministrador de la persona a quien entrega este trabajo realizado. Para Juran cada uno controla parte o todo el proceso que también tiene un cliente o proveedor.

Al aplicar calidad total se hace imprescindible identificar al cliente, ya que cada individuo es un cliente dentro de un proceso definido, cuyo resultado final afectará eventualmente a las características de la calidad, tanto reales como imaginarias del producto o servicio (**Miranda González, Chamorro Mera, & Rubio Lacoba, 2007**)

2.1.3.1.La trilogía de Juran

Juran (1992) señala que la administración para lograr calidad abarca tres procesos básicos: la planificación de la calidad, el control de calidad y el mejoramiento de la calidad. Su trilogía, muestra cómo se relacionan entre sí dichos procesos (**pág. 15 y 16**).

Planificación de la calidad. Es la actividad para desarrollar los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes y comprende de una serie de pasos:

- Identificar a los consumidores (todo aquel que pueda ser impactado se convierte en un consumidor potencial, ya sea externo o interno).
- Determinar las necesidades del consumidor.
- Crear características de producto que puedan responder a las necesidades de los consumidores.
- Crear procesos que sean capaces de fabricar las características del producto en las condiciones operativas.
- Transferir los procesos a las áreas operativas.

Control de la calidad. Promueve la delegación del control a los más bajos niveles posibles en la organización, cediendo la responsabilidad del autocontrol a los trabajadores. También promueve la capacitación de los trabajadores en la búsqueda de información y su análisis, a fin de permitirles tomar decisiones sobre de los hechos.

- Evaluar el comportamiento de la calidad real.
- Comparar el comportamiento real con los objetivos de la calidad.
- Identificar las necesidades específicas para mejorar.
- Crear, para cada proyecto, un equipo de tenga la responsabilidad clara de dirigir el proyecto hacia un fin satisfactorio.

- Proporcionar los recursos, la motivación y la formación necesarios para los equipos.
- Establecer controles para que perduren los logros.

Mejora de la calidad. Este proceso es el medio de elevar el comportamiento de la calidad por medio de la utilización de los objetivos.

- Crear, para cada proyecto, un equipo de tenga la responsabilidad clara de dirigir el proyecto hacia un fin satisfactorio.
- La capacitación se lleva a cabo a todos los niveles
- Los directivos analizan regularmente los progresos con respecto de las metas.
- Proporcionar los recursos, la motivación y la formación necesarios para los equipos.
- Establecer controles para que perduren los logros.

2.1.3.2. Ciclo de Deming

Es una metodología recomendada para realizar cualquier actividad que permite alcanzar los resultados esperados en forma sistemática. Es una herramienta empleada para implantar un sistema de mejora continua. El ciclo de Deming está compuesto por cuatro fases:

Planificar (Plan). Se remarcan las actividades susceptibles de mejora y se establecen objetivos a alcanzar. Para alcanzar posibles mejoras se pueden realizar grupos de trabajo,

escuchar las opiniones de los trabajadores, buscar nuevas tecnologías, buzón de sugerencia, lluvias de ideas, etc. Esta etapa debe cumplir cuatro pasos:

- Definir los objetivos a lograr
- Determinar la situación actual.
- Definir las acciones de mejora para lograr los objetivos definidos.

Hacer (Do) Una vez seleccionada la mejora a implantar, se realizan los cambios oportunos sobre la actividad o el proceso previamente seleccionado. Se realizarán las pruebas antes realizar los cambios definitivos y antes de que puedan afectar un gran número de clientes.

Verificar o controlar (Check). Una vez implantada la mejora, se deja un periodo de prueba para verificar su correcto funcionamiento. Si la mejora no cumple las expectativas se tiene que modificar para realizar las modificaciones necesarias los objetivos esperados.

Actuar. Una vez finalizado el periodo de prueba se deben estudiar los resultados y compararlos con el funcionamiento de las actividades antes de haber sido implantada la mejora. Si los resultados son satisfactorios se implantará la mejora de forma permanente. Si los resultados no son los esperados habrá que valorar si se realizan nuevos cambios.

2.1.3.3. Fundamentos de la Gestión de Calidad

La calidad realizada (lo que es capaz de obtener) Se refiere al grado de cumplimiento de las especificaciones que el responsable de hacer el trabajo es capaz de conseguir.

La calidad programada (se ha pretendido obtener) Se refiere a la especificación de un diseño plasmado en un documento o plano constructivo. Por lo tanto, el responsable de ejecutar el trabajo tiene que alcanzar el diseño indicado.

La calidad necesaria (gustaría recibir) Es lo que el cliente exige con mayor o menor grado. Por lo tanto, se tiene que trabajar para satisfacer los gustos y preferencias de cada cliente.

Así mismo también se debe considerar los siguientes principios:

a) **Estructura Organizacional:** Definición y documentación de responsabilidades. Autoridad e interrelación de las personas en la documentación del sistema de calidad, manual de calidad, procedimientos y documentos específicos.

b) **Política de Calidad:** Orientación y propósitos generales de unos organismos concernientes a la calidad, expresados formalmente por el más alto nivel de la dirección.

c) **Manual de Calidad:** Especifica a la política de calidad de la empresa y describe el sistema de calidad de una organización. Documento de trabajo de circulación controlada que resume las políticas, misión, visión, organigrama, funciones relacionadas con la calidad y nivel de responsabilidades competente, enuncia los procedimientos e instrucciones de trabajo de una empresa.

d) **Objetivo de Calidad:** Es una mezcla cuantificada relativa a la calidad que se busca lograr o a la que se dirige la organización. Se puede establecer en aspectos como conformidad del producto o servicio, oportunidad, costo, seguridad y motivación.

2.4.2.2 Herramientas y técnicas de la gestión de la calidad

Durante la década de los 50 se comenzaron aplicar las herramientas para mejorar el control de la calidad, estas herramientas van mejorando cada vez más por la exigencia del mercado. A continuación, presentamos las técnicas ampliamente adoptadas en la mejora de calidad.

Análisis Modal de Fallos y Efectos (AMFE). Es una metodología que permite estimar y predecir las fallas que puede tener un producto que está en fase de diseño, esto con la finalidad de incorporar desde el inicio los componentes y funciones del producto que garanticen su fiabilidad, seguridad y el cumplimiento de los parámetros de las funciones que los clientes exigirán del nuevo producto.

AMFE ayuda a reducir el tiempo y el coste del desarrollo de un producto, proceso o servicio. Ayuda en el análisis proveniente de los fallos potenciales más probables que puede tener un producto. Los fallos generan una serie de sobre costos en el producto como es, pérdida de rendimiento o se detiene las funciones del producto diseñado o analizado, esto puede ocasionar problemas con el cliente (Análisis de modos de fallo y efectos (AMFE), s.f.).

Balanced Scorecard (BSC). tiedCOMM (s.f.) cita a Mario Vogel quien se refiere a “BSC ayuda a balancear de una forma integrada y estratégica, el progreso actual y suministra la dirección futura de su empresa, para ayudarle a convertir la visión en acción por medio de un conjunto coherente de indicadores en cuatro diferentes perspectivas, a través de las cuales se puede ver el negocio en su totalidad”.

Los cuatro indicadores son: financiamiento, cliente, procesos internos y formación y crecimiento que en conjunto determina la funcionalidad de una organización. El BSC permite tener el control del estado corporativo y la forma cómo se están encaminando las

acciones para alcanzar los objetivos. A partir del análisis de los indicadores balanceados, puede tomarse acciones preventivas o correctivas que afecten el desempeño global de la empresa.

Benchmarking. Espinosa (s.f.) dice “Es un proceso continuo por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos con su propia empresa y poder mejorar”. Si tomamos como referencia aquellas empresas que destacan en el área que nos hace falta mejorar y estudiamos sus estrategias, métodos y técnicas para posteriormente mejorarlas y adaptarlas a nuestra empresa, conseguiremos alcanzar un nivel alto de competitividad.

Brainstorming. En español significa tormenta de ideas, es un método de trabajo que estimula la creatividad para generar propuestas innovadoras, desarrolla ideas que ayuda a solucionar posibles problemas e involucra la participación de toda estructura organizacional.

Diagrama de flujo. Manene (2011) afirma que “Es una representación gráfica que desglosa un proceso en cualquier tipo de actividades a desarrollarse tanto en empresas industriales o de servicios y/o en su estructura organizativa”. Es una herramienta que permite entender correctamente las diferentes fases de cualquier proceso y su funcionamiento, de esta manera permite comprender para luego estudiar y mejorar los procedimientos.

Diagrama de Ishikawa. Es una herramienta de gestión de calidad ampliamente utilizada para analizar los problemas que básicamente representa entre un efecto y todas las posibles causas que lo ocasionan. Tiene la forma del esqueleto de un pescado.

Diagrama de Pareto. Es un diagrama conocido como curva cerrada o distribución A-B-C, gráfico que permite organizar datos de forma descendente, de izquierda a derecha y separados por barras. Es método de análisis que permite asignar las prioridades de las actividades que impulsan la calidad total.

Gráficos de control. Es un diagrama que permite medir cronológicamente los procesos para verificar si existe variaciones debido a causas aleatorias o no aleatorias, mientras más rápido se detecte el desajuste más eficiente es la gráfica de control.

Despliegue de la función calidad (QFD). Término en inglés Quality Function Deployment. Es un proceso que asegura los deseos y las necesidades de los clientes sean traducidas en características técnicas de un producto o servicio. El principal objetivo de esta técnica es centrar el producto o servicio en la satisfacción de los requerimientos del cliente. QFD es una valiosa herramienta que puede ser usada por todas las organizaciones, su flexibilidad y adaptabilidad permite un buen desempeño en las industrias manufactureras y de servicio.

2.1.3.4. ISO 9001 Sistema de Gestión de Calidad

Es una norma internacional elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) que se aplica a los sistemas de gestión de calidad de organizaciones públicas y privadas, independientemente de su tamaño o actividad empresarial. Es un método de trabajo que se emplea para la mejora de la calidad de los productos y servicios para la satisfacción de los clientes (ISO 9001:2015 EL FUTURO DE LA CALIDAD, s/f).

El sistema de gestión de calidad se basa en la norma ISO 9001, las empresas se interesan por obtener esta certificación para garantizar a sus clientes la mejora de sus productos o servicios. La norma ISO 19001 es una ventaja competitiva para las organizaciones.

2.1.3.5.Principio de ISO 9001

Se han identificado ocho principios de gestión de calidad que puede ser utilizados por alta dirección con el fin de conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño (Yañez, 2008).

Enfoque al cliente. Todas las organizaciones dependen del cliente, por ello es importante comprender las necesidades actuales y futuras para poder satisfacerlas.

Liderazgo. Son los líderes quienes establecen una unidad de propósito. Son los que mantienen un ambiente interno armonioso que incentivan a los colaboradores a involucrarse al cien por ciento a logara los objetivos de la organización

Participación del personal. El colaborador es la esencia de toda organización y el compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

Enfoque basado en procesos. Un resultado deseado se alcanza eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

Enfoque de sistema para la gestión. Comprende en identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

Mejora continua. Todas las organizaciones deberían tener como objetivo la, mejora continua en el desempeño global y conjunta.

2.1.4. Beneficios

La palabra beneficio es un término genérico que define todo aquello que es bueno o resulta positivo para quien “da” o para quien “recibe”, se entiende todo aquello representativo del bien la cual atrae utilidad.

Según Bernuy (2010) Define a los Beneficios como: “Conceptos que el trabajador percibe como consecuencia de su actividad laboral (Beneficios Sociales legales y convencionales), sin considerar su origen, el importe o la periodicidad del pago o su naturaleza remunerativa. Estos están destinados a mejorar la calidad de vida del trabajador y la de su familia”. (p.40)

2.1.5. Beneficios de la gestión de calidad

Los beneficios de una gestión de calidad están orientado al resultado de los procesos y la satisfacción de los clientes que permite conseguir una ventaja competitiva en el sector empresarial.

(Montes Luna, 2012) indica siete ventajas para aplicar en un sistema de gestión de calidad, las cuales son:

Mejora de la satisfacción del cliente. Cuando se tienen en cuenta los principios de la gestión de calidad, el beneficio es percibido por ambas partes, es decir tanto el que vende como el que compra. La producción del bien o el servicio se hacen con mayor rapidez, con menor costo y mayor utilidad dando como resultado que el producto o servicio satisface las necesidades del cliente. En ese sentido a través de este sistema ambas partes resultan beneficiados.

Homogeneización de los productos o servicios. El sistema de gestión de calidad detecta los errores y fallas en las diferentes áreas para eliminarlas y mejorar el proceso, según Tupiño Flores (2018) el sistema de gestión de calidad estandariza los procesos o pasos a ejecutar en la elaboración del producto o servicio obteniendo el producto o servicio más rápido, homogéneo y a menor costo.

Aumento de la eficiencia y reducción de costo. El sistema de gestión de calidad señala cual es el proceso más óptimo a seguir. En ese sentido, la organización elimina todos aquellos pasos innecesarios, detectando los puntos de falla o restricción, para volver esos procesos más eficientes y menos costosos.

Incremento de la rentabilidad económica. Mediante la eliminación de fallas y de procesos, la empresa disminuye el tiempo de producción y consecuentemente con ello, emplea menos mano de obra, menos energía eléctrica, menos desgaste de máquina, entre otros beneficios. Esto permite que el dinero empleado en esos costos que se han reducido se convierta en utilidad para la organización.

Potenciación de imagen de la empresa. Brindar un servicio de calidad implica que la empresa se haga conocida en el mercado por tener esa característica y el cliente es el primero en comunicar tal información. Por ende, si el cliente habla bien del producto o servicio de la empresa esta eleva su imagen considerablemente.

Impulso de la motivación de los trabajadores. Todos los empleados que laboran en una empresa que tiene una buena imagen, tiende a sentirse orgulloso de lo que hace. Es decir, la buena imagen de la empresa y el hecho de que el empleado trabaje allí es un factor de motivación del trabajador. Pero además de ello, el beneficio que recibe la empresa es que

el trabajador se sienta motivado porque puede ver que su trabajo es reconocido tanto por la empresa como por la sociedad que aprueba la labor de la organización.

Crecimiento de la coordinación interdepartamental. En este contexto de gestión de calidad, el trabajo en equipo se vuelve en un estilo de vida, al igual que hacer las cosas bien, con esta aplicación de la gestión de calidad, la coordinación se vuelve en un factor importante que el producto sea de calidad (Tupiño Flores 2018).

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Historia de las micros y pequeñas empresas (MYPE) en el Perú.

A partir de la segunda mitad del siglo XX y debido a una serie de factores como el boom de las exportaciones de harina de pescado, una mejor red de vías de comunicación e información, la reforma agraria y el centralismo de la ciudad de Lima como capital y sede de la modernidad de la época, se comienza a intensificar el fenómeno de las migraciones de las áreas rurales hacia las urbanas, principalmente ubicadas en la costa, donde este contingente migratorio tan elevado, requería de una fuente de ingresos que impulsó vertiginosamente el sector de emprendedores emergentes (INEI, 1995:p.38; Verdara, 2001).

Inicialmente, los inmigrantes rurales se desempeñaban en oficios que requerían ningún tipo de estudios, más que la destreza y la fuerza física para trabajar como cargadores, personal de limpieza o como camareros. Transcurridos unos años, comenzaría a incorporarse como pequeños comerciantes, artesanos y otros, explorando sus capacidades para obtener mayores ingresos, por lo cual llegarían a conformar a principios de los años 80 la primera definición de “empresas con

menos de 10 trabajadores y trabajadores independientes no profesionales”, constituyendo el tercio de la población económicamente activa de Lima Metropolitana, mientras que el resto de la población trabajaba en medianas y grandes empresas privadas así como en el sector público. Sin embargo, con los ajustes estructurales y todo lo que conllevó, impacto sobre las empresas formales y el sector público, provocando la pérdida de empleo de muchos trabajadores, condiciones que impulsan a generar sus propias fuentes de empleo y forzando la incorporación de nuevos miembros de la familia al mercado laboral: mujeres y jóvenes. Pero dichas iniciativas emprendedoras se verían sabotada por las políticas de apertura comercial que dieron pie a la importación masiva de productos más baratos provenientes de economías de escala, tornándose demasiado competitivos y hasta inalcanzables para los pequeños negocios emprendidos hasta ese momento, especialmente los productivos. De esta manera, desde los años 90 hasta la actualidad se produjo una tercerización del empleo, reemplazándose las actividades productivas por los servicios y el comercio. (Avila Rosel, s.f.)

2.2.2. Definición de la micro y pequeñas empresas

Según la Ley N° 28015 (Ley de promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa) en el Artículo 2° define a la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto

desarrollar actividades de extracción, transformación, comercialización de bienes o prestaciones de servicios.

Microempresa: Se denomina microempresa aquella cuyo número de trabajadores es de 1 a 10 personas. Los niveles de ventas anuales en un monto máximo de 150 UIT.

Pequeña empresa: Se denomina pequeña empresa aquella cuyo número de trabajadores es de 1 a 100 personas. Con un total de ventas al año entre 150 hasta 1,700 UIT.

2.2.3. Importancia de las micro y pequeñas empresas

Sánchez Barraza (sf) menciona las micro y pequeñas empresas en Perú son componentes muy importantes del motor de nuestra economía. A nivel nacional, las MYPES brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca de 40% de Producto Bruto Interno (PBI).

Es indudable que las MYPES abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre lo más importante cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, disminuyendo a de esa manera el desempleo en nuestro país. Asimismo, contribuye con el 40% PBI como en las exportaciones, de esta manera podemos darnos cuenta que las MYPES son importantes para la economía de nuestro país, sin embargo, mucho de ellas se encuentran limitadas en su desarrollo y formalización Pg. (128) -(129).

2.2.4. Historia de los salones de belleza.

La historia de las peluquerías o salones de belleza nace en la época de Egipto, ya que la distinción entre la plebe, esclavos y súbditos desmarcaban en los diferentes peinados, colores, pelucas de pelo lacio y cabello natural, así como, valiosos tocados de oro y piedras

preciosas. Gracias al avance en las comunicaciones (marítimas y terrestres del mundo egipcio) y los constantes conflictos, las costumbres se propagaron más rápido por el mediterráneo.

Tras los egipcios fueron los romanos los que fueron innovando a la hora de realizar peinados con recogidas trenzas que fueron muy famosas en su época. Aunque no fue hasta el renacimiento cuando las mujeres se preocupaban mucho por sus peinados y los peluqueros, lo que pudieron practicar su creatividad con peinados mucho más sofisticados utilizando accesorios en el pelo como pelos postizo, redecillas, o joyas entrelazadas con piedras.

Con este suceso en París se avanzó con peinados extravagantes y complicados que para poder hacerlos era necesario emplear unas maquetas para poder saber que peinado quería realizar el cliente. Hasta el día de hoy el mundo de la belleza continúa innovando y renovando, cada vez las tendencias varían con el pasar de los años.

2.2.5. Definición de salón de belleza

Salón de belleza conocida también como peluquería es el establecimiento al cual las personas asisten para cortar o dar cierto estilo a su pelo. Es el lugar donde se pueden realizar diferentes tratamientos capilares, en su mayoría tienen que ver con el embellecimiento del cabello. Existen diferentes tipos de peluquerías, muchas se especializan en cortes para mujeres, hombres o niños.

En la actualidad el concepto de belleza ha evolucionado y abarca multitud de cuidados, de tal manera que también se han multiplicado los centros dedicados a mejorar nuestra apariencia. Salones que en muchos casos ofrecen servicios muy similares a diferencia de

aquellos que han decidido reinventarse y apostar por una multifuncionalidad por la mezcla de belleza y diseño y por disfrutar del estilismo como cualquier artista al esculpir su obra (FACTORY , 2016)

2.2.5.1. Características de un salón de belleza innovador

Según FACTORY (2016) los salones de belleza innovador cuentan con siete características innovadoras que nombramos a continuación:

Creatividad. La creatividad y la experiencia son claves en el interior de un salón de belleza. La inspiración en diferentes corrientes artísticas y en las historias personales, contadas a través de las manos de los estilistas da como resultado un peinado único o una mirada intensa como nunca antes.

Empatía. La atención personalizada está garantizada desde la escucha previa de las necesidades del cliente y sus expectativas hasta consultas privadas. Todo el proceso consiste en una perfecta sincronía entre el profesional y quien acude a él. En el mundo de la belleza la base de un resultado satisfactorio es la empatía.

Experiencia. Elegir un salón de belleza exclusivo es elegir una experiencia muy positiva: estarás rodeado de prestigiosos profesionales que demuestran pasión por el cuidado de cada detalle y que te explicarán las últimas tendencias del sector en un ambiente relajado y cercano.

Polivalencia. El salón de belleza puede convertirse en un lugar de exposición de trabajos creativos: diseñadores de moda y complementos, artistas de diferentes técnicas, coleccionistas. Es habitual que el propio espacio sea una referencia en interiorismo en cuanto a decoración y mobiliario.

Calidad. Los productos con los que trabajan los salones de belleza exclusivos son de primeras marcas, con la confianza de que te aplicarán el más adecuado a tu tipo de piel, cabello y de que son realmente eficaces.

Conocimiento compartido. Al tratarse de un centro de belleza integral, es habitual que en él se citen expertos y profesionales del mundo del estilismo para compartir sus conocimientos, explorar técnicas y adquirir nuevas habilidades en diferentes actividades de formación.

Ubicación. El lugar en el que debe abrir un salón de belleza exclusivo no es fruto de azar. Normalmente debe estar localizado en una gran ciudad, en la que exista una industria de belleza importante, donde puedan nacer sinergias y colaboraciones interesantes.

2.2.5.2. Diferencia entre estilista, barbero y peluquero

En la actualidad vemos una variedad de salones que ofrecen diferentes servicios con diferentes profesionales, a continuación, mostramos la diferencia de estilista, barbero y peluquero:

Estilista. Persona que tiene por oficio cuidar el estilo y la imagen. Es una persona que busca darle estilo a la imagen de cada persona, tomando en cuenta el tipo de cara, cuerpo y personalidad. Ellos se fijan mucho en facetas en las que los peluqueros o barberos no son tan meticulosos, se fijan en el aspecto de la cara, lineación y la distribución de cada una de las partes del cuerpo, lo cual hacer que un look se vea perfecto.

Barbero. Hombre que tiene por oficio afeitar, cortar y arreglas la barba, el bigote y el pelo de los hombres, no decimos que no sean buenos cortando el pelo, pero simplemente lo suyo es la barba y el bigote, así que si lo que buscas es tener un estilo en tu barba.

Peluquero. Persona que tiene por oficio peinar, cortar y arreglar el cabello. Profesional dedicado únicamente al cuidado, tratamiento del cabello.

III. Hipótesis

Hipótesis general

Existe relación gestión de calidad y beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

Identificación de variables

De la hipótesis general

Variable independiente: Gestión de calidad

Variable dependiente: Beneficios

Hipótesis específicas

Existe relación entre planificación de la calidad y beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

Existe relación entre control de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

Existe relación entre mejora de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

IV. Metodología

Severo Iglesias (1981) señala: "El método es un camino, un orden, conectado directamente a la objetividad de lo que se desea estudiar.... Las demostraciones metodológicas llevan siempre de por medio una afirmación relativa a las leyes del conocimiento humano en general..."

La metodología se denomina a la serie de métodos y técnicas de rigor científico que se aplican sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanzar un resultado teóricamente válido. En este sentido, la metodología funciona como el soporte conceptual que rige la manera en que aplicamos los procedimientos en una investigación. Los métodos a utilizar serán:

El método científico:

Kerlinger (1981) describe el método científico como: "La manera sistemática en que se aplica el pensamiento al investigar, y es de índole reflexiva".

El método hipotético deductivo:

Es el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica. El método hipotético - deductivo tiene varios pasos esenciales: observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia

hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

Francis Bacon (1994) “consideró que la ciencia partía de la observación de hechos y que, de esa observación repetida de fenómenos comparables, se extraían por inducción las leyes generales que gobiernan esos fenómenos. En el se plantea una hipótesis que se puede analizar deductiva o inductivamente” (p.36)

4.1. Tipo de investigación

Es cuantitativo porque se pretende demostrar la relación entre las variables y para ello se utilizaron procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

Kemmis y McTaggart (1988) al respecto manifiestan: “esbozan esta herramienta como “el proceso de reflexión en un área problema determinada, donde se desea mejorar la práctica o la comprensión persona” (p.38)

Nivel correlacional:

Es de tipo correlacional porque se orienta a describir el fenómeno de la investigación y determinar la relación existente entre las variables.

Según Cancela (2010), al respecto manifiesta: “los estudios correlacionales comprenden aquellos estudios en los que estamos interesados en describir o aclarar las relaciones existentes entre las variables más significativas, mediante el uso de los coeficientes de correlación. Estos coeficientes de correlación son indicadores matemáticos que aportan información sobre el grado, intensidad y dirección de la relación entre variables”. (p.76)

Enfoque cuantitativo:

Porque en la recolección de datos y la presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos e instrumento de medición.

Para Rodríguez y otros (1999) investigación cualitativa es “la selección de un escenario desde el cual se intenta recoger información pertinente para dar respuesta a las cuestiones de la investigación” (p.91).

La investigación cuantitativa según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014) “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.4).

4.2. Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó en esta investigación es no experimental y transaccional, porque la aplicación de la encuesta se llevó a cabo en una sola oportunidad.

Altuve y Rivas (1998) menciona que el diseño de investigación “*es una estrategia general que adopta el investigador como forma de abordar un problema determinado, que permite identificar los pasos que deben seguir para efectuar su estudio*” (p.231).

4.3. Población y muestra

4.3.1. Población:

La población en estudio estuvo conformada por los propietarios de las MYPES del sector servicio, rubro salón de belleza, del Jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia Lima, departamento de Lima, periodo 2016 que suma un total de 10 MYPES.

Según Tamayo (1998) define como población “*la totalidad del fenómeno a estudiar, en donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación*” (p.114)

4.3.2. Muestra:

La muestra estuvo constituida por el 100% de las MYPES del sector servicio, rubro salón de belleza, del Jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia Lima, provincia de Lima, periodo 2016. Es decir, fue una población de muestra porque se tomó el 100% de la población, es decir serán 10 MYPE. De acuerdo con Behar Rivero (2008) *“Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus necesidades al que llamamos población. Es un subgrupo de la población”*

5.4. Operacionalización de las variables

Variable Independiente		DIMENSIONES		INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
		DENOMINACIÓN	DEFINICIÓN	DENOMINACIONES	
GESTIÓN DE CALIDAD	<p>Juran (1992) señala que la administración para lograr calidad abarca tres procesos básicos: la planificación de la calidad, el control de calidad y el mejoramiento de la calidad. (pág. 15 y 16).</p>	PLANIFICACIÓN	<p>Es la actividad para desarrollar los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes</p>	-Identificar al consumidor potencial.	Nominal
				-Determinar las necesidades del consumidor.	
				- Crear características del producto que pueda satisfacer las necesidades del cliente.	
		CONTROL	<p>Promueve la delegación del control a los más bajos niveles posibles en la organización, cediendo la responsabilidad del autocontrol a los trabajadores</p>	-Evaluar el comportamiento de la calidad.	Nominal
				-Comparar el comportamiento real con los objetivos de la calidad.	
				-Establecer controles para que perduren los logros.	
MEJORA DE LA CALIDAD	<p>Este proceso es el medio de elevar el comportamiento de la calidad por</p>	-Evaluar regularmente las metas establecidas.	Nominal		
		-Capacitación continúa.			

			medio de la utilización de los objetivos	- Motivación y formación necesaria en los equipos.	
--	--	--	--	--	--

Variable Dependiente		DIMENSIONES		INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
		DENOMINACIÓN	DEFINICIÓN	DENOMINACIÓN	
Beneficios	Los beneficios de una gestión de calidad están orientado al resultado de los procesos y la satisfacción de los clientes que permite conseguir una ventaja competitiva en el sector empresarial (Montes Luna, 2012)	Mejora de la satisfacción del cliente	Cuando se tienen en cuenta los principios de la gestión de calidad, el beneficio es percibido por ambas partes, es decir tanto el que vende como el que compra	- Su atención es eficiente - Clientes Frecuentes -Satisfacción de los clientes	Nominal
		Incremento de la rentabilidad económica	Mediante la eliminación de fallas y de procesos. Esto permite que el dinero empleado en esos costos que se han reducido se convierta en utilidad para la organización	-Sostenibilidad en el tiempo. - Respaldo Económico	Nominal

4.5. Técnica e instrumentos de recolección de datos

Técnica: La técnica para el presente trabajo fue la encuesta

Según Stanton, Etzel y Walker, una encuesta consiste en reunir datos entrevistando a la gente.

Instrumento: Cuestionario, fue cuestionario estructurado por 14 preguntas relacionadas a los aspectos generales de la empresa y las variables de estudio: Gestión de calidad y sus beneficios.

(Hurtado, 2000) manifiesta que: “La selección de técnicas e instrumentos de recolección de datos implica determinar por cuáles medios o procedimientos el investigador obtendrá la información necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación”. (p. 164)

4.6. Plan de análisis de datos

Para el presente trabajo de investigación se utilizó la recolección de datos, para luego trabajar dicha información en el software Excel, las cuales nos permitieron procesar la información y ordenar según los perfiles de las variables en estudio.

4.7. Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables e indicadores	Población y muestra	Metodología	Técnicas, Instrumentos y Procedimientos
Problema general	Objetivo General	Hipótesis general	Variable	Población	Diseño:	Técnica
¿Cuál es la relación entre gestión de calidad en los beneficios de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salón de belleza, del Jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia Lima, departamento Lima, periodo 2016?	Determinar la relación entre gestión de calidad en los benéficos de las micros y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salón de belleza, del Jirón los Flamenco, distrito de Santa Anita, provincia Lima, departamento Lima, periodo 2016.	Existe relación gestión de calidad y las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, de la Av. Universitaria, distrito de Los Olivos departamento de Lima, periodo 2016	V ₁ Gestión de calidad V ₂ Beneficios	10 salones de belleza	Tipo: Cuantitativo Diseño: No experimental, Transversal Nivel: Descriptivo Correlacional	Encuesta
	Objetivo específico 1	Hipótesis específica 1				Instrumento
	Determinar la relación entre planificación de la calidad en los benéficos de las micros y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salón de belleza, del Jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia Lima, departamento Lima, periodo 2016.	Existe relación entre planificación de la calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.				Cuestionario
	Objetivo específico 2	Hipótesis específico 2		Muestra		Procedimiento

	Determinar la relación entre control de calidad en los benéficos de las micros y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salón de belleza, del Jirón los Flamenco, distrito de Santa Anita, provincia Lima, departamento Lima, periodo 2016.	Existe relación entre control de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.				
	Objetivo específico 3	Hipótesis específico 3				
	Determinar la relación entre mejora de la calidad en los benéficos de las micros y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salón de belleza, del Jirón los Flamenco, distrito de Santa Anita, provincia Lima, departamento Lima, periodo 2016.	Existe relación entre mejora de la calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.			al 100% de la población, percibida por 10 Salones de belleza	Base de datos software Excel Análisis estadístico: Software SPSS

Tabla 3: Matriz de consistencia

Fuente: Elaboración propia

4.8. Principios éticos

El presente trabajo de investigación, la información que ha sido obtenida por parte de los representantes de las Mypes, solo se utilizó para fines de estudio que ayudara a determinar el problema de la investigación y posibles soluciones, para ello nos establecemos los siguientes principios éticos.

Principios de honestidad: Este principio se aplicó cuando se fue a entrevistar a los representantes, ya que la información obtenida era directamente para fines de estudio.

Principio de confiabilidad: Es confiable ya que los datos e información obtenidos en este estudio son verídicas, obtenidos de libros, durante un periodo de tiempo determinado, y que servirá para la investigación de estudios similares.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (1998), "la validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir" (pág.243).

Principio de confidencialidad: Implica que la información del representante va ser solo para fines de investigación y no será divulgada sin consentimiento a otra persona.

Principio de respeto: Se respetó sus ideas y sus costumbres a la hora de entrevistar a los representantes, en algunas ocasiones respetando privacidad de sus identidades.

Para la validación del instrumento de investigación se realizó a través de Alfa de Cronbach que es un coeficiente que sirve para medir la fiabilidad de una escala de medida.

Para el valor se considera lo siguiente:

1	a	0	= No es confiable.
0.01	a	0.49	= Baja confiabilidad
0.5	a	0.75	= Moderada confiabilidad.
0.76	a	0.89	= Fuerte confiabilidad.
0.9	a	1	= Alta confiabilidad

Tabla 4.- Nivel de confiabilidad del instrumento de la variable: Gestión de calidad.

Estadísticas de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,798	14

Fuente: Alfa de Cronbach

Concluida la prueba de confiabilidad procedida en Alfa de Cronbach es de 0,798 según la escala utilizada, indica que el instrumento es válido y presenta un alto nivel de confiabilidad, que permite su aplicación para la obtención de los datos correspondientes.

Tabla 5.- Nivel de confiabilidad del instrumento de la variable: beneficios

Estadísticas de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,901	14

Fuente: Alfa de Cronbach

Concluida la prueba de confiabilidad procedida en Alfa de Cronbach es de 0,901 según la escala utilizada, indica que el instrumento es válido y presenta un alto nivel de confiabilidad, que permite su aplicación para la obtención de los datos correspondientes.

Método de análisis estadístico

Para realizar el análisis de los datos se utilizó el software Excel para la construcción de la base de datos y el software estadístico SPSS para realizar la evaluación de la relación entre las variables en base al resultado del coeficiente de correlación.

Prueba de hipótesis.

Una prueba de hipótesis examina dos hipótesis opuestas sobre una población: la hipótesis nula y la hipótesis alternativa. La hipótesis nula es el enunciado que se probará. La hipótesis alternativa

es el enunciado que se desea poder concluir que es verdadero de acuerdo con la evidencia proporcionada por los datos de la muestra.

Nivel de significación.

El nivel de significación (o nivel de α) permite determinar si el resultado de un estudio se puede considerar estadísticamente significativo después de realizar las pruebas estadísticas planificadas.

Para realizar la contratación de hipótesis se utilizó el coeficiente de Rho Spearman.

Tabla 6. *Escala de interpretación del valor/grado de las correlaciones de Spearman.*

Valor		Interpretación	
De:	A:		
	± 1.00	Correlación Perfecta	Positiva o Negativa
± 0.90	± 0.99	Correlación Muy Alta	Positiva o Negativa
± 0.70	± 0.89	Correlación Alta	Positiva o Negativa
± 0.40	± 0.69	Correlación Moderada	Positiva o Negativa
± 0.20	± 0.39	Correlación Baja	Positiva o Negativa
± 0.01	± 0.19	Correlación Muy Baja	Positiva o Negativa
± 0.00		Correlación Nula	

Fuente: Robles, R. & Pino, N. (1981). *Estadística*. Lima: *INIDE*

Contrastación de hipótesis

Hipótesis general de la investigación:

H₀: No existe relación entre gestión de calidad y beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

H₁: Existe relación gestión de calidad y beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

De los resultados que se aprecian en la tabla adjunta se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman = 0,513 significa que existe una moderada relación positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, existe relación gestión de calidad y beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

Tabla 1.- *Grado de correlación y nivel de significación entre gestión de calidad y beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.*

		Gestión de calidad	Beneficios
	Coefficiente de correlación	1,000	,513
	Gestión de calidad Sig. (bilateral)		,000
Rho de Spearman	N	,10	10
	Coefficiente de correlación	,513	1,000
	beneficios Sig. (bilateral)	,000	
	N	,10	10

Hipótesis específicas 1

Ho: No existe relación entre planificación de la calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

H₁: Existe relación planificación de la calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

De los resultados que se aprecian en la tabla adjunta se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman = 0,522 significa que existe una moderada relación positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, existe relación entre la planificación de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

Tabla 1.- *Grado de correlación y nivel planificación y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.*

			Estructura organizacional	Beneficios
Rho de Spearman	Planificación de calidad	Coefficiente de correlación	1,000	,522
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	,10	10
	Beneficios	Coefficiente de correlación	,522	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	,10	10

Hipótesis específica 2

Ho: No existe relación entre control de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

H₁: Existe relación entre control de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

En cuanto al resultado específico se aprecian en la tabla los resultados que se aprecian en la tabla adjunta se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman = 0,509 significa que existe una moderada relación positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, existe relación entre control de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

Tabla 3.- Grado de correlación y nivel de significación entre control de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

		Política de calidad	Beneficios	
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000	,509
	Control de calidad	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	10	10
	Beneficios	Coefficiente de correlación	,509	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	10	10

Hipótesis específica 3

H₀: No existe relación entre mejora de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

H₁: Existe relación entre mejora de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

En cuanto al resultado específico se aprecian en la tabla los resultados que se aprecian en la tabla adjunta se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman = 0,506 significa que existe una moderada relación positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, existe relación entre mejora de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

Tabla 4.- *Grado de correlación entre mejora de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.*

		Manual de calidad	Beneficios
Rho de Spearman	Mejora de calidad	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,506
		N	.
	Beneficios	Coeficiente de correlación	10
		Sig. (bilateral)	,506
		N	,000
		10	10

V. Resultados

Tabla 1: Distribución de frecuencias sobre la edad de los representantes legales de las Mypes encuestadas

Intervalos	fi	%
De 20 a 30 años	00	00
De 31 a 40 años	09	90
De 41 a más	01	10
Total	10	100

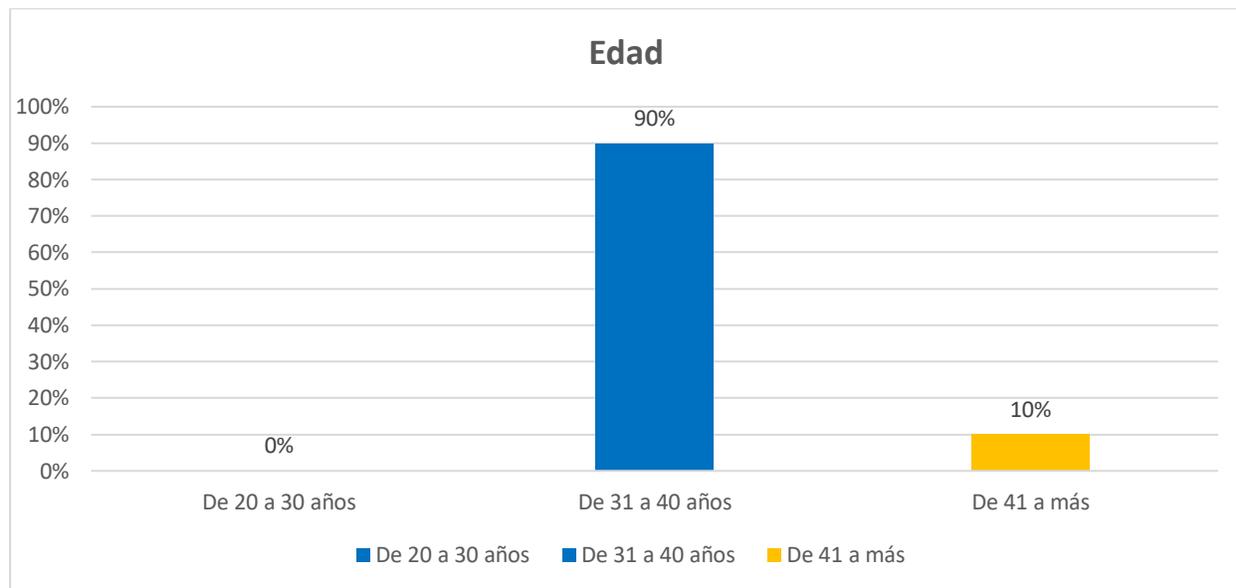


Figura 1: Niveles sobre la edad del encuetado

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta en esta investigación se tiene que el 0% de los empresarios pertenecen a la edad 20 a 30 años, el 90% tiene entre 31 a 40 años y el 10% tiene entre 41 años a más.

Tabla 2: Distribución de frecuencias respecto a género de los representantes legales de las Mypes encuestadas.

Intervalo	fi	%
Mujer	08	80
Varón	02	20
Total	10	100

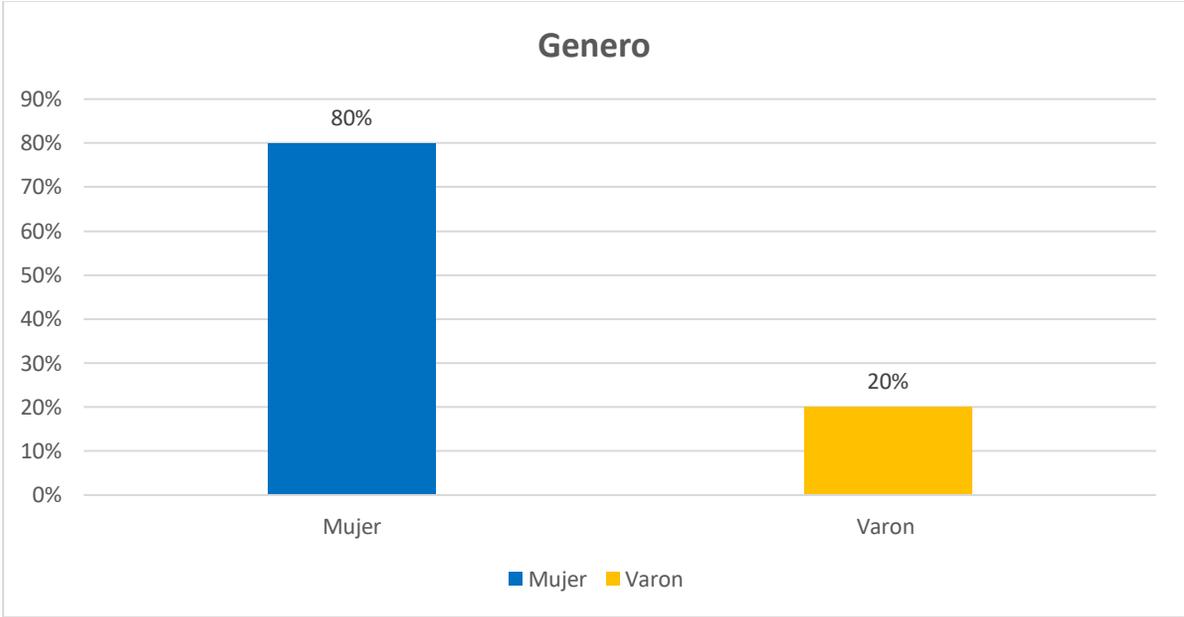


Figura 2: Niveles entre el género del encuestado

Fuente: Elaboración propia

El 80% de los encuestado son de sexo femenino; el 20% de encuestados corresponde al sexo masculino.

Tabla 3: Distribución de frecuencias del cargo que desempeña dentro de la empresa encuestada

Distribución de frecuencias del cargo que desempeña dentro de la empresa encuestada

Intervalo	f _i	%
Administrador	03	30
Contador	00	00
Cosmetóloga	05	50
Estilista	02	20
Total	10	100

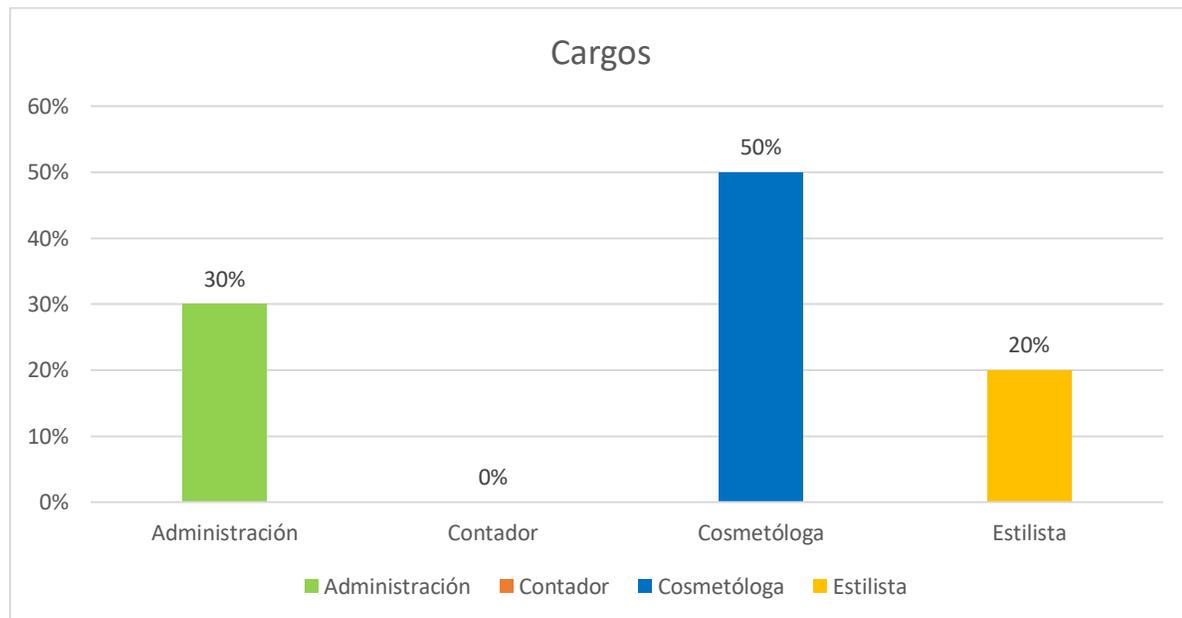


Figura 3: Niveles del cargo del encuestado

Fuente: Elaboración propia

El 30% de encuestados tienen como cargos administradores; el 00% de encuestados tienen como cargo contador; el 50% tienen como cargo cosmetólogos y el 20% de encuestados tienen como cargos estilistas.

Tabla 4: Distribución de frecuencias sobre el tiempo de permanencia en la empresa encuestada

Intervalo	f _i	%
0 a 5 años	10	100
6 a 10 años	00	00
11 a más años	00	00
Total	10	100

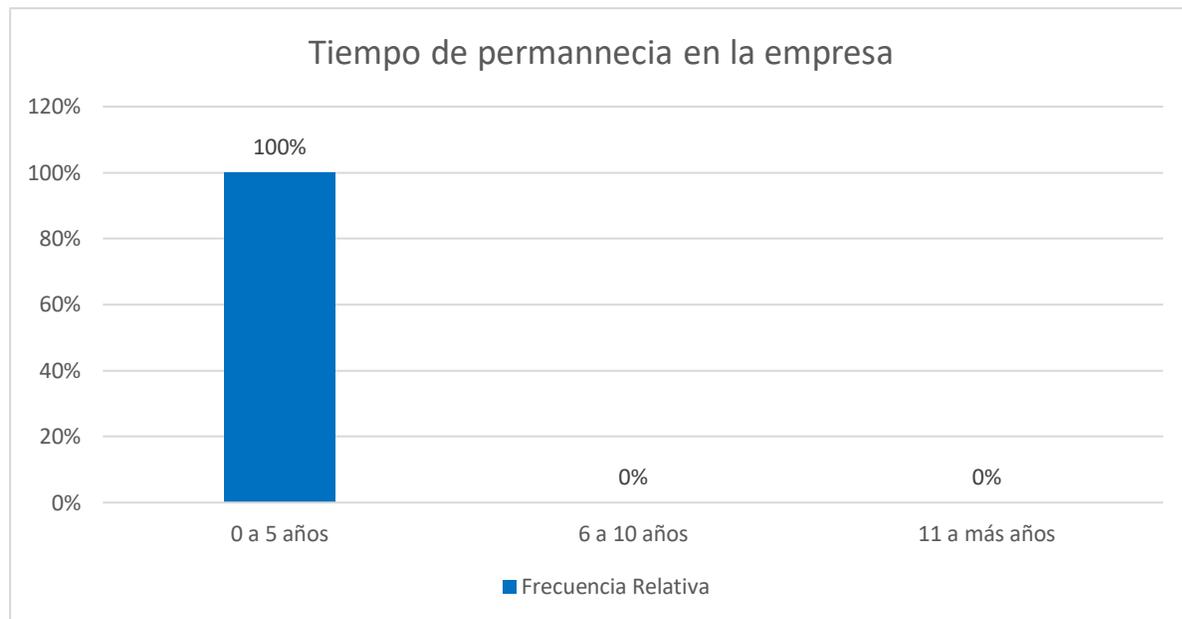


Figura 4: Niveles sobre el tiempo de permanencia en la empresa.

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados tiene como tiempo de permanencia en la empresa entre 0 a 5 años en la empresa; el 00% de los encuestados tiene de permanencia en la empresa entre 6 a 10 años y el 00% de los encuestados tiene de permanencia en la empresa entre 11 a más años.

Tabla 5: Distribución de frecuencias respecto al tipo MYPE.

Intervalo	fi	%
Unipersonal	10	100
Jurídico	00	00
Total	10	100

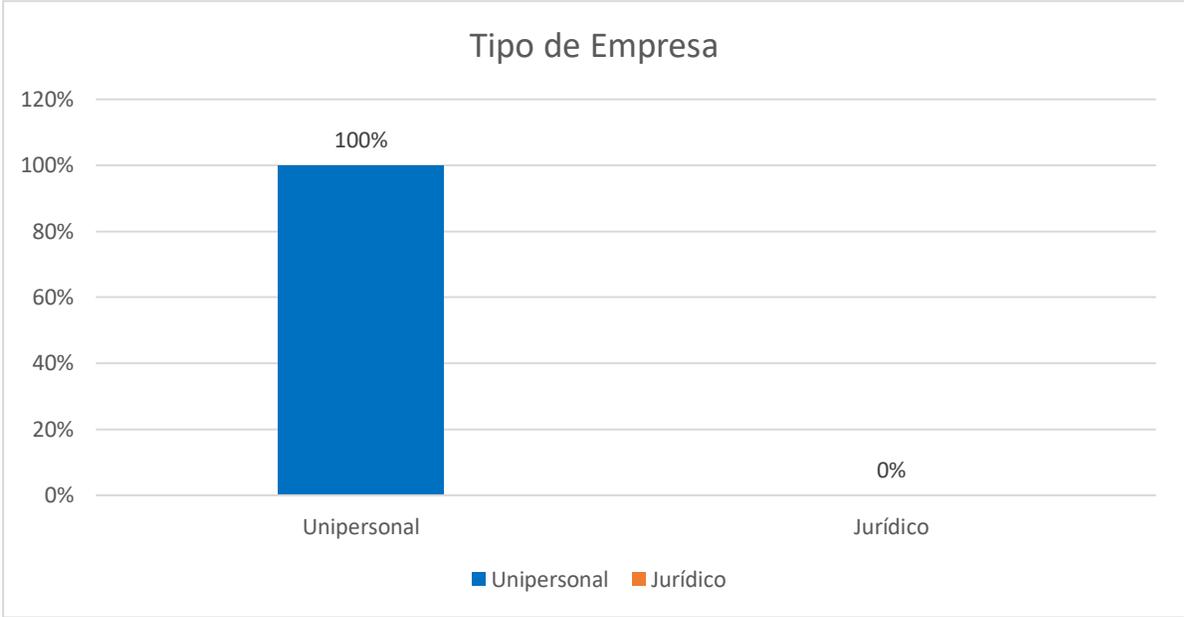


Figura 5: Niveles respecto al tipo de MYPE

Fuente: Elaboración propia

El 100% de las MYPES son unipersonales.

Tabla 6: Distribución de frecuencias sobre el tiempo de funcionamiento de la MYPE.

Intervalo	fi	%
1 a 5 años	07	70
6 a 10 años	02	20
11 años a más	01	10
Total	10	100

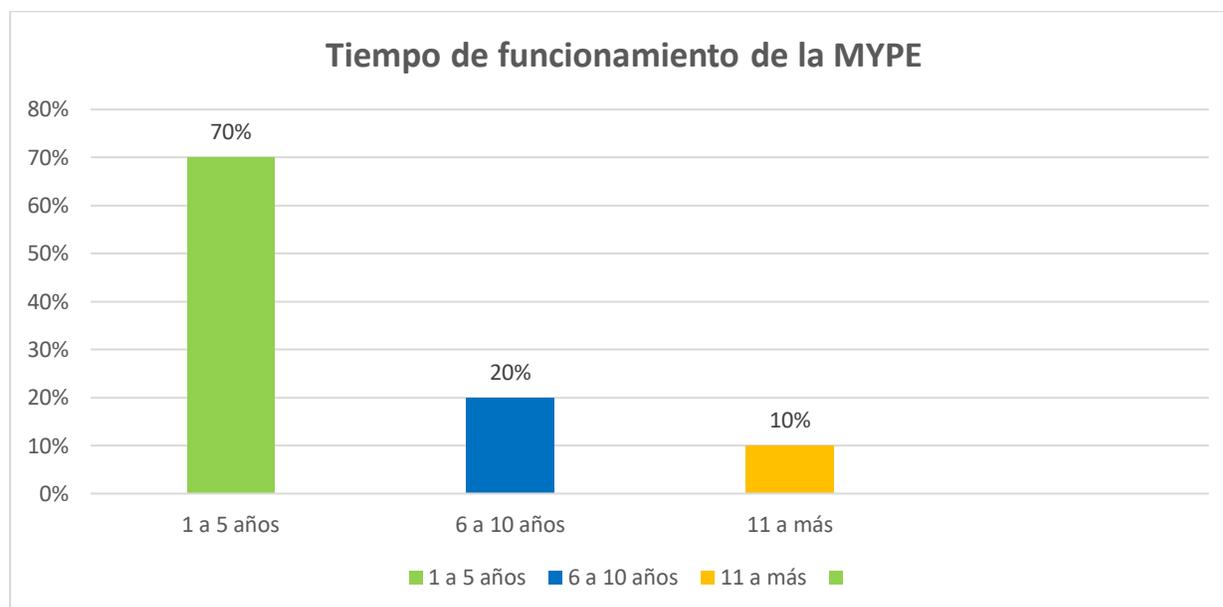


Figura 6: Niveles sobre el tiempo de funcionamiento de la MYPE.

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta, se tiene que 70% de las empresas encuestadas tienen entre 1 a 5 años funcionando en el mercado, 20% tienen entre 6 a 10 años y el 10% tienen entre 11 a más años.

Tabla 7: Distribución de frecuencias sobre la cantidad de trabajadores.

Intervalo	f _i	%
1 a 5	09	90
6 a 15	00	00
16 a más	01	10
Total	10	100

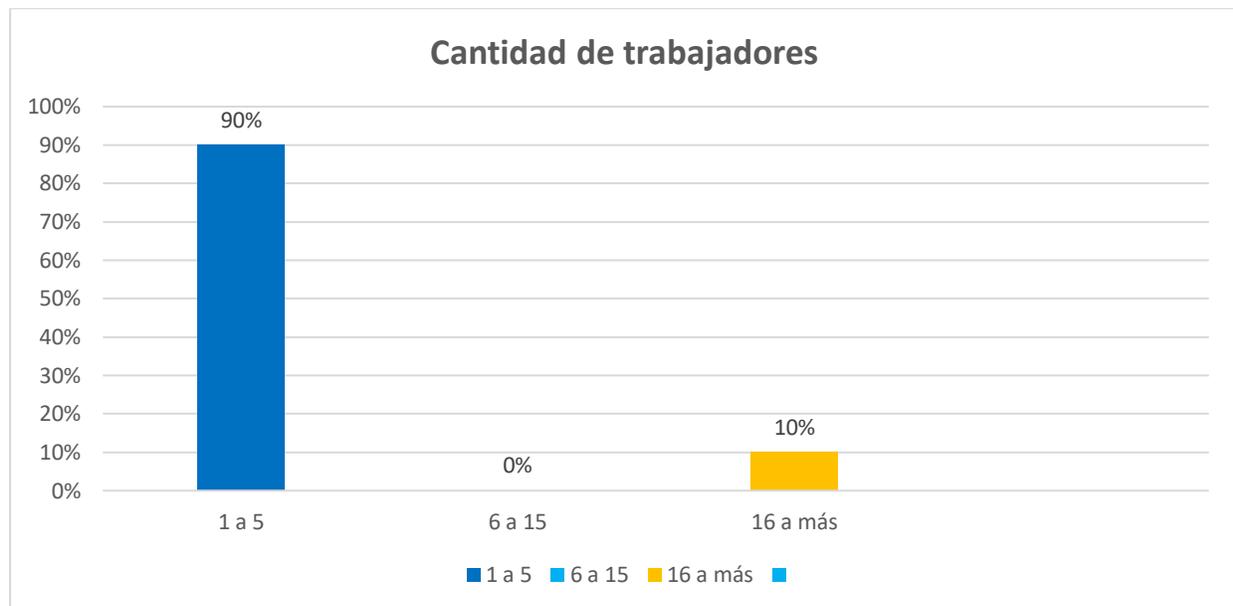


Figura 7: Niveles respecto a cantidad de trabajadores.

Fuente: Elaboración propia

El 90% de las empresas tiene entre 1 a 5 trabajadores, 00% tiene entre 6 a 15 trabajadores y el 10% tienen entre 16 a más trabajadores.

Sobre las características Gestión de Calidad

Tabla 8: Distribución de frecuencias respecto a la definición Gestión de Calidad.

Consulta	fi	%
Sistema eficaz para integrar los recursos de mejora continua	00	00
Brindar servicios o productos que satisfagan al cliente	10	100
Total	10	100

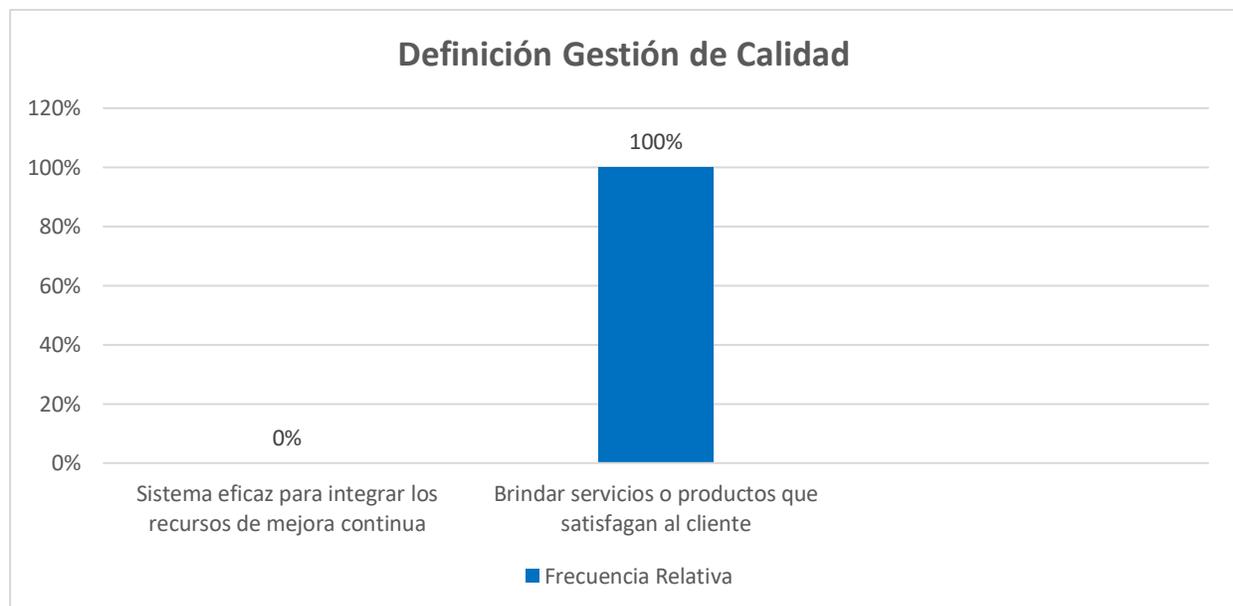


Figura 8: Niveles respecto a la definición Gestión de Calidad.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la variable gestión de calidad, se tiene que 100% de los encuestados entienden como definición de gestión de calidad: Brindar servicios o productos que satisfagan al cliente.

Tabla 9: Distribución de frecuencias sobre identificar al consumidor potencial.

Intervalo	f _i	%
Muy pocas veces	00	00
Algunas veces	01	10
Casi siempre	02	20
Siempre	07	70
Total	10	100

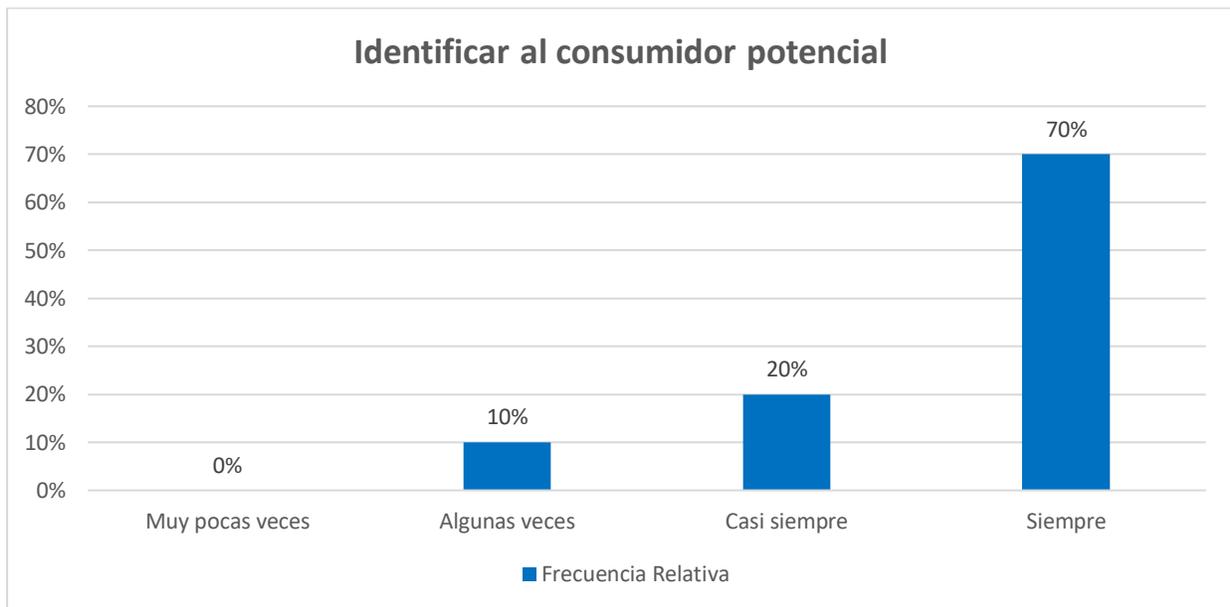


Figura 9: Niveles sobre identifica al consumidor potencial.

Fuente: Elaboración propia

El 70% de los encuestados mencionan que siempre identifican al consumidor potencial, el 20% de los encuestados casi siempre identifica al consumidor potencial y el 10% de los encuestados algunas veces identifica al consumidor potencial.

Tabla 10: Distribución de frecuencias sobre determinar las necesidades del consumidor.

Intervalo	f_i	%
Muy pocas veces	01	10
Algunas veces	02	20
Casi siempre	02	20
Siempre	05	50
Total	10	100

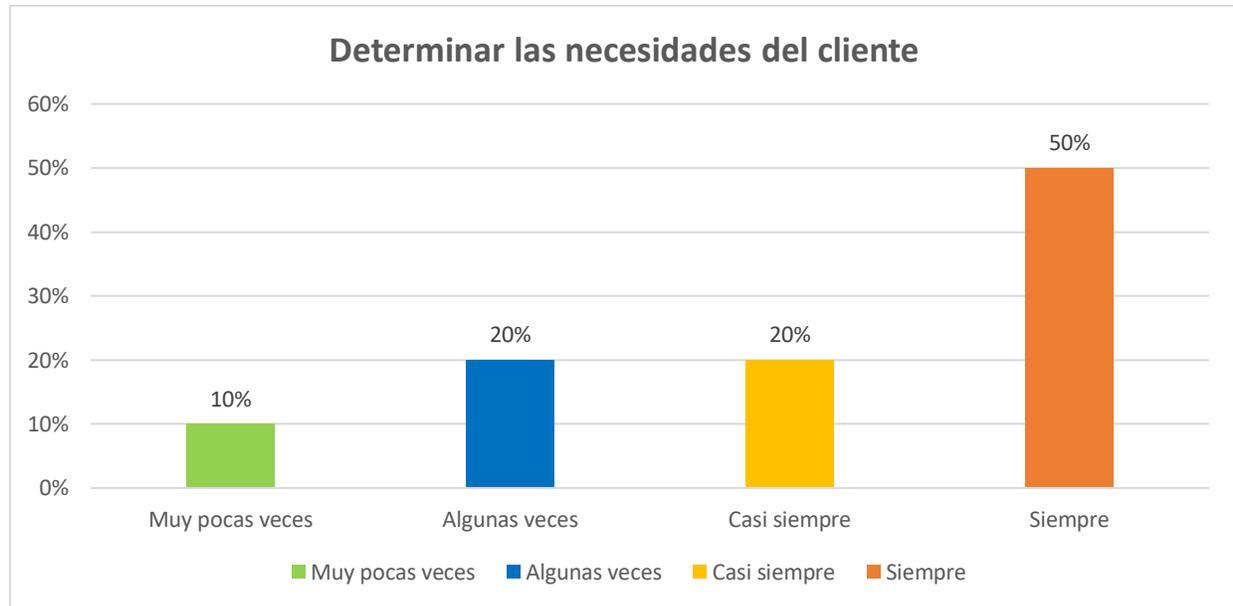


Figura 10: Niveles sobre determinar las necesidades del cliente.

Fuente: Elaboración propia

El 50% de las MYPES manifiestan que siempre determinan las necesidades del cliente, el 20% de las MYPES manifiestan que casi siempre determinan las necesidades del cliente, el 20% de las MYPES mencionan que algunas veces determinan las necesidades del cliente y el 10% de las MYPES muy pocas veces determinan las necesidades del cliente.

Tabla 11: Distribución de frecuencias sobre crear características del servicio que satisfacen las necesidades de los clientes.

Intervalo	fi	%
Muy pocas veces	01	10
Algunas veces	01	10
Casi siempre	03	30
Siempre	05	50
Total	10	100

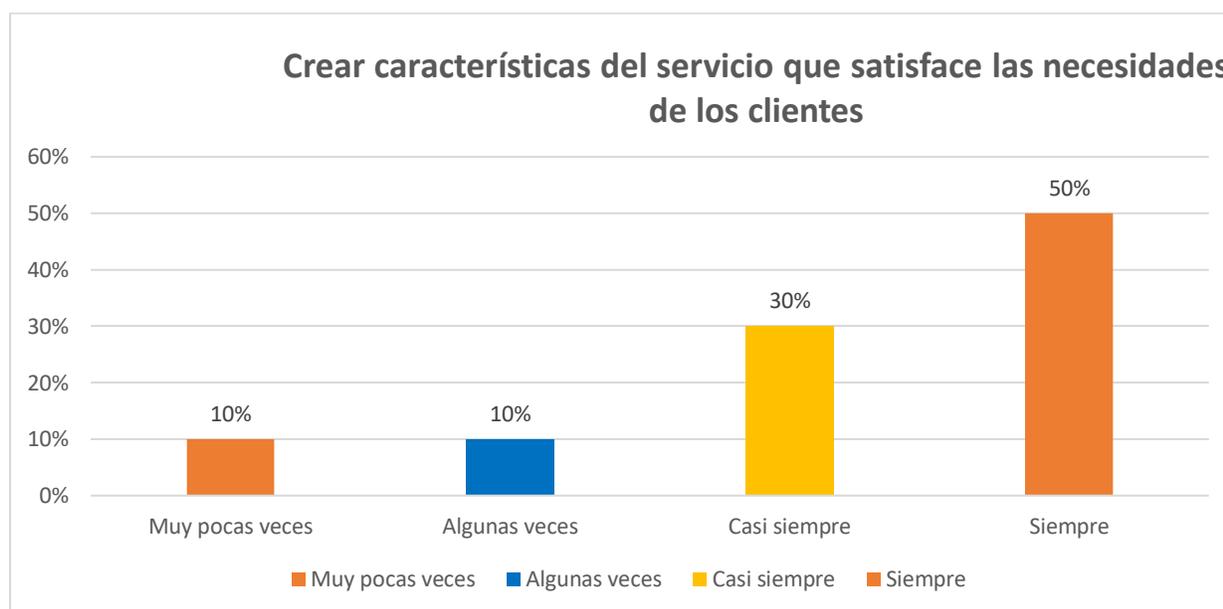


Figura 11: Niveles sobre crear características del servicio que satisface las necesidades de los clientes.

Fuente: Elaboración propia

El 50% de las MYPES siempre crean características del servicio que satisfacen las necesidades de los clientes, el 30% de las MYPES casi siempre crean características del servicio que satisfacen las necesidades de los clientes y el 10% de las MYPES manifiestan que algunas veces y muy pocas veces crean características del servicio que satisfacen las necesidades de los clientes.

Tabla 12: Distribución de frecuencias sobre evaluar los procesos del servicio que brindan.

Intervalo	fi	%
Muy pocas veces	00	00
Algunas veces	02	20
Casi siempre	03	30
Siempre	05	50
Total	10	100

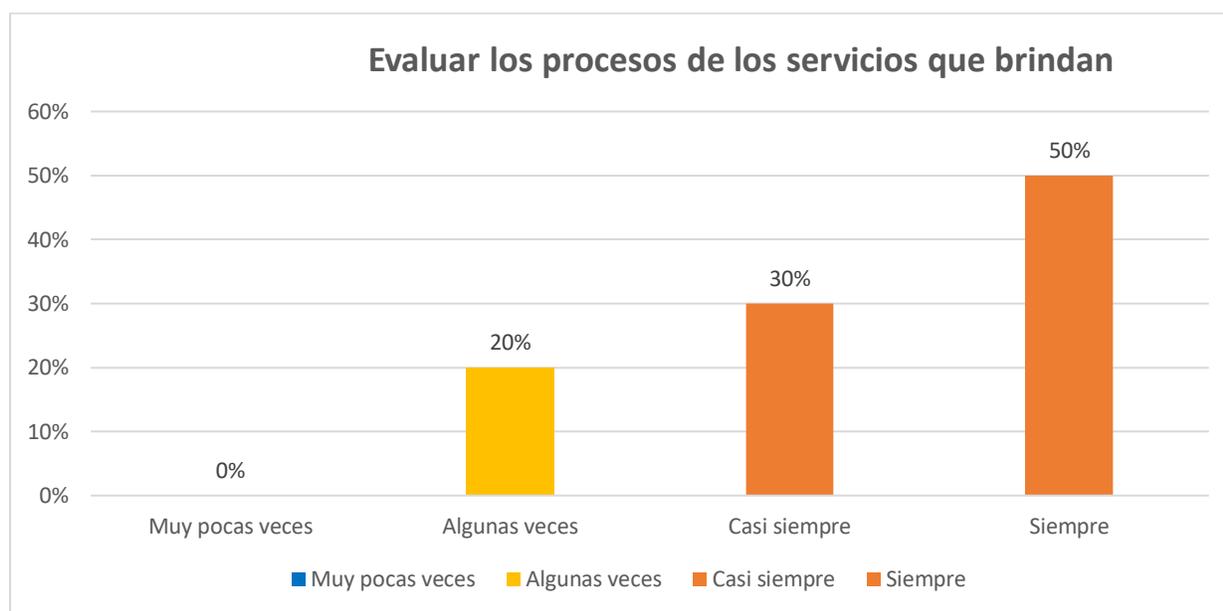


Figura 12: Niveles sobre evaluar los procesos del servicio que brindan.

Fuente: Elaboración propia.

El 50% de las MYPES siempre evalúan los procesos de los servicios que brindan, 30% de las MYPES casi siempre evalúan los procesos de los servicios que brindan y el 20% de las MYPES algunas veces evalúan los procesos de los servicios que brindan.

Tabla 13: Distribución de frecuencias sobre comparar el comportamiento real con los objetivos establecidos.

Intervalo	fi	%
Muy pocas veces	00	00
Algunas veces	03	30
Casi siempre	03	30
Siempre	04	40
Total	10	100

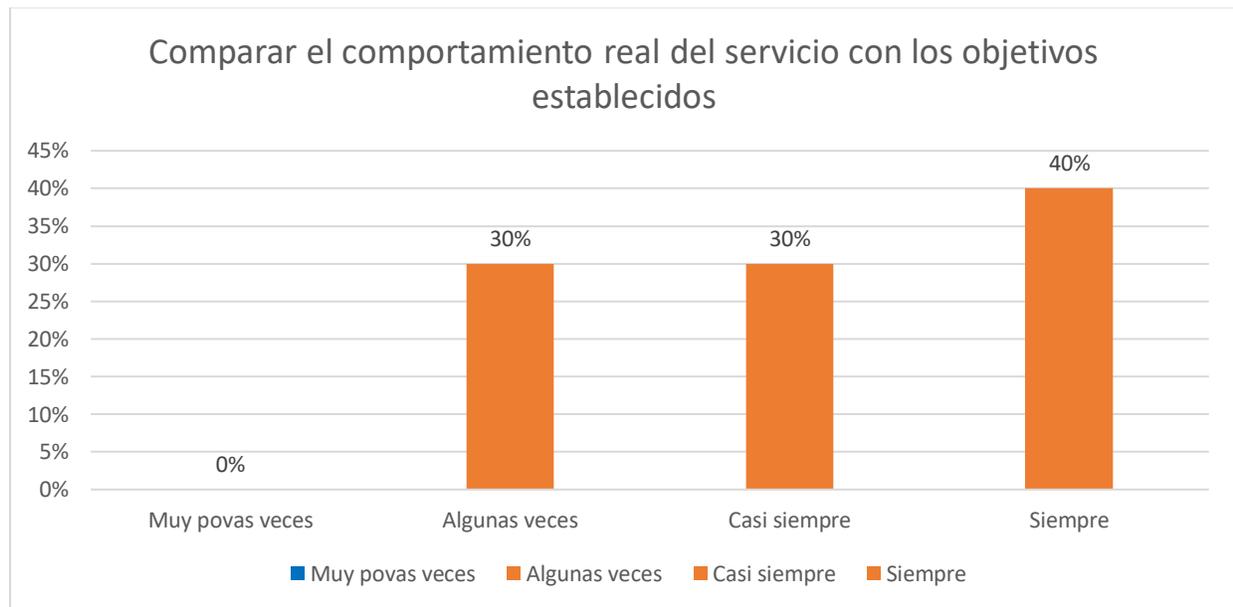


Figura 13: Niveles sobre comparar el comportamiento real del servicio con los objetivos establecidos.

Fuente: Elaboración propia

El 40% de los encuestados manifiestan que siempre comparan el comportamiento real del servicio con los objetivos establecidos y el 30% de los encuestados casi siempre y algunas veces comparan el comportamiento real del servicio con los objetivos establecidos.

Tabla 14: Distribución de frecuencias sobre control en el servicio.

Intervalo	fi	%
Muy pocas veces	01	20
Algunas veces	03	30
Casi siempre	02	20
Siempre	04	40
Total	10	100

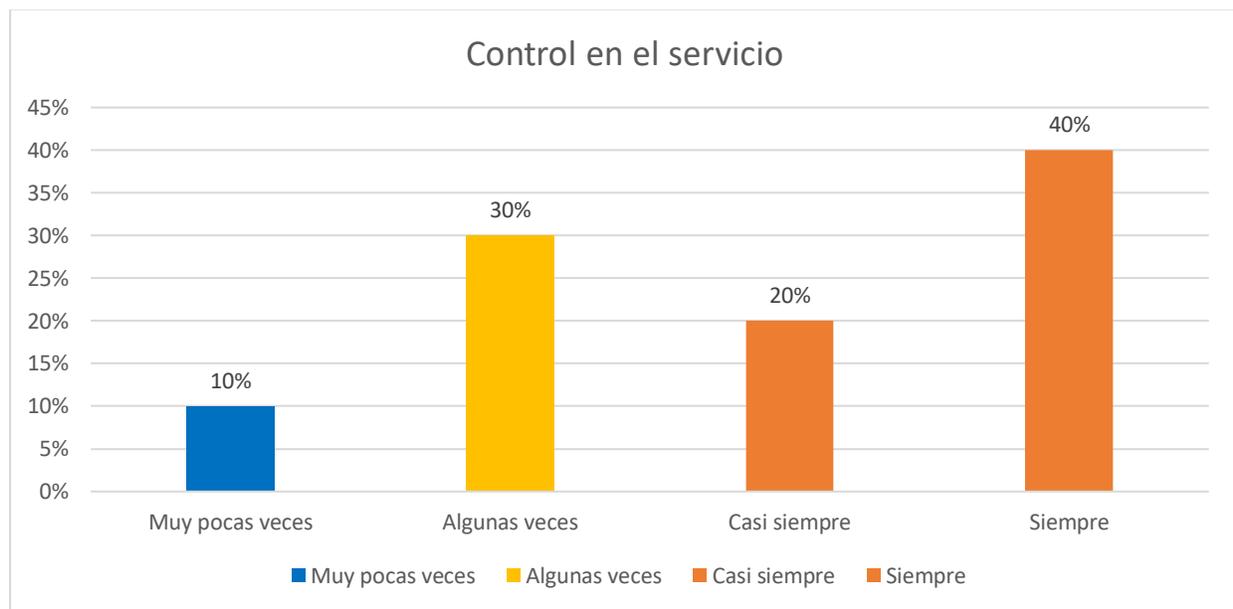


Figura 14: Niveles sobre control en el servicio.

Fuente: Elaboración propia

El 40% de los encuestados manifiestan que siempre realizan control en el servicio para proporcionar evidencia de conformidad, el 20% de los encuestados casi siempre realizan control en el servicio para proporcionar evidencias de conformidad, el 30% de los encuestados manifiestan que algunas veces realizan control en el servicio para proporcionar evidencias de conformidad y el 10% de los encuestados indican que muy pocas veces realizan control en el servicio para proporcionar evidencias de conformidad.

Tabla 15: Distribución de frecuencias sobre capacitación continua.

Intervalo	fi	%
Muy pocas veces	00	00
Algunas veces	02	20
Casi siempre	03	30
Siempre	05	50
Total	10	100

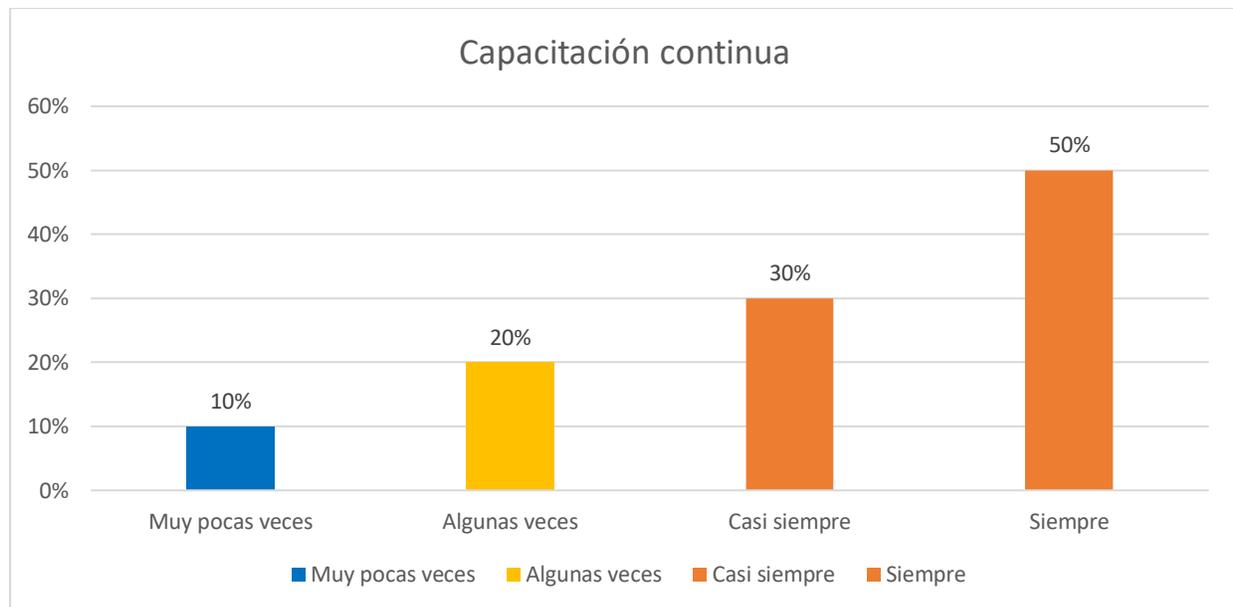


Figura 15: Niveles sobre control en el servicio.

Fuente: Elaboración propia

El 50% de los encuestados manifiestan que siempre realizan capacitaciones continuas a sus colaboradores, el 30% de los encuestados manifiestan que casi siempre realizan capacitaciones continuas a sus colaboradores, el 20% de los encuestados manifiestan que algunas veces realizan capacitaciones continuas a sus colaboradores y el 10% de los encuestados indican que muy pocas veces realizan capacitación continua a sus colaboradores.

Sobre las características de los beneficios

Tabla 16: Distribución de frecuencias sobre su atención es eficiente.

Intervalo	fi	%
Muy pocas veces	00	00
Algunas veces	02	20
Casi siempre	03	30
Siempre	05	50
Total	10	100

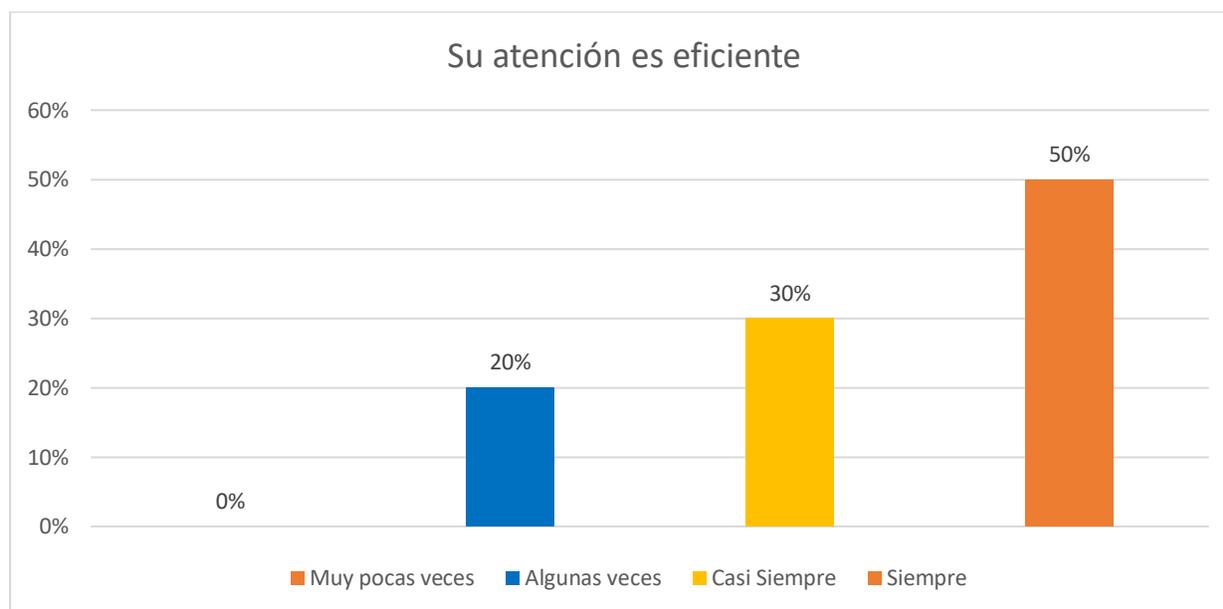


Figura 16: Niveles sobre su atención es eficiente.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la variable beneficio, se tiene que el 50% de las MYPES indica que su atención siempre es eficiente, el 30% de las MYPES indica que su atención casi siempre es eficiente y el 20% de las MYPES algunas veces su atención es eficiente.

Tabla 17: Distribución de frecuencias sobre clientes frecuentes.

Intervalo	f_i	%
Muy pocas veces	00	00
Algunas veces	01	10
Casi siempre	03	30
Siempre	06	60
Total	10	100

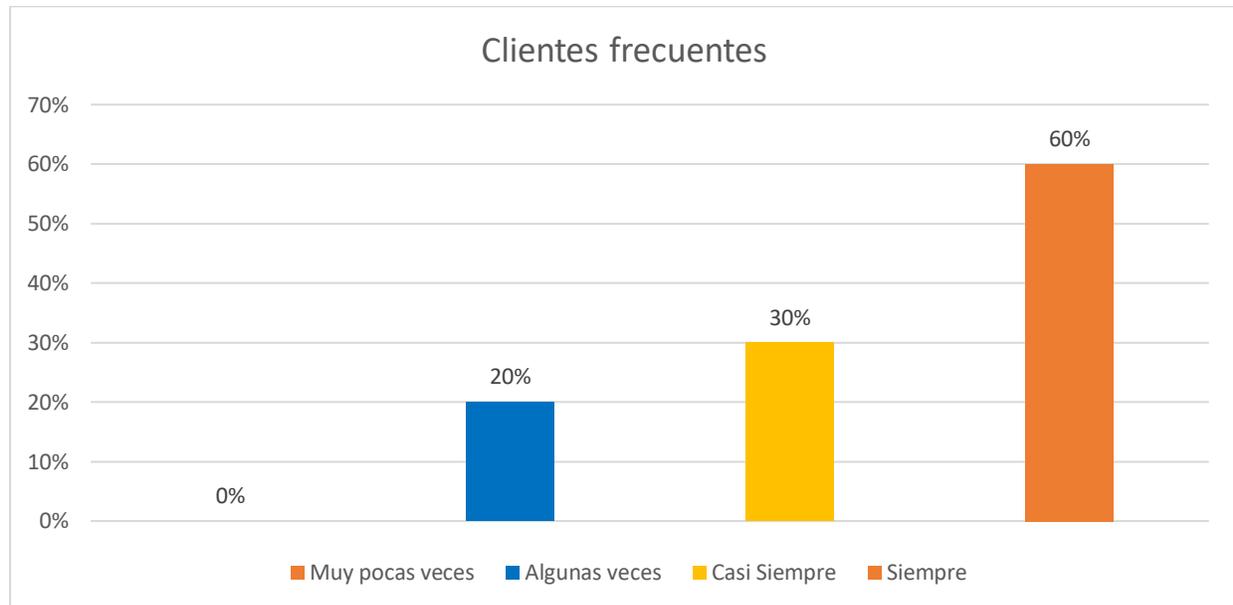


Figura 17: Niveles sobre clientes frecuentes.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la variable beneficio, se tiene que el 60% de las MYPES siempre tienen clientes frecuentes el 30% de las MYPES casi siempre tienen clientes frecuentes y el 20% de las MYPES algunas veces tienen clientes frecuentes.

Tabla 18: Distribución de frecuencias sobre el servicio que brinda llega a satisfacer las necesidades de los clientes.

Intervalo	fi	%
Muy pocas veces	00	00
Algunas veces	02	20
Casi siempre	03	30
Siempre	05	50
Total	10	100

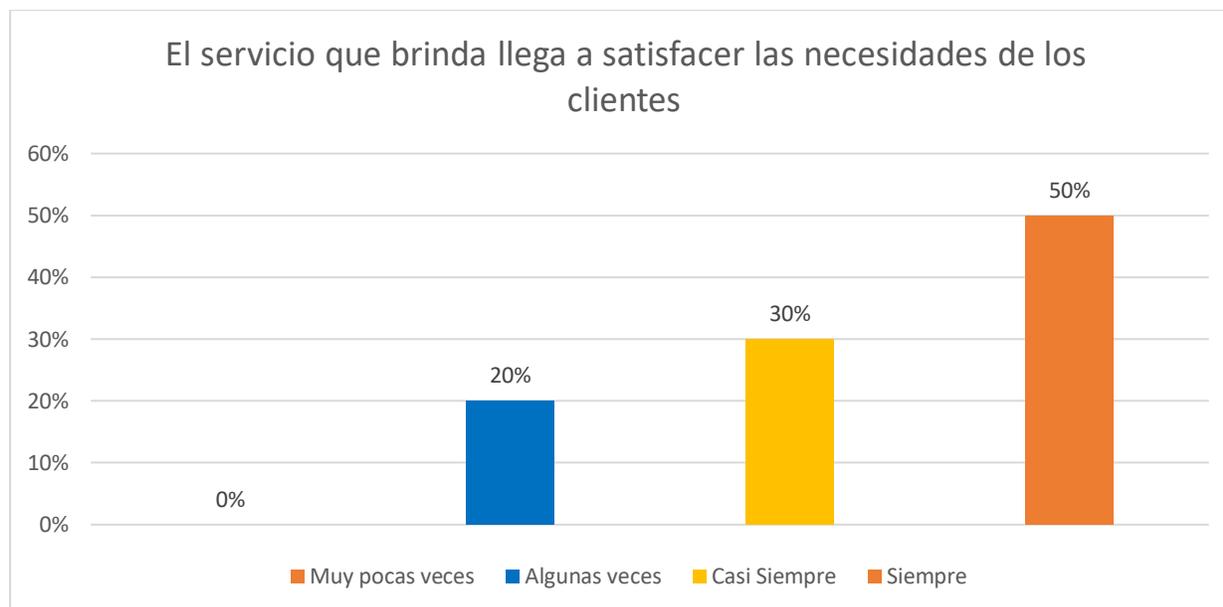


Figura 18: Niveles sobre el servicio que brinda llega a satisfacer la necesidad del cliente.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la variable beneficio, se tiene que el 50% de las MYPES llega a satisfacer siempre las necesidades de los clientes, el 30% de las MYPES llega a satisfacer casi siempre las necesidades de los clientes y el 20% de las MYPES algunas veces llegan a satisfacer las necesidades de los clientes.

Tabla 19: Distribución de frecuencias sobre la MYPE genera crecimiento económico.

Intervalo	f _i	%
Muy pocas veces	01	10
Algunas veces	02	20
Casi siempre	03	30
Siempre	04	40
Total	10	100

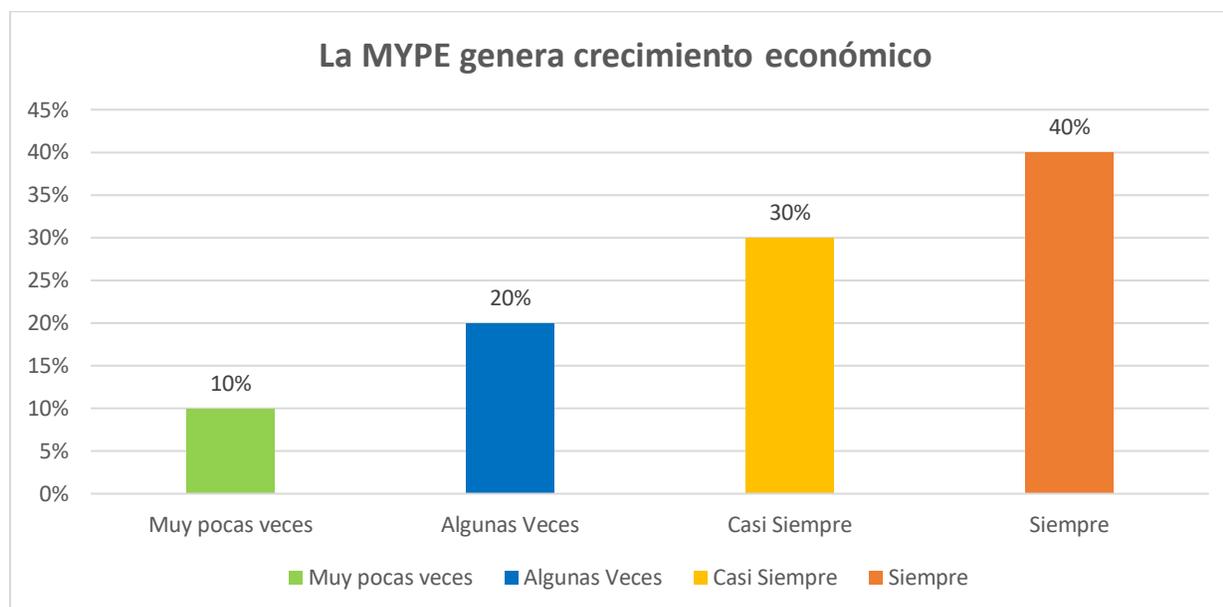


Figura 19: Niveles sobre la MYPE genera crecimiento económico.

Fuente: Elaboración propia

El 40% de las MYPES siempre genera crecimiento económico, el 30% de las MYPES casi siempre genera crecimiento económico, el 20% de las MYPES algunas veces generan crecimiento económico y el 10% de las MYPES muy pocas veces generan crecimiento económico.

5.2 Análisis de resultados

De los resultados obtenidos luego de su análisis a la prueba de hipótesis general se corrobora que del resultado obtenido 0,513 y $p < 0.05$, donde se demuestra que existe relación y moderada positiva entre gestión de calidad y beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016

En lo que respecta a la hipótesis específica 1, existe relación entre planificación de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

Se evidencia la existencia de una correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman = $0,522 < 0,05$.

En lo que respecta a la hipótesis específica 2, donde se plantea que existe relación entre control de calidad y beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

Se evidencia la existencia de una correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman = $0,509 < 0,05$.

En lo que respecta a la hipótesis específica 3, donde se plantea que existe entre relación mejora de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

Se evidencia la existencia de una correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman = $0,506 < 0,05$.

VI. Conclusiones

6.1. Conclusiones

Primera:

Se demuestra que siendo el grado de correlación Rho de Spearman = 0,513 que significa una moderada relación positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p < 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que: existe relación entre gestión de calidad y beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016

Segunda:

Los resultados correlación Rho de Spearman = 0,522 demostraron que existe una moderada relación positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, por lo tanto se afirma que si existe relación entre planificación de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

Tercera:

Los resultados correlación Rho de Spearman = 0,509 demostraron que existe una moderada relación positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, por lo tanto se afirma que si existe relación entre relación control de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

Se evidencia la existencia de una correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman = $0,506 < 0,05$.

Cuarta:

Los resultados correlación Rho de Spearman = $0,506$ demostraron que existe una moderada relación positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, por lo tanto, se afirma que, si existe relación entre mejora de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, jirón los Flamencos, distrito de Santa Anita, provincia y departamento de Lima, periodo 2016.

Se evidencia la existencia de una correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman = $0,510 < 0,05$.

VII. Recomendaciones

7.1. Recomendaciones

Sobre las características de los representantes legales de las MYPES

Felicitar a todos los jóvenes emprendedores que se dedican al rubro servicio-sector salón de belleza y continuar motivando a todos aquellos jóvenes que quieran emprender en este negocio, ya que es una fuente generadora de empleo y ayuda al crecimiento económico de nuestro país.

Sobre las características de las MYPES

Promover en los colegios la cultura de constituir MYPES, no solamente de creas; sino también inducir como mantenerse a largo plazo. Deberían implementar en la malla curricular de todo colegio el conocimiento financiero.

Sobre las características de la gestión de calidad en las MYPES

Las instituciones superiores que ofrece la carrera corta de cosmetología deberían considerar a su plan curricular temas de administración y/o gestión de calidad; ya que la mayoría que egresan con esta carrera, crean sus propias empresas.

Recomendar a los empresarios de este rubro llevar curso de administración o contratar a un profesional en administración para llevar el control de su empresa.

Las MYPES deben realizar capacitaciones, sobre todo de la variable gestión de calidad, es importante saber el significado de gestión de calidad., ya que de eso depende la supervivencia en el mercado.

Sobre las características de los beneficios de la gestión de calidad en las MYPES

La recomendación en la variable beneficio. La MYPES deben contar con mecanismo de encuesta o buzón de sugerencia para poder medir, si su gestión satisface realmente las necesidades del cliente. También recomendar a todas las MYPES, llevar un registro de ingresos y egresos, a la vez realizar un balance general mensual, para determinar si, están generando rentabilidad.

Referencias Bibliográficas

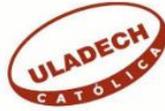
- Análisis de modos de fallo y efectos (AMFE). (s.f.). *www.progressalean.com*. Obtenido de [://www.progressalean.com/analisis-de-modos-de-fallo-y-efectos-amfe/](http://www.progressalean.com/analisis-de-modos-de-fallo-y-efectos-amfe/)
- Avolio, B., Mesones, A., & Roca, E. (s/f). *Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas empresas en el Perú /MYPES*). Lima: s/e.
- Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la Investigación*. Shalom.
- Betancur Villaorduña, D. H. (2016). *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el Enfoque de mezcla promocional en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios-Rubro Peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz*: Tesis.
- Delgado Reátegui, J. I. (2017). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas sector servicio, rubro salón spa, del distrito de Callería, año 2017*. Callería: Tesis.
- Deming, W. E. (1988). *Fuera de la crisis*. s/c: s/e.
- Espinosa, R. (s.f.). *robertoespinosa.es*. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos/>
- FACTORY . (19 de 09 de 2016). *factory236.com*. Obtenido de <https://factory236.com/claves-salon-de-belleza-exclusivo/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Herrera Mendoza, M. (2008). *Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad para una Microempresa*. Veracruz.
- Hoyer, R. W., & Brooke, B. Y. (2001). Qué es la calidad. *Quality Progress*, 6.
- Huaman Vega, E. C. (2018). *Gestión de Calidad y su Influencia en los Beneficios de las MYPES del sector servicio-rubro salón de belleza, Urbanización Santo Domingo, distrito de Carabayllo, Lima 2018*. Carabayllo: Tesis.
- ISO 9001:2015 EL FUTURO DE LA CALIDAD. (s/f de s/f de s/f). *www.isotools.org*. Obtenido de <https://www.isotools.org/pdfs/sistemas-gestion-normalizados/ISO-9001.pdf>
- Juran, J. (1992). *Juran y la calidad por el diseño*. Madrid- España: Diaz los Santos.
- Juran, J. (2009). *La calidad como filosofía de gestión*. s/c: web.
- Lepelay, M. (s/f). Gestión y Calidad en Educación un Modelo de Evaluación. En L. M. Teresa, *Gestión y Calidad en Educación un Modelo de Evaluación* (pág. 14). s/e: s/e.

- Lovaton Suarez, J. K. (2018). *La Gestión de Calidad y su influencia en los beneficios de las Mypes del sector servicio.rubro salón de belleza, de Urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018*. San Juan de Lurigancho: Tesis.
- Manene, L. M. (28 de 07 de 2011). <http://www.luismiguelmanene.com>. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2011/07/28/los-diagramas-de-flujo-su-definicion-objetivo-ventajas-elaboracion-fases-reglas-y-ejemplos-de-aplicaciones/>
- Miranda Gonzáles, F. J., Chamorro Mera, A., & Rubio Lacoba, S. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad*. Madrid-España: Delta.
- Montes Luna, M. (27 de 04 de 2012). <https://gestionintegra.com/>. Obtenido de <https://gestionintegra.com/7-beneficios-de-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Polonio León, D. N. (2017). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías en la ciudad de Huaraz 2017*. Huaraz: Tesis.
- Quintero Aliaga, M. (2014). *Sistema de Gestión de Calidad en las PYMES Colombianas*. Bogota: Tesis.
- Rivera Peralta, P., & Naranjo Navarrete, P. (2013). *PROPUESTA DE UN MODELO DE UN SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD, BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2018 EN EL HOTEL HM INTERNACIONAL*. Guayaquil: Tesis.
- Sánchez Barraza, B. (s.f.). LAS MYPES EN PERÚ SU IMPORTANCIA Y PROPUESTA TRIBUTARIA. *PUIPURAMAJO*, 128-129.
- Sánchez Barraza, B. (s.f.). ILAS MYPES EN PERU SU IMPORTANCIA Y PROPUESTA TRIBUTARIA. *PUIPURAMAJO*, 128-129.
- tiedCOMM. (s.f.). www.infoviews.com. Obtenido de <http://www.infoviews.com.mx/Bitam/ScoreCard/>
- Tupiño Flores, B. (2018). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las Mypes del sector servicio-rubro restaurantes de la urbanización los ficus, distrito de santa anita, lima 2018*. Lima.
- Udaondo Duran, M. (1992). *Gestión de Calidad*. Madrid-España: Diaz de Santos S.A.
- Valcazar Castillo, M. R. (2018). *Gestión de Calidad en las Micros y Pequeñas Empresas del sector servicio-rubro slones de belleza, de la urbanización Villa del Norte, distrito Los Olivos, provincia de Lima, departaento de Lima, año 2017*. Los Olivos: Tesis.

Yañez, C. (2008). SISTEMA DE GESTIÓN DE CALAIDAD EN BASE A LA NORMA ISO 9001. *Internacional eventos*, 2.

ANEXO I

CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIA CONTABLES CONTABLE Y FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El siguiente cuestionario estructurado, nos va a permitir desarrollar el trabajo de tesis titulada: **LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LOS BENEFICIOS DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO-RUBRO SALÓN DE BELLEZA, URBANIZACIÓN SANTA ANITA, DISTRITO DE SANTA ANITA, 2019.** La información que usted proporciona será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece su valiosa información y colaboración.

Preguntas

A. Dueños de las Mypes.

1. ¿Cuál es la edad del representante legal de empresa?

- a) De 20 a 30 años
- b) De 31 a 40 años
- c) De 41 a más

2. ¿Género del representante legal de la empresa?

- a) Mujer
- b) Varón

3. ¿Qué cargo desempeña dentro de la empresa?

- a) Administrador
- b) Contador
- c) Cosmetóloga
- d) Estilista

4. ¿Cuánto tiempo tiene laborando en la empresa?

- a) 0 a 5 años
- b) 6 a 10 años
- c) 11 a más años

B. PERFIL DE LAS MYPES

5. ¿Qué tipo de empresa tiene?

- a) Unipersonal
- b) Jurídico

6. ¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene la empresa?

- a) 1 a 5 años
- b) 6 a 10 años
- c) 11 años a más

7. ¿Cuántos trabajadores laboran en la empresa?

- a) 1 a 5
- b) 6 a 15
- c) 16 a más

C. RESPECTO A LA GESTIÓN DE CALIDAD

8. ¿Cuál de estas definiciones entiende como gestión de calidad?

- a) Sistema eficaz para integrar los recursos de mejora continua
- b) Brindar servicios o productos que satisfagan al cliente

9. ¿Cree usted que su gestión está enfocada al cliente?

- a) Si
- b) No

10. ¿Usted identifica al consumidor potencial?

- a) Muy pocas veces
- b) Algunas veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

11. ¿Usted determina las necesidades del consumidor?

- e) Muy pocas veces
- f) Algunas veces
- g) Casi siempre
- h) Siempre

12. ¿Crean características del servicio que satisfacen las necesidades de los clientes?

- i) Muy pocas veces
- j) Algunas veces
- k) Casi siempre
- l) Siempre

13. ¿Cree Usted que la satisfacción del cliente se debe al personal capacitado?

- m) Muy pocas veces
- n) Algunas veces
- o) Casi siempre
- p) Siempre

14. ¿Evalúan los procesos del servicio que brindan?

- q) Muy pocas veces
- r) Algunas veces
- s) Casi siempre
- t) Siempre

15. ¿Comparan el comportamiento real con los objetivos establecidos?

- u) Muy pocas veces
- v) Algunas veces
- w) Casi siempre
- x) Siempre

16. ¿Realizan seguimiento y control en el servicio con el fin de proporcionar evidencia de conformidad?

- y) Muy pocas veces
- z) Algunas veces
- aa) Casi siempre
- bb) Siempre

17. ¿Realizan capacitaciones continuas a sus colaboradores?

- cc) Muy pocas veces
- dd) Algunas veces
- ee) Casi siempre
- ff) Siempre

D. RESPECTO A LOS BENEFICIOS

18. ¿Usted cree que su atención es eficiente?

- a) Muy pocas veces
- b) Algunas veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

19. ¿Cree Usted, el servicio que brinda llega a satisfacer la necesidad del cliente?

- e) Muy pocas veces
- f) Algunas veces
- g) Casi siempre
- h) Siempre

20. ¿Cuentan con clientes que se atienden frecuentemente con ustedes?

- i) Muy pocas veces
- j) Algunas veces
- k) Casi siempre
- l) Siempre

21. ¿La empresa genera crecimiento económico?

- m) Muy pocas veces
- n) Algunas veces
- o) Casi siempre
- p) Siempre

ANEXO 2

N°	NOMBRE DEL SALON DE BELLEZA	DIRECCIÓN
01	Salón de belleza Soho Color	Jr. Los Flamencos 112
02	Salón de belleza Mariella	Jr. Los Flamencos 305
03	Salón de belleza Acuario	Jr. Los Flamencos 307
04	Salón de belleza Claudia	Jr. Los Flamencos 310
05	Salón de belleza Andre Mejia	Jr. Los Flamencos 205
06	Salón de belleza Ronald Alexander	Jr. Los Flamencos 215
07	Salón de belleza D Bellas	Jr. Los Flamencos 349
08	Salón de belleza Frances Color	Jr. Los Flamencos 351
09	Salón de belleza Belissimas	Jr. Los Flamencos 325
10	Salón de belleza Imágenes	Jr. Los Flamencos 327