



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA
POST GRADO DE ADMINISTRACION

GESTIÓN DE CALIDAD Y RENTABILIDAD DE LAS MYPES
DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO VENTA DE
MOTOCICLETAS DEL DISTRITO DE PICHANAQUI, 2019

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACION

AUTOR:

BR. GUEVARA POMPA MILTON CESAR
CODIGO ORCID: 0000-0003-3930-6907

ASESOR:

DR. FERNÁNDEZ BONILLA LINO ELÍAS
CODIGO ORCID: 0000-0002-5651-4073

SATIPO –PERÚ

2020

2. Equipo de Trabajo

BR. GUEVARA POMPA MILTON CESAR

ORCID: 0000-0003-3930-6907

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de
Posgrado, Satipo, Perú

Asesor

DR. FERNÁNDEZ BONILLA LINO ELÍAS

ORCID: 0000-0002-5651-4073

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables
Financieras Administrativas, Programa de Posgrado de Administración, Satipo, Perú

Jurado

Presidente

MGTR. CARRASCO CASTRO, JULIO CESAR

ORCID: 0000-0002-4893-6890

Miembro

MGTR. VILA HINOJO, BERNABE TEODORO

ORCID: 0000-0001-7795-3211

Miembro

MGTR. MEDINA ORE, JESÚS HUGO

ORCID: 0000-0002-3312-7273

3. Hoja de firma del jurado y asesor

MGTR. JULIO CESAR CARRASCO CASTRO
PRESIDENTE

MGTR. VILA HINOJO, BERNABE TEODORO
MIEMBRO

MGTR. MEDINA ORE, JESÚS HUGO
MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme en mi camino y por permitirme concluir con mi objetivo.

A mi madre quien es mi motor y mi mayor inspiración que, a través de su amor, paciencia, buenos valores, ayudan a trazar mi camino.

Y por supuesto a mi querida Universidad y a todos los docentes, por permitirme concluir con una etapa de mi vida, gracias por la paciencia, orientación y guiarme en el desarrollo de esta investigación.

El Autor

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para lograr mis metas trazadas.

A mi madre Adelfa.
Que, con apoyo incondicional, amor y confianza permitió que logre culminar mi carrera profesional.

A mi Padre Teodoro.
Aunque mi Padre hoy está muerto, vive por siempre en mi memoria y habita en mis recuerdos.

El Autor

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolló con la premisa de responder al problema: ¿Cuál es la relación entre la gestión de calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019?. Para lo cual se planteó el siguiente objetivo que fue determinar cómo se relaciona la gestión de calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019. Para su metodología se definió una investigación descriptiva con un diseño correlacional, trabajando con una población de 8 mypes del rubro venta de motocicletas en cual se tomó como muestra censal. El instrumento que se empleó fue un cuestionario de tipo Likert a partir del cual se hizo el procesamiento de datos con el software IBM SPSS v.24, a través del cual pudimos concluir que: El coeficiente hallado de $r=0,817$ el cual cuantificó la relación entre las variables Gestión de Calidad y Rentabilidad, concluye que ambas Variables se relacionan de manera positiva perfecta que se representa en un 66,74%. Pudiendo así determinar que la Gestión de Calidad definido como las características del producto dirigido a la necesidad del cliente y su satisfacción tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Palabras clave: *La Gestión de Calidad y Rentabilidad*

ABSTRACT

The present research work was developed with the premise of answering the problem: What is the relationship between quality management and profitability in the commercial sector mypes of the motorcycle sales area of the district of Pichanaqui, 2019? To this end, the following objective was set, which was to determine how quality management and profitability in the commercial sector of the motorcycle sales sector in the district of Pichanaqui, 2019 is related. For its methodology, a descriptive research with a correlational design was defined, working with a population of 8 mypes of the sale of motorcycles in which it was taken as a census sample. The instrument used was a Likert type questionnaire from which the data was processed with the IBM SPSS v.24 software, through which we were able to conclude The found coefficient of $r=0.817$ which quantified the relation between the variables Quality Management and Profitability, concludes that both variables are related in a perfect positive way that is represented in a 66.74%. Thus, it was possible to determine that the Quality Management defined as the characteristics of the product directed to the client's needs and satisfaction had a perfect positive relation with the Profitability defined as competitive strategies that seek to offer good services and products at a low cost of resources and materials in the mypes of the commercial sector of the motorcycle sales in the district of Pichanaqui, 2019.

Keywords: *Quality and Profitability Management.*

6. Contenido (Índice)

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria (opcional).....	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido (Índice)	viii
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros.	x
I. Introducción.....	11
II. Marco teórico	17
2.1 Bases teóricas relacionadas con el estudio.....	17
2.2.1 Antecedentes:.....	17
2.2.2 Bases teóricas:.....	29
2.2.2.1 GESTIÓN DE LA CALIDAD.....	29
2.2.2.1.1 Definición.....	30
2.2.2.1.2 Trilogía de la calidad.....	30
2.2.2.1.3 Dimensiones de la gestión de calidad	32
2.2.2.2 RENTABILIDAD.....	32
2.2.2.2.1 Definición.....	32
2.2.2.2.2 Dimensiones de Rentabilidad.....	33
2.3 Hipótesis.....	37
2.4 Variables	38

III. Metodología.....	39
3.1 El tipo y el nivel de la investigación	39
3.2 Diseño de la investigación	39
3.3. Población y muestra	40
3.4 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores.....	42
3.5 Técnicas e instrumentos	43
3.6 Plan de análisis.....	43
3.7. Matriz de consistencia.....	45
IV. Resultados.....	47
4.1 Resultados	47
4.2 Análisis de resultados.....	75
V. Conclusiones y recomendaciones	80
Referencias bibliográficas.....	83
Aspectos complementarios	86
Anexos	88

7. Índice de gráficos, tablas y cuadros.

TABLAS

Tabla 1: Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach.....	47
Tabla 2: Baremo de interpretación de tablas y dimensiones	47
Tabla 3: Tabla de frecuencia de Gestión de Calidad	48
Tabla 4: Tabla de frecuencia de la dimensión Planificación de la calidad	50
Tabla 5: Tabla de frecuencia de la dimensión Control de la calidad.....	52
Tabla 6: Tabla de frecuencia de la dimensión Mejora de la calidad.....	54
Tabla 7: Tabla de frecuencia de la variable Rentabilidad.....	56
Tabla 8: Tabla de frecuencia de la dimensión Rentabilidad financiera.....	58
Tabla 9: Tabla de frecuencia de la dimensión Rentabilidad económica.....	60

INDICE DE GRAFICOS

Gráficos 1: Representación gráfica de Gestión de Calidad	49
Gráficos 2: Representación gráfica de la dimensión Planificación de la calidad	51
Gráficos 3: Representación gráfica de la dimensión Control de la calidad	53
Gráficos 4: Representación gráfica de la dimensión Mejora de la calidad.....	55
Gráficos 5: Representación gráfica de la variable Rentabilidad.....	57
Gráficos 6: Representación gráfica de la dimensión Rentabilidad financiera	59
Gráficos 7: Representación gráfica de la dimensión Rentabilidad económica.....	61

I. Introducción

En la actualidad, la globalización libera uno de los debates más solicitados en el campo del intercambio mundial, siendo el camino hacia el desarrollo de la comercialización entre varias naciones del mundo que ha unido sectores empresariales, órdenes sociales, sociedades, enfoques sociales y monetarios, que se centra en la necesidad de investigar las Mypes, para incidir en una administración que garantice un grado de valor y de esta manera su rentabilidad.

Los negocios en el Perú en cuanto a la comercialización de motocicletas son impulsados por micro organizaciones, las cuales presentan diferentes modelos y marcas, llegando a todo los gustos del cliente, cumpliendo con sus preferencias y necesidades. Como se indica en un informe, estas operaciones se desarrollaron en un 3,5% en 2018, después de seguir el patrón de expansión contrastado con las naciones, por ejemplo, Colombia (9,3%) y Chile (18,6%), según la Asociación Automotriz del Perú, la Asociación de Importadores de Chile y la Asociación de Empresarios de Colombia. En el ínterin, los negocios de motocicletas en Argentina cayeron un 16,8% en 2018, según la Asociación de Concesionarios de la Argentina. (Diario Gestión 19.02.2019).

Como se indica en las condiciones de referencia y con el fin de dar mejoras a los negocios la junta directiva, tenemos previsto hacer un estudio de exploración a la oferta de motocicletas en la región de Pichanaqui, área de Chanchamayo, período 2019. Por ello, se está pensando en la línea de exploración que el colegio ha puesto en marcha como "Gestión de Calidad", que se plasma en la definición y puesta en

marcha de los factores como factor 1, y "Ganancia", como factor 2, que comprenderá la reunión de datos para investigar la administración de la calidad y su efecto en el beneficio del equivalente considerando como población todos los esfuerzos de la división de negocios en miniatura, oferta de motocicletas en la región de Pichanaqui y como prueba a 8 empresas en miniatura, después de lo cual la información reunida se manejará y desglosará para caracterizar los fines y sugerencias del estudio de la investigación.

Cabe señalar que en la planificación del informe de la investigación se tendrán en cuenta las necesidades y las convenciones accesibles en la Universidad Católica de Los Ángeles Chimbote.

La administración de la calidad se ha considerado una de las cuestiones más importantes en el mundo de los negocios de hoy en día, donde el objetivo fundamental es satisfacer las necesidades de los clientes y garantizar que todos los ciclos de la asociación se sumen a la atención de sus requisitos. En el caso de que los clientes estén satisfechos con el artículo y las pautas de administración obtenidas, volverán una y otra vez a un proveedor similar para cada una de sus compras o adquisiciones, sin embargo para ser serios en este mundo globalizado es importante dar mercancía y empresas de primera categoría y para ello, la idea de valor es todo en la ventaja, suponiendo que un artículo o administración tiene una ventaja exacta para el cliente, una calidad decente sólo lo ampliará, sin la ventaja no se acredita, la calidad no tendrá la opción de hacerlo, independientemente de lo grande que sea el artículo o la administración. Hoy en día, la calidad es una marca extremadamente

valorada por el comprador. Buscan la rapidez en la administración, la fiabilidad, la competencia y la seguridad como una parte de las características esperadas en la obtención de un decoro o una ayuda.

Las microorganizaciones de la parte empresarial, por ejemplo, la oferta de motocicletas en la ciudad de Pichanaqui como concesionarios autorizados, han expresado la necesidad de poner sobre la mesa artículos y administraciones de calidad. Además, la oferta de motocicletas habla a la administración principal para este tipo de negocio, sin embargo, a partir de ese punto, se pueden inferir otras administraciones extras, por ejemplo, administraciones de transporte abierto y de mantenimiento, arreglos, garantías y otros, Sin embargo, a pesar de que son organizaciones con cierta implicación con el territorio y que realizan continuamente técnicas de mejora constante en la totalidad de sus ciclos, no perciben con convicción cuál es la valoración de sus clientes respecto a la naturaleza del artículo o administración conseguida para fabricar un estándar que les permita ofrecer la seguridad y un grado de metodología pulida en ellos.

En este sentido, se ha visto que los instrumentos, por ejemplo, la administración de la calidad debe utilizarse para mejorar los niveles de los acuerdos y aumentar el beneficio, ya que los Mypes son supervisados por los administradores o propietarios que deciden no aplicarlos y se mantienen en las prácticas exactas.

La administración de la calidad ha sido considerada como una de las cuestiones más importantes en el mundo de los negocios de hoy, donde el objetivo principal es satisfacer las necesidades de los clientes y garantizar que todos los ciclos de la

asociación se sumen a la atención de sus requerimientos. En el caso de que los clientes estén satisfechos con el artículo y las normas de administración adquiridas, volverán una y otra vez a un proveedor similar para cada una de sus compras o adquisiciones, sin embargo para ser serios en este mundo globalizado es importante dar grandes mercancías y empresas y para ello, la idea de valor es todo en la ventaja, siempre y cuando un artículo o administración tenga una ventaja exacta para el cliente, una calidad decente sólo lo construirá, sin la ventaja no se acredita, la calidad no tendrá la opción de hacerlo, independientemente de lo grande que sea el artículo o la administración. Hoy en día, la calidad es una marca registrada incrementada en valor por el comprador. Se busca la rapidez en la administración, la fiabilidad, la efectividad y la seguridad como parte de las características esperadas en la adquisición de un decorado o una asistencia.

Las mypes de la parte empresarial, por ejemplo, la oferta de motocicletas en la ciudad de Pichanaqui como concesionarios autorizados, han expresado la necesidad de poner sobre la mesa artículos y administraciones de calidad. De igual manera, la oferta de motos habla a la administración principal para este tipo de negocio, sin embargo a partir de ese punto, se pueden inferir otras administraciones extras, por ejemplo, administraciones de transporte abierto y de mantenimiento, arreglos, garantías y otros, Sin embargo, a pesar de que son organizaciones con cierta implicación en la zona y de que hacen continuamente métodos de mejora constante en la totalidad de sus ciclos, no perciben con seguridad cuál es la valoración de sus clientes respecto a la naturaleza del artículo o la administración conseguida para

fabricar una norma que les permita ofrecer la seguridad y un grado de destreza demostrable en ellos.

En este sentido, se ha visto que los dispositivos, por ejemplo, la administración de la calidad debe ser utilizada para mejorar los niveles de los tratos y aumentar la ganancia, ya que los Mypes son supervisados por supervisores o propietarios que deciden no aplicarlos y permanecen en las prácticas de observación.

Para tal fin se planteó el siguiente enunciado: ¿Cuál es la relación entre la gestión de calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019?

Y como objetivo: Determinar cómo se relaciona la gestión de calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

La investigación se legitima en que los atributos de la administración de la calidad de los Mypes en esta investigación serán sostenidos por la hipótesis de valor de la junta, de igual manera después de la utilización de las normas de este instrumento, se encontrará igualmente en la ganancia adquirida por las organizaciones, por lo que en esta exploración también será sostenida por el examen hecho al respecto.

En la investigación se obtuvo como resultados en la variable Gestión de calidad que un 75.00% de mypes a veces aplica la gestión de calidad en su empresa cuidando las características del producto dirigido a la necesidad del cliente y su satisfacción. Y en la variable Rentabilidad un 52,50% de mypes casi siempre aplican estrategias

competitivas buscando ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales.

Llegando a la conclusión a través del coeficiente hallado de $r=0,817$ el cual cuantificó la relación entre las variables Gestión de Calidad y Rentabilidad, concluye que ambas Variables se relacionan de manera positiva perfecta que se representa en un 66,74%. Pudiendo así determinar que la Gestión de Calidad definido como las características del producto dirigido a la necesidad del cliente y su satisfacción tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

II. Marco teórico

2.1 Bases teóricas relacionadas con el estudio

2.2.1 Antecedentes:

Internacionales:

Narváez (2016), nos muestra una tesis llamada: “*Diseño de un sistema de gestión de calidad (SGC) con la Norma ISO 9001:2015 para el área de tecnologías de la información de la Universidad Politécnica Salesiana*”. el objetivo de esta investigación fue establecer un diseño de sistema de gestión de calidad (SGC) para el área de tecnologías de la información de la Universidad Politécnica Salesiana y la metodología se basó en la Norma ISO 9001 y en las etapas PHVA del ciclo de Deming. Posteriormente la investigación presentó las siguientes conclusiones: la implementación del sistema de gestión de calidad ha permitido identificar los errores en los procesos y la manera como superarlos, manteniendo un factor de mejora continua. Esto ha desencadenado que los servicios se realicen de manera más eficiente y rápida, dando un mejor servicio a los clientes. Finalmente el sistema de calidad ha provocado que los empleados se sientan más integrados y compartan experiencias que conlleven a la mejora continua en los procesos.

Palacios (2014). Tesis “*Evaluación de la calidad del servicio percibido en los establecimientos hoteleros de Quibdó*” presentado a la Universidad Nacional de Colombia para obtener el grado de Magister en Administración, el autor concluye que se logra el cumplimiento de los objetivos propuestos orientados a determinar el concepto de calidad percibida del servicio y

caracterizar los diferentes enfoques y aplicaciones del mismo; asimismo la percepción de la calidad del servicio ofrecido por los principales hoteles de Quibdo, estableciendo políticas, estrategias y tácticas para conseguirlo, a partir de la retroalimentación que reciben de sus clientes. Medición de la calidad de servicio en los establecimientos hoteleros de Quibdó 94, la evaluación de la calidad percibida de servicio, indudablemente entrega elementos e insumos importantes a las empresas hoteleras a través de todas sus dimensiones o variables de estudio, que las puede conducir a tomar decisiones sobre la realización de esfuerzos para prestar una atención diferenciadora, la fiabilidad mide el grado de consistencia interna entre sus variables que configuran una escala los coeficientes de Alpha, resultados obtenidos mayores a 0,7 en todas las dimensiones suponen un valor muy bueno y nos permite afirmar que la escala es fiable.

Villalobos y Socorro (2014), presentan una tesis denominada “*Documentación de un sistema de gestión de la calidad en base a la norma ISO 9001: 2008 para la empresa SUPLI STEEL C.A.*”, el objetivo de la presente tesis fue implementar un sistema de gestión de la calidad en base a la norma ISO 9001: 2008 para la empresa SUPLI STEEL C.A. La metodología empleada en fue de diseño exploratorio, descriptivo o explicativos. En cuanto las conclusiones presentadas en esta tesis se tienen que: SUPLI STEEL, C.A ha implementado un nivel básico en cuanto al sistema de gestión de la calidad y la norma ISO 9001: 2008. Así también tampoco ha documentado sus procedimientos, por lo que los mismos no se encuentran estandarizados. La implementación del sistema de

calidad en esta empresa presentó mucha resistencia por parte de los empleados, aspecto que fue superado haciéndoles concientizar la importancia de este sistema y los beneficios que ello otorga. Se requirió la participación de todos los empleados para el desarrollo de este sistema en la empresa en estudio.

Lascano, Nuñez & Tipanquiza (2019). En su investigación “*La gestión de calidad y la rentabilidad de las empresas del sub sector comercial. Caso Quito-Ecuador*”. Esta investigación mostró el grado de relación existente entre la gestión de calidad y la rentabilidad de las empresas del subsector comercial, caso Quito-Ecuador. Para el desarrollo de la investigación se aplicaron indicadores financieros a los estados financieros obtenidos de la Superintendencia de Compañías. De esta manera se obtuvo resultados que ayudaron a establecer ideas acerca del entorno de la problemática existente: la disminución de calidad en los productos ofertados por las empresas 2 del subsector comercial de la ciudad de Quito. El propósito de la investigación fue identificar las falencias producidas por no gestionar la calidad, como por ejemplo pasivos elevados y un decrecimiento en el volumen de ventas, lo cual puede reducir la rentabilidad. Se aplicaron indicadores de retorno sobre fondos propios, retorno sobre activos, margen de utilidad neta, prueba ácida e índice de endeudamiento.

Sánchez (2017). En su investigación “*La gestión de calidad en el servicio y la rentabilidad de la empresa Almaroselec SA en la ciudad de Quito de la provincia de Pichincha*”. En el presente trabajo investigativo se encuentra sustentado con las respectivas fuentes bibliográficas de los distintos libros y autores citados, los mismos que han aportado para el desarrollo de cada uno de

los conceptos teóricos que apoyan el desarrollo de las fases de auditoría. A través de la auditoría de gestión de la calidad se efectuó un diagnóstico a las operaciones que se efectúan en el nivel de ingeniería eléctrica y atención al cliente; en la auditoría se aplicaron cuestionarios de control interno e indicadores para medir la eficiencia, eficacia y calidad del servicio brindado, los mismos que finalmente se resumen en un tablero de indicadores para un seguimiento adecuado y oportuno que conlleve a la mejora continua. Se incorporan recomendaciones detalladas en el informe final de auditoría de gestión de la calidad de acuerdo a las deficiencias encontradas, con el fin de facilitar la toma de decisiones y obtener una rentabilidad acorde a los objetivos y metas institucionales.

Nacionales:

Cárdenas (2019). En su investigación *“La Gestión de la Calidad y su influencia en los Beneficios de las Mypes del Sector Servicio-Rubro Transporte de Pasajeros, del Distrito de Villa María del Triunfo, Lima 2018”*. El objetivo de esta investigación fue determinar la influencia de una gestión de calidad en los beneficios de las MYPE del sector servicio-rubro transporte de pasajeros, del distrito de Villa María del Triunfo, Lima 2018. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal. Se tomó una muestra de 09 microempresas y se aplicó un cuestionario de 37 preguntas cerradas. Los resultados obtenidos son los siguientes: La mayoría de los empresarios tienen más de 41 años de edad, son casados, son de género

masculino, tienen una preparación técnica y universitaria y son dueños de su propia empresa. La mayoría de las MYPE tienen entre 1 a más de 11 años de funcionamiento en el mercado y son formales. La totalidad de las empresas tienen entre 1 a 3 trabajadores. El 66.7% de las MYPE considera que la gestión de calidad en sus empresas es de nivel alto. El 66.7% de las MYPE considera la dimensión planificación y el 100% en la dimensión control de la calidad y el 77.8% de la dimensión mejora de la calidad de nivel alto. En cuanto a los beneficios de las MYPE, la consideran al 100% de nivel medio. El 100% de las MYPE afirman que las dimensiones productividad, rentabilidad, competitividad y gestión empresarial son de nivel medio. Por lo que se concluye que la gestión de calidad influye en los beneficios de las MYPE del sector servicio-rubro transporte de pasajeros, del distrito de Villa María del Triunfo, Lima 2018.

Gonzales (2018), presenta una tesis denominada “*Gestión de calidad en la selección de personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salones de belleza y spa del Jirón Manuel Ruiz, distrito de Chimbote, 2016*”. Cuyo objetivo fue determinar la gestión de calidad en la selección de personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salones de belleza y spa del área de estudio. Se empleó como metodología el enfoque descriptivo, no experimental y transversal. Los resultados registrados por la autora son los siguientes: 58% de los encuestados son representantes de la empresa. 68% tienen entre 31 a 50 años de edad. 83% son de sexo femenino. 58% son casados. 50% tienen educación secundaria. 67% tienen entre 0 a 5 años de permanencia en el mercado. 50% tienen entre 1 a 5 trabajadores. Sobre la

gestión de calidad se tiene que el 83% realiza capacitaciones orientadas a la mejora del servicio. 100% de las empresas capacita a su personal.

Lozano (2017). Tesis “*Caracterización de la gestión de calidad y la rentabilidad en las mypes del sector servicio, rubro clínicas dentales en la ciudad de tingo maría, año 2017*” para optar el título profesional de licenciada en administración, cuyo objetivo general fue: Describir y determinar la caracterización de la gestión de la calidad y la rentabilidad en las MYPES, del sector servicio, rubro clínicas dentales en la Ciudad de Tingo María, 2017. El autor concluyo en su investigación que Los propietarios de las MYPES de las clínicas odontológicas, comprendidas en entre las edades de 36 a 50 años en su mayoría sobresalen en un 67%. De ellos en un 58% son del género femenino y se encuentran vigente en el mercado con más de tres años en un 92%. Connotando que las propietarias de las clínicas odontológicas gerenciadas por el género femenino lo llevan a cabo eficientemente sus MYPES por encontrarse con un nivel de posicionamiento en el mercado competitivo de la ciudad de Tingo María. Los profesionales de la odontología propietarios de las clínicas creen en un 100% la importancia de la gestión de calidad, con el mismo indicador manifiestan que la red social es transcendental para marketear sus servicios y producto que ofertan en el mercado, además creen en su totalidad en la capacitación del personal para mejorar la calidad de atención al cliente con la finalidad de tener una mayor satisfacción de sus clientes y crecer empresarialmente. Los odontólogos que conducen sus MYPES afirman mayoritariamente en la rentabilidad de sus negocios porque creen que es

necesario invertir para mejorar los servicios como productos y en las capacitaciones del personal con la finalidad de diferenciarse en el mercado.

Cano (2016). Tesis “*Documentación del Sistema de Gestión de Calidad bajo los requerimientos establecidos en la norma ISO 9001:2015 en la empresa Alkapalka Contratistas Generales S.A.C.*” Tesis presentada a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote para optar el grado académico de magíster en administración, cuyo objetivo general fue identificar los documentos que la empresa Alkapalka Contratistas Generales S.A.C. requiere para normalizar sus 6 procedimientos, reordenar y sistematizar sus procesos en base a la norma ISO 9001:2015 para lograr mejorar la calidad de sus servicios. Concluyendo en: Reordenar, generar, y sistematizar los documentos administrativos como los procesos, procedimientos y registros de la empresa en mención, de acuerdo a lo establecido en la norma ISO 9001:2015, que mediante el cual se podrá minimizar costos y optimizar los servicios que actualmente viene prestando la empresa en mención. Por lo que resulta necesario dicha documentación para el cumplimiento de los objetivos de mejora de la calidad y su posterior implementación del SGC, permitiéndole brindar servicios de calidad a sus clientes. Con las encuestas realizadas se pudo comprobar la ausencia de registros, procesos y procedimientos, esto imposibilita realizar una mejora en sus procesos al no contar con la documentación evidente, y que permita efectuar una mejora en sus procesos. Por otra lado, la entrevista efectuada al Gerente General afirma la ausencia de documentos para una implementación del SGC. En base a la documentación requerida por la norma ISO 9001:2015 se detalla los documentos

necesarios con los que debe contar la empresa, en los cuales se deberá describir claramente los objetivos de la empresa y difundirlo en todos sus colaboradores, de tal manera que se sientan comprometidos en cumplir con la normativa. Se elaboró los formatos necesarios para documentar los registros y procesos de la empresa de tal manera que sea de utilidad para su implementación del SGC a un corto plazo y lograr su certificación. Asimismo, les permita realizar una mejora continua a sus procesos mediante la medición bajo los requerimientos de la norma ISO 9001:2015.

Villarreyes, B. Y. (2015). Tesis “*Caracterización de la Capacitación y Rentabilidad en las mypes comerciales, rubro venta de motocicletas - distrito de Sullana, 2014*” presentado a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote para optar el título licenciada en administración, cuyo objetivo general fue; Describir las características que presentan la capacitación y la rentabilidad en la Mype, rubro venta de motocicletas del Distrito de Sullana, año 2014, el autor evidenció: Con respecto a las necesidades de capacitación existe una necesidad de capacitación para los trabajadores generalmente en la gestión de ventas; ya que se debe utilizar la planificación y la segmentación de zonas de reparto, para una mejor satisfacción de los clientes en cuanto a la capacidad de respuesta. En cuanto a los medios de capacitación utilizados en las MYPE del rubro venta de motocicletas se utilizan charlas y capacitación externa, para explicarles sobre las disposiciones técnicas de las motocicletas y atención de los clientes, enfocándose en las gestiones de venta, y las modalidades de crédito. En relación a los indicadores de rentabilidad de las MYPE rubro venta de motocicletas se observa

que no se tiene conocimiento al respecto, ya que generalmente son microempresarios que en base a la visión de negocio y capacidad de inversión se involucran en este tipo de negocio, ello es una desventaja frente a las tiendas por departamento existentes en el rubro en la ciudad de Sullana. Por ende se recurre a asesoría contable externa. La rentabilidad de las MYPE es evaluada de forma anual, se evidencia la falta de gestión financiera, para aprovechar las condiciones de mercado en crecimiento, y obtener mayores ingresos de rentabilidad.

Finalmente en cuanto a las características de la capacitación se tiene que la actividad más representativa es la de caja y ventas, existe la necesidad de capacitación, han recibido capacitaciones generalmente antes del otorgamiento del puesto, las capacitaciones son anuales, a través de charlas, considera que tienen un desempeño medio, se utilizan de manera adecuada los recursos materiales, se observa que gracias a la capacitación la demanda ha aumentado en los últimos años; respecto a la variable rentabilidad se aprecia que los microempresarios tienen un aumento de ingresos, sus ventas han aumentado, por lo cual las ganancias son mayores, no cuentan con conocimiento de indicadores de rentabilidad, las herramientas suelen ser los estados financieros, existiendo MYPE que no usan, y se considera que su negocio es rentable, y la rentabilidad por lo general se mide de forma anual.

Mendoza (2016). Tesis “*Gestión de calidad en el servicio eléctrico y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro S.A. en la unidad de negocio valle del Mantaro – Huancayo – 2015*“. Realizado en Huancayo, presentado a la Universidad Nacional del Centro del Perú. Para optar el grado

académico de Magíster en Administración mención: Gestión de Proyectos Públicos y Privados. Escuela de posgrado de la Facultad de Ciencias de la Administración, cuyo objetivo es Determinar la influencia de la gestión de calidad en el servicio eléctrico y en la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro S.A, en la Unidad de Negocio Valle del Mantaro-Huancayo-2015. El autor de esta Investigación concluye que: Con un nivel de significancia del 0.05 y un nivel confianza del 95 %, en ese sentido se afirma que la media de la satisfacción de los clientes (3,342037) es mayor que la media de la calidad de servicio (3,0884168); así mismo el valor crítico (0,0000) es menor que el error estimado (0,050), por lo tanto afirmamos que la calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro S.A, en la Unidad de Negocio-Valle del Mantaro-Huancayo-2015. Con un nivel de significancia del 0.05 y un nivel confianza del 95 %, en ese sentido se afirma que la media de la satisfacción de los clientes (3,2271750) es mayor que la media de los aspectos tangibles (3,1338250); con ello afirmamos que los aspectos tangibles influyen significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro S.A, en la Unidad de Negocio-Valle del Mantaro-Huancayo 2015. Con un nivel de significancia del 0.05 y un nivel confianza del 95 %, en ese sentido se afirma que la media de la satisfacción de los clientes (3,2846200) es mayor que la media de la fiabilidad (3,0955800); con ello afirmamos que la fiabilidad influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro S.A, en la Unidad de Negocio- 97 Valle del Mantaro-Huancayo-2015. Con un nivel de significancia del 0.05 y un nivel

confianza del 95 %, en ese sentido se afirma que la media de la satisfacción de los clientes (3,2271750) es mayor que la media de la sensibilidad (3,1188000); con ello afirmamos que la sensibilidad influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro S.A, en la Unidad de Negocio-Valle del Mantaro-Huancayo-2015. Con un nivel de significancia del 0.05 y un nivel confianza del 95 %, en ese sentido se afirma que la media de la satisfacción de los clientes (3,2271750) es mayor que la media de la seguridad (3,0483000); con ello afirmamos que la seguridad influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro S.A, en la Unidad de Negocio Valle del Mantaro-Huancayo-2015. Con un nivel de significancia del 0.05 y un nivel confianza del 95 %, en ese sentido se afirma que la media de la satisfacción de los clientes (3,2846200) es mayor que la media de la empatía (3,0527400); con ello afirmamos que la empatía influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro S.A, en la Unidad de Negocio Valle del Mantaro-Huancayo-2015.

Rivera (2016). Tesis *“Influencia de las estrategias de calidad de servicios bancarios en la satisfacción de los clientes de Mibanco agencia El Tambo – Huancayo en el año 2014”*. Realizado en Huancayo, presentado a la Universidad Nacional del Centro del Perú, para optar el grado académico de Magister en Administración mención finanzas, Unidad de Posgrado Facultad de Ciencias de la Administración, cuyo objetivo es Conocer en qué medida influyen las estrategias de calidad de servicios bancarios en la satisfacción de los clientes en Mibanco Agencia El Tambo – Huancayo en el año 2014. El autor concluye

afirmando lo siguiente: Las estrategias de calidad de servicios bancarios influyeron significativamente en la satisfacción de los clientes de Mibanco Agencia El Tambo – Huancayo en el año 2014, demostrado mediante el estadístico t de Student debido a que la $t_t = 1,645 \leq t_c = 30,78$. Las estrategias de calidad de servicios bancarios influyeron significativamente en la satisfacción con el servicio de los clientes de Mibanco Agencia El Tambo – Huancayo en el año 2014, demostrado mediante el estadístico t de Student debido a que la $t_t = -1,645 \leq t_c = 13,18$. Las estrategias de calidad de servicios bancarios influyeron significativamente en la satisfacción con el producto de los clientes de Mibanco Agencia El Tambo – Huancayo en el año 2014, demostrado mediante el estadístico t de Student debido a que la $t_t = -1,645 \leq t_c = 11,13$. La satisfacción de los clientes de Mibanco Agencia El Tambo con el servicio antes de la aplicación de la estrategias de calidad de servicios bancarios ($\mu_1=3,87$) es inferior a la satisfacción con el servicio después de la aplicación de la estrategia de calidad de servicios bancarios ($\mu_1=4,87$), también respecto a la satisfacción con el producto antes de la aplicación de la estrategias de calidad de servicios bancarios ($\mu_1=3,74$) es inferior a la satisfacción con el producto después de la aplicación de la estrategia de calidad de servicios bancarios ($\mu_1=4,77$) y en general la satisfacción de los cliente antes de la aplicación de la estrategias de calidad de servicios bancarios ($\mu_1=3,78$) es inferior a la satisfacción de los clientes después de la aplicación de la estrategia de calidad de servicios bancarios ($\mu_1 =4,79$).

Locales:

Morales (2016), en su tesis “*Gestión de calidad y formalización de las Mypes en el sector comercio, rubro venta de repuestos para vehículos menores (motocicletas), en el distrito de Satipo, 2016*”, para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Católica los Ángeles Chimbote; cuyo objetivo es determinar los beneficios que traería la gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro venta de repuestos para vehículos menores (motocicletas) en el distrito de Satipo. Metodología, se utilizó el tipo de investigación cuantitativa, con el objetivo de establecer relaciones causales que supongan una explicación del objeto. Entre sus conclusiones, se manifiesta que el 60% de las mypes del rubro en estudio, perciben que no son formales, ya que un 60% trabajan en locales arrendados donde desarrollan sus negocios; asimismo, existe un 80% que está constituido como persona natural, 90% de los encuestados consideran que la formalización aumenta los costos laborales, y que son renuentes a la asociatividad, a tal punto que la mitad (50%) no confía en la acreditación en el Remype, pero percibe que la formalización les ayudará a tener presencia en el mercado.

2.2.2 Bases teóricas:

2.2.2.1 GESTIÓN DE LA CALIDAD

La gestión de calidad es una tendencia mundial en las empresas, debido a que ellas deben mantenerse competitivas para poder competir en un mercado altamente competitivo. Es por ello que muchas de ellas adoptan este sistema

para mejorar sus productos y servicios, pero también para mejorar su rentabilidad.

2.2.2.1.1 Definición

Según Juran & Godfrey (2001) la palabra calidad tiene múltiples significados. Dos de ellos son los más representativos.

La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto. Calidad consiste en libertad después de las deficiencias.

2.2.2.1.2 Trilogía de la calidad

Juran & Godfrey (2001) dice: “Para poder alcanzar la calidad es conveniente empezar por establecer la visión de la organización, así como su política y objetivos. La conversión de objetivos y resultados (hacer que la calidad se realice) se hace, pues, mediante los procesos de gestión: Secuencia de actividades de producen los resultados propuestos. La gestión de la calidad hace un uso extensivo de tales procesos de gestión:

- Planificación de la calidad
- Control de Calidad
- Mejora de Calidad

Estos procesos se conocen como Trilogía de Juran. Son equiparables en los procesos usados desde hace tiempo en la gestión de las finanzas.

Juran & Godfrey (2001) indica Estos procesos financieros consisten en:

Planificación Financiera. Este proceso prepara el presupuesto financiero anual, Define las acciones que se efectuarán en el año inmediato. Traduce estas acciones en dinero.

Determina las consecuencias financieras de realizar tales acciones. El resultado final establece las metas financieras de la organización y de sus distintas divisiones y unidades.

Control Financiero. Este proceso consiste en evaluar los resultados financieros actuales, comparándolas con las metas financieras y emprendiendo acciones sobre la diferencia de la variación del contable. Existen numerosos subprocesos para el control financiero: Control de costes, control de gastos, control de inventarios, etc.

Mejora Financiera. Este proceso tiene como objeto mejorar los resultados financieros.

Toma varias formas: Proyectos de reducción de costes, nuevos servicios para mejorar la productividad, desarrollo de nuevo producto para aumentar las ventas, adquisiciones, joint ventures, etc.

Juran & Godfrey (2001) indica “Estos procesos son universales: Proporcionan la base para la gestión financiera, sin importar el tipo de empresa que sea.

La analogía financiera ayuda a los directivos a darse cuenta de que pueden gestionar la calidad utilizando los mismos procesos de planificación, control y mejora. Como el concepto de la trilogía es idéntico al utilizado para

la gestión financiera, los directivos no necesitan cambiar su enfoque conceptual.

Gran parte de la formación y experiencia previas en gestión de las finanzas es aplicable a la gestión de calidad. Aunque el enfoque conceptual no cambia, los pasos del procedimiento difieren.

2.2.2.1.3 Dimensiones de la gestión de calidad

a) Planificación de la calidad:

Es un proceso estructurado para desarrollar productos que asegure que el resultado final se ajusta a las necesidades del cliente.

b) Control de Calidad:

Proceso universal de control para dirigir las operaciones de forma que proporcionen estabilidad para prevenir cambios adversos y prevé.

c) Mejora de la calidad:

Mejora es la creación organizada de un cambio beneficioso, el logro de niveles de rendimiento sin precedentes.

2.2.2.2 RENTABILIDAD

2.2.2.2.1 Definición

Según Sánchez (2002) “la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.

2.2.2.2 Dimensiones de Rentabilidad

Aunque cualquier forma de entender los conceptos de resultado e inversión determinaría un indicador de rentabilidad, el estudio de la rentabilidad en la empresa lo podemos realizar en dos niveles, en función del tipo de resultado y de inversión relacionada con el mismo que se considere:

a) Rentabilidad Financiera:

Y un segundo nivel, la rentabilidad financiera, en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos.

La relación entre ambos tipos de rentabilidad vendrá definida por el concepto conocido como apalancamiento financiero, que, bajo el supuesto de una estructura financiera en la que existen capitales ajenos, actuará como amplificador de la rentabilidad financiera respecto a la económica siempre que esta última sea superior al coste medio de la deuda, y como reductor en caso contrario.

a) Rentabilidad Económica:

Así, tenemos un primer nivel de análisis conocido como rentabilidad económica o del activo, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa.

Modelo de implementación de Gestión de calidad PDCA

El modelo fue creado por Shewhart y consumado por Deming. Fue concebido el 14 de octubre de 1900, en Sioux City, Iowa. Su padre, un abogado litigante, perdió una demanda en Powell, Wyoming, lo que hizo que la familia se mudara a esa ciudad cuando Deming tenía siete años. Vivían en una casa modesta donde el estrés por lo que sería su próxima cena era

importante para su rutina diaria. Consideró la posibilidad de construir en la Universidad de Wyoming.

El Dr. Deming fue el principal maestro de calidad americano que deliberadamente instruyó a los japoneses sobre la calidad. Entre los compromisos significativos de Deming se encuentran los notables 14 enfoques de Deming, al igual que el ciclo de Shewart, también llamado PDCA, Planificar, Hacer, Revisar y Actuar.

El Dr. Deming es quizás el más popular por sus logros en Japón, donde desde 1950 se ha comprometido a mostrar a los especialistas y jefes superiores sus ideas y técnica de administración de calidad. Estas lecciones cambiarían profundamente la economía japonesa. En reconocimiento, la Unión de Ciencia e Ingeniería de Japón fundó sus premios anuales Deming para los individuos que logran logros increíbles en la calidad y fiabilidad de los artículos.

Comprende una progresión de cuatro componentes que se completan progresivamente:

P.- PLAN (Planear): para construir los planes.

D.- DO (Hacer): completar los planos.

C.- CHECK (Verificar): confirmar si los resultados coinciden con lo acordado.

A.- ACT (Actuar): actuar para abordar los problemas encontrados, anticipar los problemas potenciales, mantener el ritmo y mejorar.

Planificar, planificar los ejercicios que se intentarán. Consiste en investigar, distinguir las zonas de mejora, establecer objetivos, metas y técnicas para contactar con ellas y exponer un plan de actividades para la mejora.

Desarrollar (hacer), incrustar, ejecutar o construir los ejercicios propuestos. En esta etapa es fundamental controlar los impactos y explotar las energías cooperativas y las economías de escala en el cambio del tablero. En general, será apropiado comenzar con una empresa piloto que sea cualquier cosa menos difícil de controlar, de manera que se comprenda antes de cubrir amplias partes de la asociación o los ciclos.

Comprobar, confirme si los ejercicios se han iluminado bien y si los resultados obtenidos se relacionan con los destinos. Comprende la disección de los impactos de lo que se ha hecho de antemano.

Actuar, aplicar los resultados adquiridos para reconocer nuevas mejoras y reorganizar los destinos.

Cuando se asegura el ciclo de mejora, se reinicia el ciclo ya que siempre habrá resultados concebibles para mejorar.



2.3 Hipótesis

General

La relación de la gestión de calidad y rentabilidad es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Específicos:

- La relación de la planificación de la calidad y rentabilidad es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.
- La relación del control de la calidad y rentabilidad es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.
- La relación de la mejora de la calidad y rentabilidades es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

2.4 Variables

VI: Gestión de calidad

Según Juran & Godfrey (2001). "la palabra calidad tiene múltiples significados. Dos de ellos son los más representativos. La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto. Calidad consiste en libertad después de las deficiencias".

VD: Rentabilidad

Según Sánchez (2002)"la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados".

III. Metodología

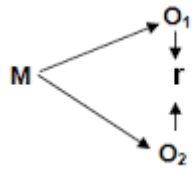
3.1 El tipo y el nivel de la investigación

Carrasco, (2015) La investigación es de tipo aplicada en la cual el problema está establecido y es conocido por el investigador, por lo que utiliza la investigación para dar respuesta a preguntas específicas, contribuyendo en el incremento de conocimiento del investigador, haciendo uso de teorías expuestas por autores que expliquen el comportamiento de las variables en estudio (p.43).

Se planteo una investigación Descriptiva que, Según Carrasco, (2015) El objetivo de este tipo de investigación es simplemente construir la representación más completa concebible de una maravilla, circunstancia o componente específico, sin buscar ni las causas ni los resultados. Cuantifica los atributos y observa la configuración y los procedimientos que componen las maravillas, sin cesar de estudiarlas.

3.2 Diseño de la investigación

La investigación presenta un diseño no experimental de tipo correlacional, por cuanto no es necesaria la aplicación de procesos experimentales para determinar y llegar a los fines trazados por la presente investigación. Asimismo, se procedió a detallar las características y definies de las variables en estudio (Gestión de riesgos y rentabilidad) con la finalidad de determinar la relación de las variables, y seguidamente aceptar la hipótesis propuesta en la investigación. Esquema a emplear es el siguiente:



Dónde:

M=Muestra

O1= Gestión de Calidad

O2= Satisfacción del cliente

r = Relación

3.3. Población y muestra

a. Población:

En la presente investigación la población está constituida por todas las MYPES del sector comercial, rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, provincia de Chanchamayo, año 2019.

Según Hernández, Fernández, Baptista (2006, p. 239) “La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”

Se determino a 8 Mypes del rubro ventas de motocicletas los cuales se obtuvo a través de fuentes de consulta como:

- Municipalidad distrital de Pichanaqui.
- SUNAT

b. Muestra:

La muestra según Hernández, Fernández, Baptista (2006). “Se define de la siguiente manera: “La muestra es el subgrupo de la población”, (p. 236).

La muestra estará conformada por 8 Mypes del sector comercial, rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, provincia de Chanchamayo, año 2019.

3.4 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE 1: GESTION DE CALIDAD	Según Juran (2001) "la palabra calidad tiene múltiples significados. Dos de ellos son los más representativos. La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto. Calidad consiste en libertad después de las deficiencias".	La gestión de la calidad total es una herramienta de ayuda a una organización para medir la planificación, control y mejora de la calidad. Todo ello con el fin de dar valor al servicio o producto para lograr cubrir las necesidades y expectativas de los clientes.	Planificación de la calidad	Definir metas de calidad Determinar asignación de recursos Determinar procesos de calidad	Según Hernández, Fernández y Baptista (2014). Ordinal Tiene un orden de mayor a menor jerarquía (p. 215).
			Control de Calidad	Evaluar el cumplimiento de las metas de calidad propuestas Verificar el uso correcto de los recursos Evaluar los procesos de calidad Establecer controles para reducir fallas	
			Mejora de la calidad	Identificar oportunidades de mejora de calidad Implementar la mejora continua para fidelizar a sus clientes Implementar mejoras en su infraestructura Capacita a sus trabajadores según sus habilidades o competencias.	
VARIABLE 2: RENTABILIDAD	Según Sánchez (2002)" la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados"	La competitividad mide las ventajas competitivas y las estrategias competitivas. Estas herramientas ayudan a toda organización a sobre salir de la competencia del rubro al que se dirige. Logrando posicionarse en la mente del cliente.	Rentabilidad Financiera	Planes para aumentar las ventas y reducir activos	Intervalos Las escalas de actitudes no son intervalos, pero algunos investigadores lo usan porque se acercan a este nivel y se tratan como tal (p. 216).
			Rentabilidad Económica	Incrementar el número d ventas Incrementar el margen por ventas, reduciendo costos	

3.5 Técnicas e instrumentos

Técnicas:

La técnica de recolección de datos que se utilizó es la encuesta, la cual se aplicó a 8 microempresas del sector comercial, rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, año 2019.

Instrumento:

Se elaboró un cuestionario estructurado con preguntas, el cual está contenido en una encuesta de tipo likert. Según Hernández Fernández, Baptista (2006). El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. (p. 310).

b. Juicio de Expertos:

Como indican los creadores Hernández, Fernández y Baptista, (2010) Grado en que un instrumento realmente mide la variable de validez, según apareció por los expertos en la materia. (p 204).

3.6 Plan de análisis

En este último informe la investigación dentro del plan de investigación, se realizó una breve base de datos en Excel 2016 y se dispuso. Para la investigación de

la información, se utilizó el programa medible SPSS (Paquete estadístico para las ciencias sociales) versión 24, a través del cual se obtuvieron los resultados fácticos con las frecuencias, para luego completar el examen del transporte de estas frecuencias con sus cifras separadas.

3.7. Matriz de consistencia

TITULO: GESTIÓN DE CALIDAD Y RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO VENTA DE MOTOCICLETAS DEL DISTRITO DE PICHANAQUI, 2019					
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables y dimensiones	Metodología	Población y muestra
¿Cuál es la relación entre la gestión de calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019?	Determinar cómo se relaciona la gestión de calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.	La relación de la gestión de calidad y rentabilidad es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.	V1: GESTIÓN DE CALIDAD DIMENSIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Planificación de la calidad • Control de la calidad • Mejora de la calidad 	Tipo de Investigación: Aplicada. Según su finalidad: No experimental Según su carácter: No experimental Según su naturaleza: Cuantitativa Según su alcance temporal: Transversal Según la orientación que asume: Orientada a la comprobación Diseño de la investigación: Correlacional	Población: Mypes del sector concesionarios de motos. Muestra: 8 mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.
Específicos	Específicos	Específicos	Variables y dimensiones		
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la relación entre la planificación de la calidad y rentabilidad en la empresa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019? • ¿Cuál es la relación entre el control de la calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019? • ¿Cuál es la relación entre la mejora de la calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar cómo se relaciona la planificación de la calidad y rentabilidad de la empresa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019. • Determinar cómo se relaciona el control de la calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019. • Determinar cómo se relaciona la mejora de la calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de 	<ul style="list-style-type: none"> • La relación de la planificación de la calidad y rentabilidad es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019. • La relación del control de la calidad y rentabilidad es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019. • La relación de la mejora de la calidad y rentabilidades es significativa en las mypes del sector comercial rubro 	V2: RENTABILIDAD DIMENSIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad financiera • Rentabilidad económica 		

motocicletas del distrito
de Pichanaqui, 2019?

motocicletas del distrito
de Pichanaqui, 2019.

venta de motocicletas del
distrito de Pichanaqui,
2019.

IV. Resultados

4.1 Resultados

Los resultados presentados en el informe corresponden a partir de la aplicación de los instrumentos seccionados por variables y dimensiones debidamente operacionalizadas.

Para la validación del instrumento se presenta la validación por el Alfa de Chronbach que determina que se estructuró de manera correcta e eficiente que se detalla.

Tabla 1: Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach

<u>Estadísticas de fiabilidad</u>	
<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de elementos</u>
,901	2

Tabla 2: Baremo de interpretación de tablas y dimensiones

INTERVALOS	VARIABLE 1	DV1	VARIABLE 2	DV2
1 Nunca	12_23	4_6	10_17	5_8
2 Casi nunca	22_31	7_9	18_23	9_12
3 A veces	32_41	10_12	24_31	13_16
4 Casi siempre	42_51	13_15	32_39	17_20
5 Siempre	52_60	16_20	40_50	21_25

Tabla 3: Tabla de frecuencia de Gestión de Calidad

<i>GESTION DE CALIDAD</i>				Porcentaje	Porcentaje
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Casi nunca	1	12,5	12,5	12,5
	A veces	6	75,0	75,0	87,5
	Casi siempre	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

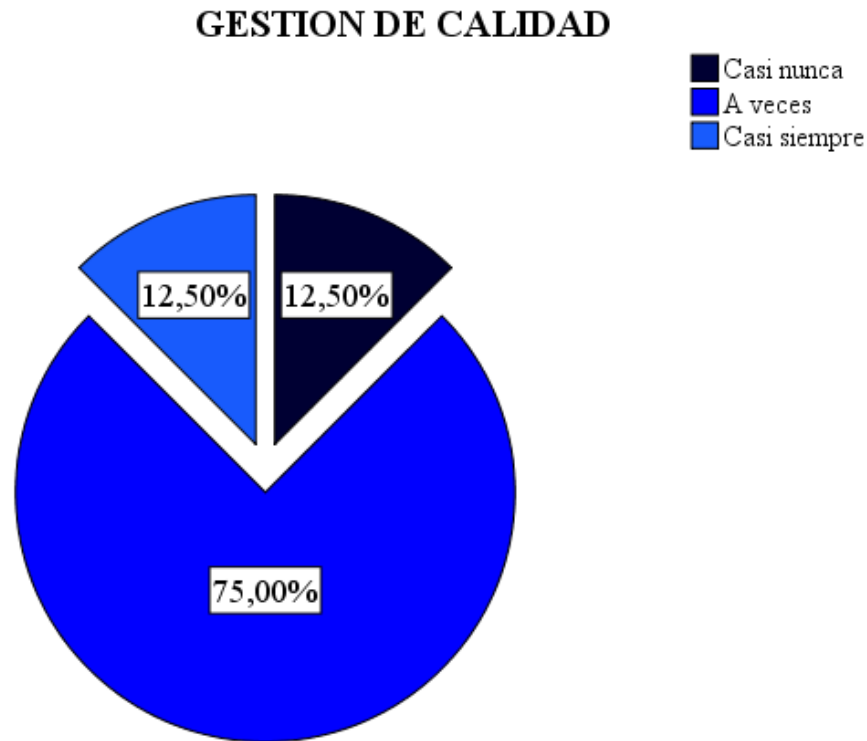
Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación:

Se observa en la tabla 3 los resultados de la variable Gestión de calidad desde el cual podemos apreciar en la valoración Casi nunca se sitúa 1 mype el cual indica que casi nunca aplica herramientas de planificación, control y mejora en su empresa, en la valoración A veces se encuentran 6 mypes y solo 1 afirma que casi siempre aplica la gestión de calidad en su empresa cuidando las características del producto dirigido a la necesidad del cliente y su satisfacción. Se tuvo un total de 8 mypes del sector y rubro los cuales conforman el 100% de la muestra propuesta.

Al tener la necesidad de observar con minuciosidad los resultados resaltantes se presenta los gráficos a fin de tener una idea clara de los porcentajes obtenidos.

Gráficos 1: Representación gráfica de Gestión de Calidad



Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación:

Se observa en el gráfico 1 los resultados de la variable Gestión de calidad desde el cual podemos apreciar en la valoración Casi nunca se sitúa un 12,50% de mypes el cual indica que casi nunca aplica herramientas de planificación, control y mejora en su empresa, en la valoración A veces se encuentran un 75.00% de mypes y solo el 12,50% afirma que casi siempre aplica la gestión de calidad en su empresa cuidando las características del producto dirigido a la necesidad del cliente y su satisfacción. Se tuvo un total de 8 mypes del sector y rubro los cuales conforman el 100% de la muestra propuesta.

Tabla 4: Tabla de frecuencia de la dimensión Planificación de la calidad

		<i>Planificación de la calidad</i>		Porcentaje	Porcentaje
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Casi nunca	1	12,5	12,5	12,5
	A veces	1	12,5	12,5	25,0
	Casi siempre	5	62,5	62,5	87,5
	Siempre	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

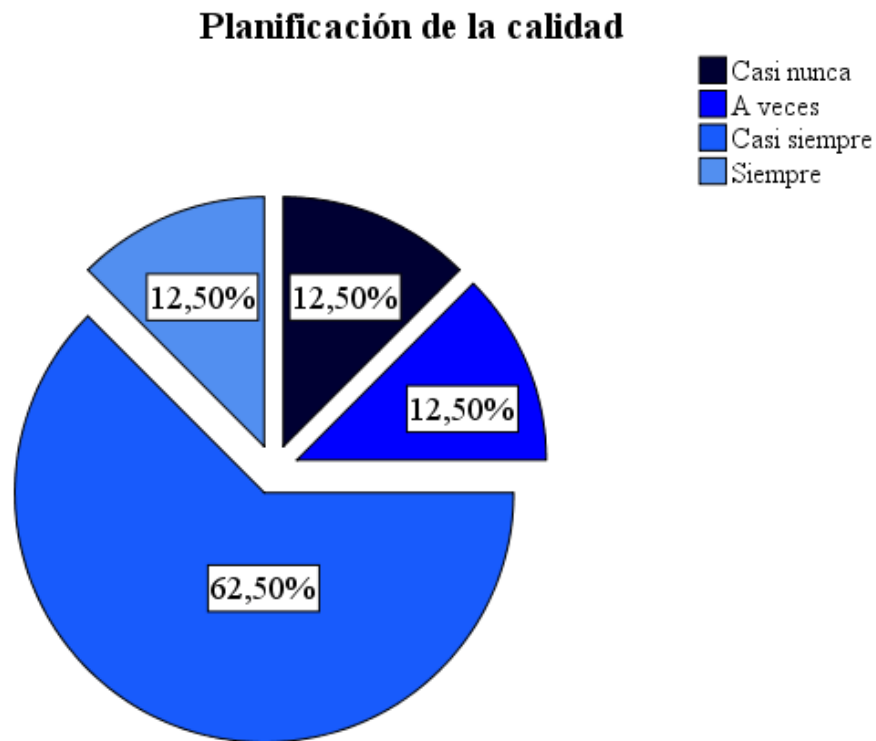
Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación:

Se observa en la tabla 4 los resultados de la dimensión Planificación de la calidad desde el cual podemos apreciar en la valoración Casi nunca se sitúa 1 mype el cual indica que casi nunca planifica sus recursos objetivos y procesos en su empresa, en la valoración A veces se encuentra 1 mype, en la valoración casi siempre 5 mypes y solo 1 afirma que siempre aplica planificaciones de calidad al definir metas de calidad, asignación de recursos y procesos de calidad. Se tuvo un total de 8 mypes del sector y rubro los cuales conforman el 100% de la muestra propuesta.

Al tener la necesidad de observar con minuciosidad los resultados resaltantes se presenta los gráficos a fin de tener una idea clara de los porcentajes obtenidos.

Gráficos 2: Representación gráfica de la dimensión Planificación de la calidad



Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación

Se observa el gráfico 5 los resultados de la dimensión Planificación de la calidad desde el cual podemos apreciar en la valoración Casi nunca se sitúa un 12,50% de mypes el cual indica que casi nunca planifica sus recursos objetivos y procesos en su empresa, en la valoración A veces se encuentra el 12,50% de mypes, en la valoración casi siempre el 62,50% de mypes y solo el 12,50% afirma que siempre aplica planificaciones de calidad al definir metas de calidad, asignación de recursos y procesos de calidad. Se tuvo un total de 8 mypes del sector y rubro los cuales conforman el 100% de la muestra propuesta.

Tabla 5: Tabla de frecuencia de la dimensión Control de la calidad

		<i>Control de la calidad</i>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	1	12,5	12,5	12,5
	Casi siempre	4	50,0	50,0	62,5
	Siempre	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

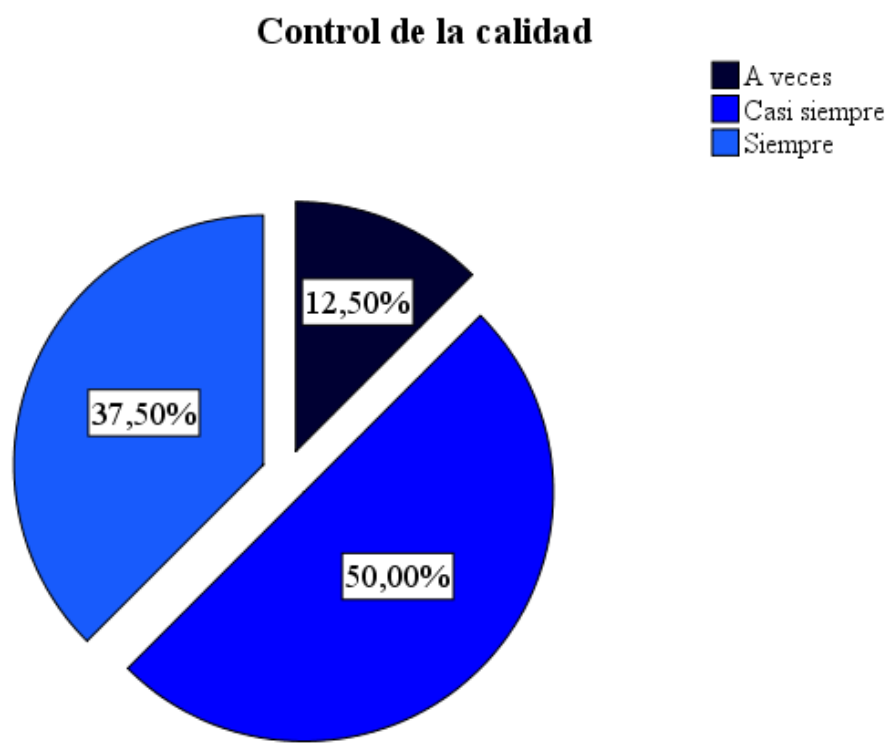
Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación:

Se observa en la tabla 5 los resultados de la dimensión Control de la calidad desde el cual podemos apreciar 1 mype que manifiesta A veces evaluar metas, uso de recursos y control de fallas, en la valoración casi siempre 4 mypes y solo 3 afirma que siempre realiza evaluaciones de cumplimiento de metas, uso correcto de recursos, evaluación de procesos y reducción de fallas. Se tuvo un total de 8 mypes del sector y rubro los cuales conforman el 100% de la muestra propuesta.

Al tener la necesidad de observar con minuciosidad los resultados resaltantes se presenta los gráficos a fin de tener una idea clara de los porcentajes obtenidos.

Gráficos 3: Representación gráfica de la dimensión Control de la calidad



Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación

Se observa en la tabla 5 los resultados de la dimensión Control de la calidad desde el cual podemos apreciar un 12,50% de mypes que manifiesta A veces evaluar metas, uso de recursos y control de fallas, en la valoración casi siempre un 50.00% de mypes y solo el 37,50% afirman que siempre realiza evaluaciones de cumplimiento de metas, uso correcto de recursos, evaluación de procesos y reducción de fallas. Se tuvo un total de 8 mypes del sector y rubro los cuales conforman el 100% de la muestra propuesta.

Tabla 6: Tabla de frecuencia de la dimensión Mejora de la calidad

<i>Mejora de la calidad</i>				Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	Casi nunca	1	12,5	12,5	12,5
	A veces	5	62,5	62,5	75,0
	Casi siempre	1	12,5	12,5	87,5
	Siempre	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

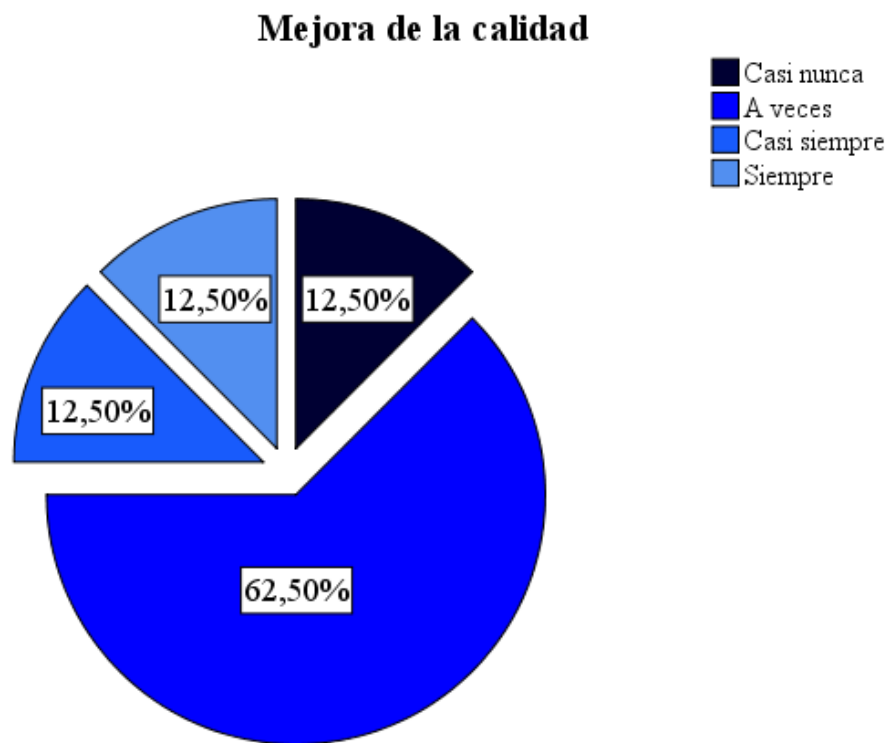
Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación:

Se observa en la tabla 6 los resultados de la dimensión Mejora de la calidad desde el cual podemos apreciar en la valoración Casi nunca se sitúa 1 mype el cual indica que casi nunca implemento mejora de calidad de sus productos o servicios, en la valoración A veces se encuentra 5 mypes, en la valoración casi siempre 1 mype y solo 1 afirma que siempre identifica oportunidades de mejora, fideliza a sus clientes, mejora su infraestructura y capacita a sus trabajadores. Se tuvo un total de 8 mypes del sector y rubro los cuales conforman el 100% de la muestra propuesta.

Al tener la necesidad de observar con minuciosidad los resultados resaltantes se presenta los gráficos a fin de tener una idea clara de los porcentajes obtenidos.

Gráficos 4: Representación gráfica de la dimensión Mejora de la calidad



Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación

Se observa en el gráfico 4, los resultados de la dimensión Mejora de la calidad desde el cual podemos apreciar en la valoración Casi nunca se sitúa un 12,50% de mypes el cual indica que casi nunca implemento mejora de calidad de sus productos o servicios, en la valoración A veces se encuentra 62,50% de mypes, en la valoración casi siempre 12,50% de mypes y solo 12,50% afirma que siempre identifica oportunidades de mejora, fideliza a sus clientes, mejora su infraestructura y capacita a sus trabajadores. Se tuvo un total de 8 mypes del sector y rubro los cuales conforman el 100% de la muestra propuesta.

Tabla 7: Tabla de frecuencia de la variable Rentabilidad

<i>RENTABILIDAD</i>				Porcentaje	Porcentaje
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	A veces	1	12,5	12,5	12,5
	Casi siempre	5	62,5	62,5	75,0
	Siempre	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

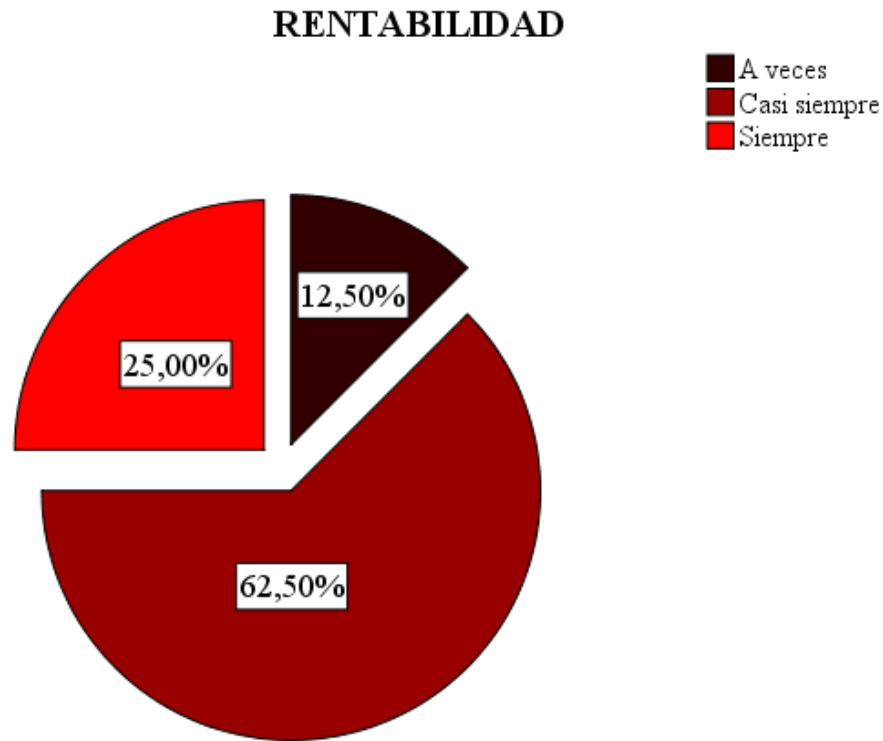
Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación:

Se observa en la tabla 7 los resultados de la variable Rentabilidad desde el cual podemos apreciar en la valoración A veces se sitúa 1 mype que afirma que a veces aplica acciones económicas buscando optimizar materiales y recursos en su empresa, en la valoración casi siempre observamos a 5 mypes y solo 2 mypes afirman que siempre aplican estrategias competitivas buscando ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales. Se tuvo un total de 8 mypes del sector y rubro los cuales conforman el 100% de la muestra propuesta.

Al tener la necesidad de observar con minuciosidad los resultados resaltantes se presenta los gráficos a fin de tener una idea clara de los porcentajes obtenidos.

Gráficos 5: Representación gráfica de la variable Rentabilidad



Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación

Se observa en el gráfico 5 los resultados de la variable Rentabilidad desde el cual podemos apreciar en la valoración A veces se sitúa el 12,50% de mypes que afirman que a veces aplica acciones económicas buscando optimizar materiales y recursos en su empresa, en la valoración casi siempre observamos al 62,50% de mypes y solo un 25,00% de mypes afirman que siempre aplican estrategias competitivas buscando ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales. Se tuvo un total de 8 mypes del sector y rubro los cuales conforman el 100% de la muestra propuesta.

Tabla 8: Tabla de frecuencia de la dimensión Rentabilidad financiera

<i>Rentabilidad financiera</i>				Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	A veces	1	12,5	12,5	12,5
	Casi siempre	6	75,0	75,0	87,5
	Siempre	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

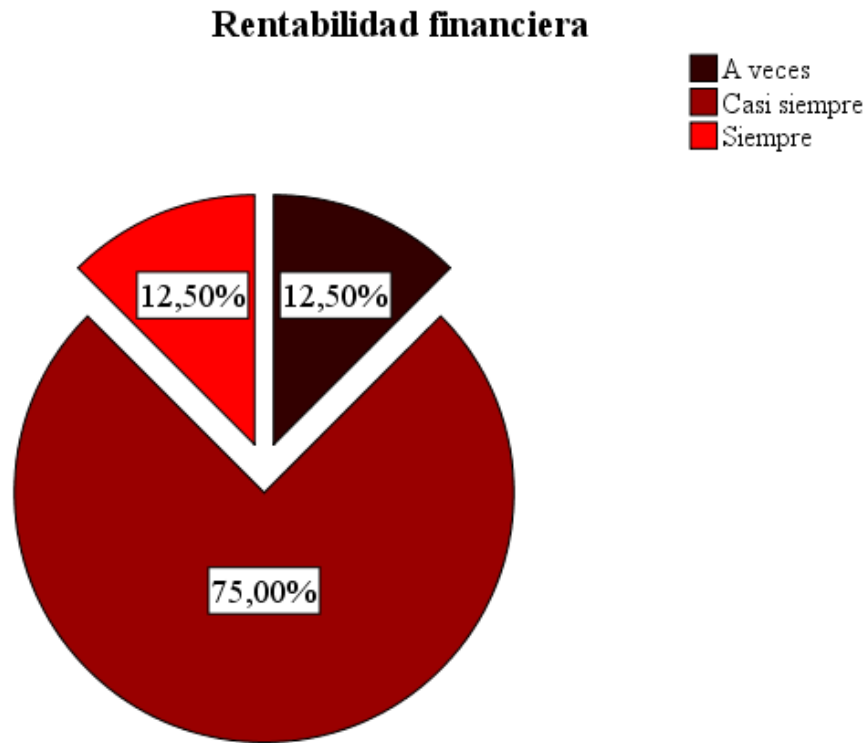
Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación:

Se observa en la tabla 8 los resultados de la dimensión Rentabilidad financiera desde el cual podemos apreciar en la valoración A veces se sitúa 1 mype que afirma que a veces aplica herramientas de rentabilidad financiera en su empresa, en la valoración casi siempre observamos a 6 mypes y por último solo 1 mypes afirman que siempre aplican planes de aumentar ventas y reducir activos. Se tuvo un total de 8 mypes del sector y rubro los cuales conforman el 100% de la muestra propuesta.

Al tener la necesidad de observar con minuciosidad los resultados resaltantes se presenta los gráficos a fin de tener una idea clara de los porcentajes obtenidos.

Gráficos 6: Representación gráfica de la dimensión Rentabilidad financiera



Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación

Se observa en el gráfico 6 los resultados de la dimensión Rentabilidad financiera desde el cual podemos apreciar en la valoración A veces se sitúa un 12,50% de mypes que afirman que a veces aplica herramientas de rentabilidad financiera en su empresa, en la valoración casi siempre observamos al 75,00% de mypes y por último solo el 12,50% de mypes afirman que siempre aplican planes de aumentar ventas y reducir activos. Se tuvo un total de 8 mypes del sector y rubro los cuales conforman el 100% de la muestra propuesta.

Tabla 9: Tabla de frecuencia de la dimensión Rentabilidad económica

		<i>Rentabilidad económica</i>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	1	12,5	12,5	12,5
	Casi siempre	5	62,5	62,5	75,0
	Siempre	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

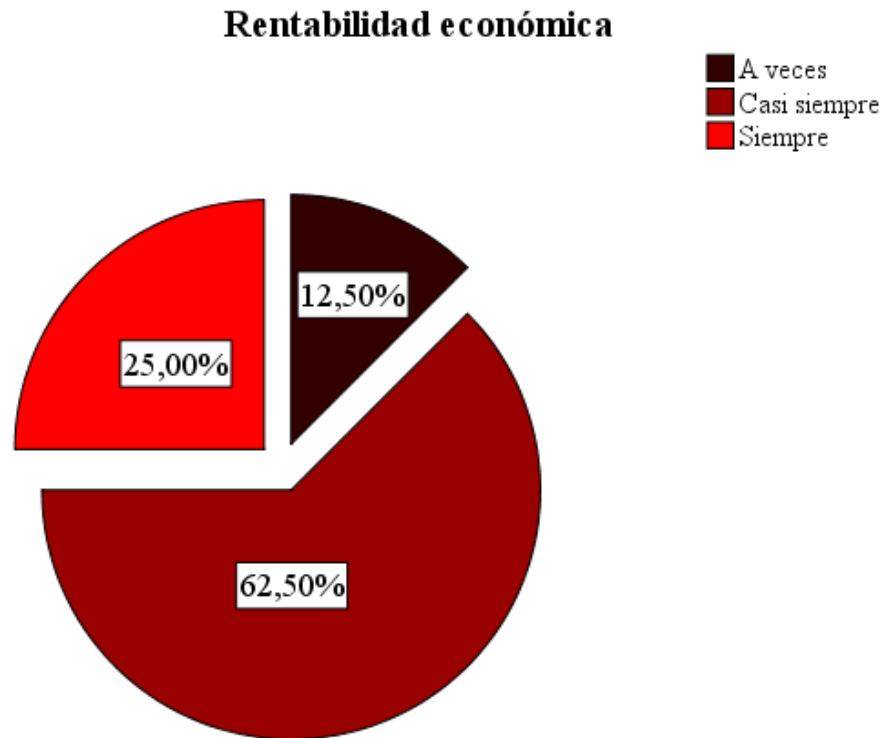
Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación:

Se observa en la tabla 9 los resultados de la dimensión Rentabilidad económica desde el cual podemos apreciar en la valoración A veces se sitúa 1 mype que afirma que a veces aplica acciones económicas para aumentar ventas a bajo costo en su empresa, en la valoración casi siempre observamos a 5 mypes y por ultimo solo 2 mypes afirman que siempre aplican estrategias para incrementar ventas, ganancias por margen de ventas reduciendo considerablemente los costos de producción o mano de obra. Se tuvo un total de 8 mypes del sector y rubro los cuales conforman el 100% de la muestra propuesta.

Al tener la necesidad de observar con minuciosidad los resultados resaltantes se presenta los gráficos a fin de tener una idea clara de los porcentajes obtenidos.

Gráficos 7: Representación gráfica de la dimensión Rentabilidad económica



Fuente: Datos extraídos a partir de la aplicación del cuestionario

Interpretación

Se observa en el gráfico 7 los resultados de la dimensión Rentabilidad económica desde el cual podemos apreciar en la valoración A veces se sitúa el 12,50% de mypes que afirman que a veces aplica acciones económicas para aumentar ventas a bajo costo en su empresa, en la valoración casi siempre observamos al 62,50% de mypes y por último solo el 25,00% mypes afirman que siempre aplican estrategias para incrementar ventas, ganancias por margen

de ventas reduciendo considerablemente los costos de producción o mano de obra.

ESTUDIO CORRELACIONAL DE VARIABLES Y DIMENSIONES

Para determinar el nivel de relación de acuerdo al coeficiente resultante tomaremos el margen propuesto para la correlación de r de Pearson en cual de detalla como sigue:

SIGNIFICANCIA DEL COEFICIENTE DE CORRELACION

Margen	Interpretación
1.00 – 0.81	Correlación positiva perfecta
0.80 – 0.61	Correlación positiva muy fuerte
0.60 – 0.41	Correlación positiva fuerte
0.40 – 0.21	Correlación positiva moderada
0.20 – 0.01	Correlación positiva frágil
0.00	Correlación no existente

Para analizar y determinar las correlaciones citaremos a las hipótesis planteadas por el investigador a manera de ponerlas en prueba para aceptar o rechazar las mismas los cuales se someterán al grado de significancia del 5% (0.05)

Hipótesis General

H_a: La relación de la gestión de calidad y rentabilidad es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de pichanaqui, 2019.

H₀: La relación de la gestión de calidad y rentabilidad es negativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de pichanaqui, 2019.

Se hizo uso del software estadístico SPSS v.24 para la toma de decisiones respecto al planteamiento de la hipótesis, el mismo que muestra el grado de correlación siendo:

		Planificación de	
		la calidad	RENTABILIDAD
Planificación de la calidad	Correlación de Pearson	1	,817 [*]
	Sig. (bilateral)		,013
	N	8	8
RENTABILIDAD	Correlación de Pearson	,817 [*]	1
	Sig. (bilateral)	,013	
	N	8	8

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación:

En el efecto de la investigación encontramos el valor P=0,013 pudiendo así determinar una probabilidad de error del 1,3% al afirmar que existe relación entre las variables Gestión de Calidad y Rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Respondiendo a la Hipótesis:

Se resolvió que existió un abaja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto se afirma que: sí existe una correlación entre las variables, este resultado nos lleva a rechazar la H_0 y aceptar la H_1 con el que concluimos:

Si existe una relación significativa entre la Gestión de Calidad y Rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Siguiendo el procedimiento medimos el grado de relación con que cuentan ambas variables:

Planteamiento del objetivo General

Determinar cómo se relaciona la gestión de calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

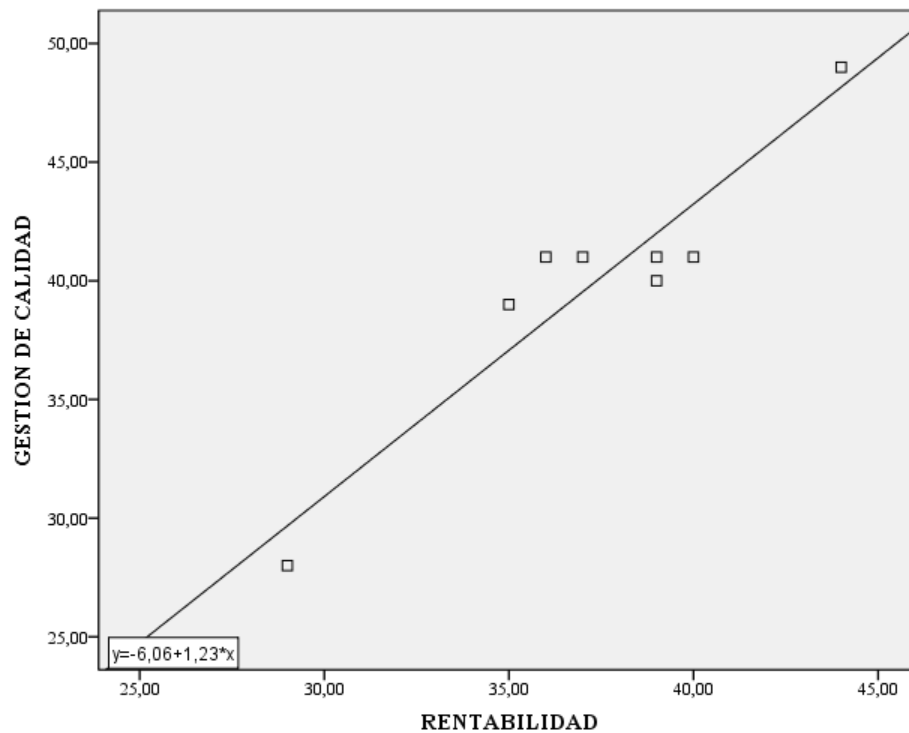
Para poder afirmar la existencia de la relación a un grado de significancia del 0.05 (5%) interpretamos en base a los datos de la tabla de correlación.

Con una probabilidad de error del 1,3% se afirmó que existe relación entre las variables Gestión de Calidad y Rentabilidad.

El coeficiente hallado de $r=0,817$ el cual cuantificó la relación entre las variables Gestión de Calidad y Rentabilidad, concluye que ambas Variables se relacionan de manera positiva perfecta que se representa en un 66,74%.

Se pudo determinar que la Gestión de Calidad definido como las características del producto dirigido a la necesidad del cliente y su satisfacción

tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.



El gráfico de dispersión muestra la tendencia de la relación de la Gestión de Calidad y Rentabilidad en este caso siendo positiva de intensidad perfecta.

Hipótesis Específica 01:

H_a: La relación de la planificación de la calidad y rentabilidad es significativa en en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de pichanaqui, 2019.

H₀: La relación de la planificación de la calidad y rentabilidad es negativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de pichanaqui, 2019.

Se hizo uso del software estadístico SPSS v.24 para la toma de decisiones respecto al planteamiento de la hipótesis, el mismo que muestra el grado de correlación siendo:

		Planificación de	
		la calidad	RENTABILIDAD
Planificación de la calidad	Correlación de Pearson	1	,817 [*]
	Sig. (bilateral)		,013
	N	8	8
RENTABILIDAD	Correlación de Pearson	,817 [*]	1
	Sig. (bilateral)	,013	
	N	8	8

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación:

En el efecto de la investigación encontramos el valor P=0,013 pudiendo así determinar una probabilidad de error del 1,3% al afirmar que existe relación entre la planificación de la calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Respondiendo a la Hipótesis:

Se resolvió que existió un abaja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto se afirma que: sí existe una correlación entre la variable y dimensión, este resultado nos lleva a rechazar la H_0 y aceptar la H_1 con el que concluimos:

Si existe una relación significativa entre la planificación de la calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Siguiendo el procedimiento medimos el grado de relación con que cuentan ambas, variable y dimensión:

Planteamiento del objetivo Especifico 01:

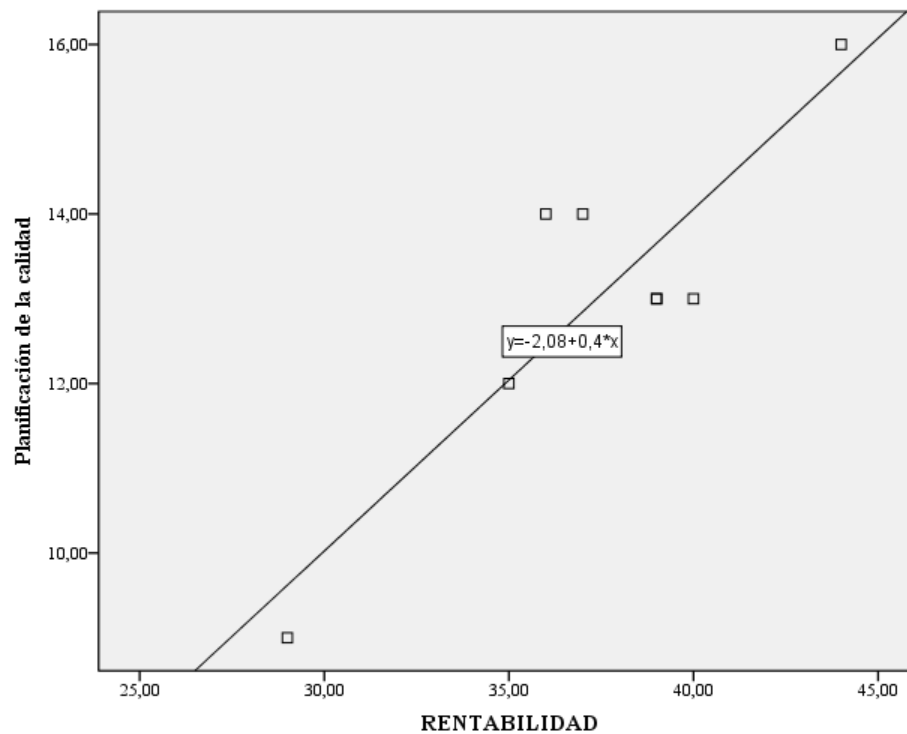
Determinar cómo se relaciona la planificación de la calidad y rentabilidad de la empresa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de pichanaqui, 2019.

Para poder afirmar la existencia de la relación a un grado de significancia del 0.05 (5%) interpretamos en base a los datos de la tabla de correlación.

Con una probabilidad de error del 1,3% se afirmó que existe relación entre la planificación de la calidad y rentabilidad.

El coeficiente hallado de $r=0,817$ el cual cuantificó la relación entre la planificación de la calidad y rentabilidad, concluye que ambas variable y dimensión se relacionan de manera positiva perfecta que se representa en un 66,74%.

Se pudo determinar que la planificación de la calidad definidos como metas de calidad, asignación de recursos y procesos de calidad, tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.



El gráfico de dispersión muestra la tendencia de la relación entre la planificación de la calidad y rentabilidad, en este caso siendo positiva de intensidad perfecta.

Hipótesis Específica 02:

H_a: La relación del control de la calidad y rentabilidad es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de pichanaqui, 2019.

H₀: La relación del control de la calidad y rentabilidad es negativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de pichanaqui, 2019.

Se hizo uso del software estadístico SPSS v.24 para la toma de decisiones respecto al planteamiento de la hipótesis, el mismo que muestra el grado de correlación siendo:

Correlaciones

		Control de la	
		calidad	RENTABILIDAD
Control de la calidad	Correlación de Pearson	1	,552
	Sig. (bilateral)		,015
	N	8	8
RENTABILIDAD	Correlación de Pearson	,552	1
	Sig. (bilateral)	,015	
	N	8	8

Interpretación:

En el efecto de la investigación encontramos el valor $P=0,015$ pudiendo así determinar una probabilidad de error del 1,5% al afirmar que existe relación entre el control de la calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Respondiendo a la Hipótesis:

Se resolvió que existió un abaja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto se afirma que: sí existe una correlación entre la variable y dimensión, este resultado nos lleva a rechazar la H_0 y aceptar la H_1 con el que concluimos:

Si existe una relación significativa entre el control de la calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Siguiendo el procedimiento medimos el grado de relación con que cuentan ambas variable y dimensión:

Planteamiento del objetivo Especifico 02:

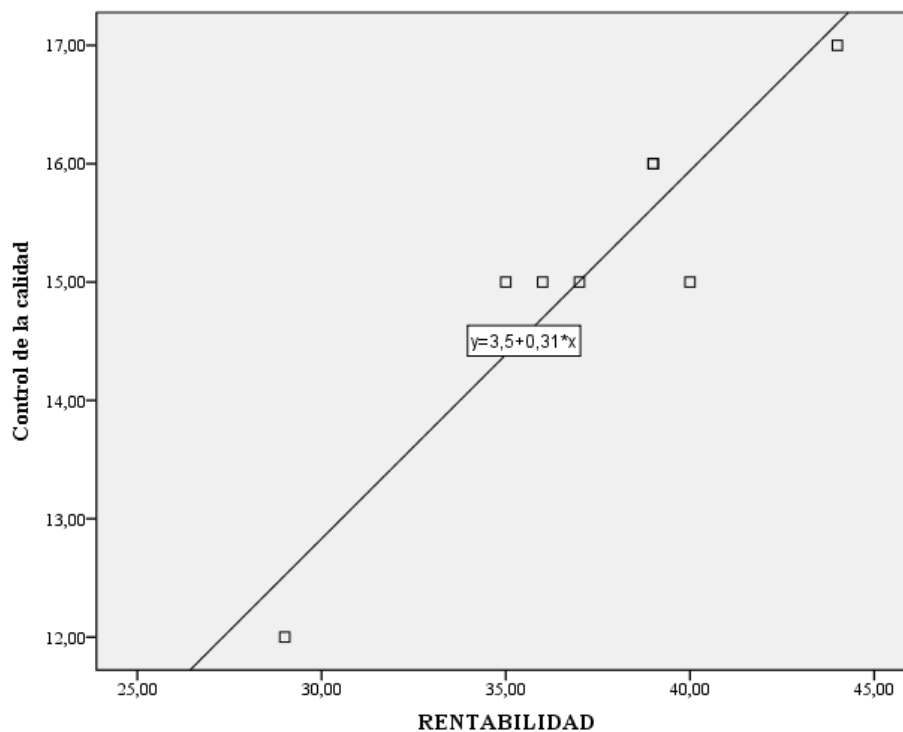
Determinar cómo se relaciona el control de la calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de pichanaqui, 2019.

Para poder afirmar la existencia de la relación a un grado de significancia del 0.05 (5%) interpretamos en base a los datos de la tabla de correlación.

Con una probabilidad de error del 1,5% se afirmó que existe relación entre el control de la calidad y rentabilidad.

El coeficiente hallado de $r=0,552$ el cual cuantificó la relación entre el control de la calidad y rentabilidad, concluye que ambas variable y dimensión se relacionan de manera positiva fuerte que se representa en un 30,47%.

Se pudo determinar que la el control de la calidad el cual consiste en el uso correcto de recursos, evaluación de procesos y reducción de fallas, tuvo una relación positiva fuerte con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.



El grafico de dispersión muestra la tendencia de la relación entre el control de la calidad y rentabilidad en este caso siendo positiva de intensidad fuerte.

Hipótesis Específica 03:

H_a: La relación de la mejora de la calidad y rentabilidad es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

H₀: La relación de la mejora de la calidad y rentabilidad es negativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Se hizo uso del software estadístico SPSS v.24 para la toma de decisiones respecto al planteamiento de la hipótesis, el mismo que muestra el grado de correlación siendo:

Correlaciones

		Mejora de la	
		calidad	RENTABILIDAD
Mejora de la calidad	Correlación de Pearson	1	,943**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	8	8
RENTABILIDAD	Correlación de Pearson	,943**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	8	8

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

En el efecto de la investigación encontramos el valor $P=0,000$ pudiendo así determinar una probabilidad de error del 0% al afirmar que existe relación entre la mejora de la calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Respondiendo a la Hipótesis:

Se resolvió que existió un abaja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto se afirma que: sí existe una correlación entre la variable y dimensión, este resultado nos lleva a rechazar la H_0 y aceptar la H_1 con el que concluimos:

Si existe una relación significativa entre la mejora de la calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Siguiendo el procedimiento medimos el grado de relación con que cuentan ambas variables:

Planteamiento del objetivo Especifico 03:

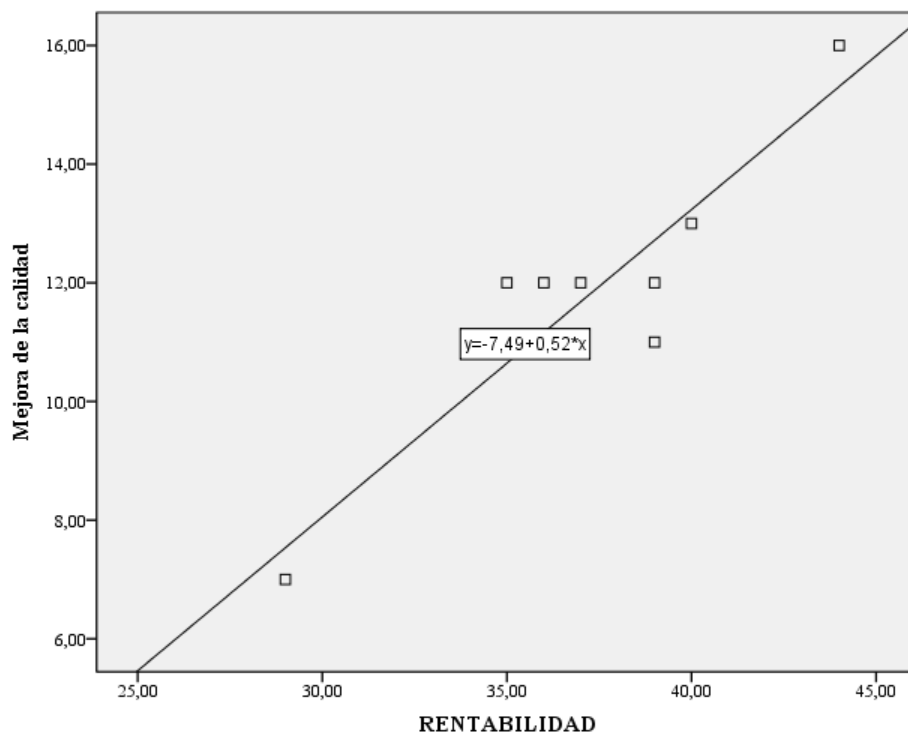
Determinar cómo se relaciona la mejora de la calidad y rentabilidad en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de pichanaqui, 2019.

Para poder afirmar la existencia de la relación a un grado de significancia del 0.05 (5%) interpretamos en base a los datos de la tabla de correlación.

Con una probabilidad de error del 0% se afirmó que existe relación entre la mejora de la calidad y rentabilidad.

El coeficiente hallado de $r=0,943$ el cual cuantificó la relación entre la mejora de la calidad y rentabilidad, concluye que ambas variable y dimensión se relacionan de manera positiva perfecta que se representa en un 88,92%.

Se pudo determinar que la mejora de la calidad el cual identifica oportunidades de mejora, fideliza a sus clientes, mejora su infraestructura y capacita a sus trabajadores, tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.



El grafico de dispersión muestra la tendencia de relación de la mejora de la calidad y rentabilidad en este caso siendo positiva de intensidad perfecta.

4.2 Análisis de resultados

Hipótesis General

La relación de la gestión de calidad y rentabilidad es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de pichanaqui, 2019.

Con una probabilidad de error del 1,3% se afirmó que existe relación entre las variables Gestión de Calidad y Rentabilidad. El coeficiente hallado de $r=0,817$ el cual cuantificó la relación entre las variables Gestión de Calidad y Rentabilidad, concluye que ambas Variables se relacionan de manera positiva perfecta que se representa en un 66,74%. Pudiendo así determinar que la Gestión de Calidad definido como las características del producto dirigido a la necesidad del cliente y su satisfacción tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Villarreyes, B. Y. (2015). Tesis “*Caracterización de la Capacitación y Rentabilidad en las mypes comerciales, rubro venta de motocicletas - distrito de Sullana, 2014*” Concluye respecto a su variable rentabilidad que los microempresarios tienen un aumento de ingresos, sus ventas han aumentado, por lo cual las ganancias son mayores, no cuentan con conocimiento de

indicadores de rentabilidad, las herramientas suelen ser los estados financieros, existiendo MYPE que no usan, y se considera que su negocio es rentable, y la rentabilidad por lo general se mide de forma anual.

Hipótesis Específica 01:

La relación de la planificación de la calidad y rentabilidad es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Con una probabilidad de error del 1,3% se afirmó que existe relación entre la planificación de la calidad y rentabilidad. El coeficiente hallado de $r=0,817$ el cual cuantificó la relación entre la planificación de la calidad y rentabilidad, concluye que ambas variable y dimensión se relacionan de manera positiva perfecta que se representa en un 66,74%. Pudiendo así determinar que la planificación de la calidad definidos como metas de calidad, asignación de recursos y procesos de calidad, tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Mendoza (2016). Tesis “*Gestión de calidad en el servicio eléctrico y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro S.A. en la unidad de negocio valle del Mantaro – Huancayo – 2015*“. El autor de esta Investigación concluye que: Con un nivel de significancia del 0.05 y un nivel confianza del 95 %, en ese sentido se afirma que la media de la satisfacción de los clientes

(3,342037) es mayor que la media de la calidad de servicio (3,0884168); así mismo el valor crítico (0,0000) es menor que el error estimado (0,050), por lo tanto afirmamos que la calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro S.A, en la Unidad de Negocio-Valle del Mantaro-Huancayo-2015.

Hipótesis Específica 02:

La relación del control de la calidad y rentabilidad es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Con una probabilidad de error del 1,5% se afirmó que existe relación entre el control de la calidad y rentabilidad. El coeficiente hallado de $r=0,552$ el cual cuantificó la relación entre el control de la calidad y rentabilidad, concluye que ambas variable y dimensión se relacionan de manera positiva fuerte que se representa en un 30,47%. Pudiendo así determinar que la el control de la calidad el cual consiste en el uso correcto de recursos, evaluación de procesos y reducción de fallas, tuvo una relación positiva fuerte con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Resultado de enfoque similar a la de Rivera (2016). Tesis “*Influencia de las estrategias de calidad de servicios bancarios en la satisfacción de los clientes de Mibanco agencia El Tambo – Huancayo en el año 2014*”. El autor

concluye afirmando lo siguiente: Las estrategias de calidad de servicios bancarios influyeron significativamente en la satisfacción de los clientes de Mibanco Agencia El Tambo – Huancayo en el año 2014, demostrado mediante el estadístico t de Student debido a que la $t_t = 1,645 \leq t_c = 30,78$.

Hipótesis Específica 03:

La relación de la mejora de la calidad y rentabilidades es significativa en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Con una probabilidad de error del 0% se afirmó que existe relación entre la mejora de la calidad y rentabilidad. El coeficiente hallado de $r=0,943$ el cual cuantificó la relación entre la mejora de la calidad y rentabilidad, concluye que ambas variable y dimensión se relacionan de manera positiva perfecta que se representa en un 88,92%. Pudiendo así que la mejora de la calidad el cual identifica oportunidades de mejora, fideliza a sus clientes, mejora su infraestructura y capacita a sus trabajadores, tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Lozano, S. (2017). Tesis “*Caracterización de la gestión de calidad y la rentabilidad en las mypes del sector servicio, rubro clínicas dentales en la ciudad de tingo maría, año 2017*” EL cual concluye que los profesionales de la

odontología propietarios de las clínicas creen en un 100% la importancia de la gestión de calidad, con el mismo indicador manifiestan que la red social es trascendental para marketear sus servicios y producto que ofertan en el mercado, además creen en su totalidad en la capacitación del personal para mejorar la calidad de atención al cliente con la finalidad de tener una mayor satisfacción de sus clientes y crecer empresarialmente. Los odontólogos que conducen sus MYPES afirman mayoritariamente en la rentabilidad de sus negocios porque creen que es necesario invertir para mejorar los servicios como productos y en las capacitaciones del personal con la finalidad de diferenciarse en el mercado.

V. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Objetivo General:

El coeficiente hallado de $r=0,817$ el cual cuantificó la relación entre las variables Gestión de Calidad y Rentabilidad, concluye que ambas Variables se relacionan de manera positiva perfecta que se representa en un 66,74%. Pudiendo así determinar que la Gestión de Calidad definido como las características del producto dirigido a la necesidad del cliente y su satisfacción tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Se presta atención considerable en la Gestión de Calidad en cual se encontró que solo a veces se hace uso de ella en la empresa debido a la mala practica administrativa de que se viene heredando de modelos de negocios ya antiguos, debido a ello se le dio a conocer a los representantes las herramientas de gestión de calidad para mejorar los ingresos y asegurar su permanencia en el mercado.

Objetivo Especifico 01:

El coeficiente hallado de $r=0,817$ el cual cuantificó la relación entre la planificación de la calidad y rentabilidad, concluye que ambas variable y dimensión se relacionan de manera positiva perfecta que se representa en un

66,74%. Pudiendo así determinar que la planificación de la calidad definidos como metas de calidad, asignación de recursos y procesos de calidad, tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Existe una planificación de la calidad dentro de la empresa sin embargo al no aplicarse debidamente los objetivos llegan a ser inalcanzables para ello fue necesario realizar ejemplos en el que los representantes puedan reflejar sus errores y dudas al respecto con el fin de elaborar una buena planificación.

Objetivo Especifico 02:

El coeficiente hallado de $r=0,552$ el cual cuantificó la relación entre el control de la calidad y rentabilidad, concluye que ambas variable y dimensión se relacionan de manera positiva fuerte que se representa en un 30,47%. Pudiendo así determinar que la el control de la calidad el cual consiste en el uso correcto de recursos, evaluación de procesos y reducción de fallas, tuvo una relación positiva fuerte con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Existe un control de calidad promedio en la empresa a razón que ellos manifiestan que casis siempre realizan esta práctica ya que como es conocido el

cliente solicita el servicio a quien corresponda con una buena atención y productos de calidad que avalen la calidad de su servicio. Para tal fin se puso de conocimiento el valor agregado que puede brindarse a través del servicio para fidelizar a sus clientes y así asegurar su rentabilidad y un cliente satisfecho.

Objetivo Especifico 03:

El coeficiente hallado de $r=0,943$ el cual cuantificó la relación entre la mejora de la calidad y rentabilidad, concluye que ambas variable y dimensión se relacionan de manera positiva perfecta que se representa en un 88,92%. Pudiendo así que la mejora de la calidad el cual identifica oportunidades de mejora, fideliza a sus clientes, mejora su infraestructura y capacita a sus trabajadores, tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y materiales en las mypes del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

Se encontró respecto a la mejora de la calidad que la empresa hace en lo posible de mejorar sus servicios y ofrecer buenos productos sin embargo desconocen el fin de la mejora interpretándose como si llenar de productos u ofrecer productos caros es mejorar la calidad, para ello se explico las bondades de la mejora de la calidad y poniendo sobre la mesa puntos clave a destacar como la atención al cliente.

Referencias bibliográficas

- Barcellos, L. (2011). Tesis “Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial”
- Cámara L, Berzosa B. y Correo E. (2005). La gestión de la calidad.
- Cano Colonia, J. R. (2018). Documentación del sistema de gestión de calidad bajo los requerimientos establecidos en la norma ISO 9001: 2015 en la empresa Alkapalka contratistas generales SAC.
- Cárdenas Villalobos, E. M. (2019). La Gestión de la Calidad y su influencia en los Beneficios de las Mypes del Sector Servicio-Rubro Transporte de Pasajeros, del Distrito de Villa María del Triunfo, Lima 2018.
- Carrasco Díaz S. (2015) METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación. EDITORIAL SAN MARCOS E I R LTDA
- Chiavenato, Idalberto, (2006) “Introducción a la Teoría General de la Administración” 7ma. Edic. Mc Graw Hill (1995) El diagnóstico de la empresa, Ediciones Díaz de Santos.
- Deming, W. E., & Medina, J. N. (1989). Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis. Ediciones Díaz de Santos.
- Hernández, H. Barrios, P. & Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: Elemento clave para el desarrollo de las organizaciones
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. 6° Edición. Editorial Mc Graw Hill. México.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Metodología de la Investigación (4ª edición) Ed. Ciudad de México, México: McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la. Ciudad de México: Mc Graw Hill, 12, 20.
- Herrera, M. (2008). Tesis “Diseño de un sistema de gestión de la calidad para una microempresa”
- Juran, J., & Godfrey, B. (2001). Manual de Calidad. Vol I.
- Lascano, M. E. C., Nuñez, E. R. V., & Tipanquiza, A. T. (2019). La gestión de calidad y la rentabilidad de las empresas del sub sector comercial. Caso Quito-Ecuador.
- Lozano, M. (2017). Tesis “Caracterización de la Gestión de Calidad y la Rentabilidad en las Mypes del sector servicio, rubro clínicas dentales en la ciudad de tingo maría, año 2017.”
- Mendoza Ayre, I. E. (2016). Gestión de calidad en el servicio eléctrico y la satisfacción de los clientes de la Empresa Electrocentro SA en la unidad de negocio Valle del Mantaro–Huancayo–2015.
- Morales M. (2016), Gestión de calidad y formalización de las Mypes en el sector comercio, rubro venta de repuestos para vehículos menores (motocicletas), en el distrito de Satipo, 2016.
- Narváez Ruiz, L. F. (2016). Diseño de un sistema de Gestión de calidad (SGC) con la Norma ISO 9001: 2015 para el área de tecnologías de la información de la Universidad Politécnica Salesiana (Bachelor's thesis).

- Palacios Palacios D. (2014). Evaluación de la calidad del servicio percibido en los establecimientos hoteleros de Quibdó. Universidad Nacional de Colombia.
- Rivera Fabián, K. M. (2016). Influencia de las estrategias de calidad de servicios bancarios en la satisfacción de los clientes de Mibanco agencia El Tambo–Huancayo en el año 2014.
- Sánchez Tibán, M. A. (2017). La gestión de calidad en el servicio y la rentabilidad de la empresa Almaroselec SA en la ciudad de Quito de la provincia de Pichincha (Bachelor's thesis).
- Sánchez, J. (2002). Análisis de Rentabilidad de la empresa. Recuperado el, 15.
- Sánchez, J. (2012) Análisis de rentabilidad de la empresa.
<http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>
- Villalobos, N. y Socorro, J. (2014). Documentación de un sistema de gestión de la calidad en base a la norma ISO 9001: 2008 para la empresa SUPLI STEEL C.A. (Tesis de pregrado). Universidad Rafael Urdaneta. Maracaibo, Venezuela.
Recuperado de <http://200.35.84.131/portal/bases/marc/texto/2601-14-07493.pdf>
- Villarreyes, B. Y. (2015). Caracterización de la Capacitación y Rentabilidad en las mypes comerciales, rubro venta de motocicletas - distrito de Sullana, 2014.

Aspectos complementarios

Principios éticos

Seguridad de las personas, el individuo es toda la investigación es el fin y no los métodos, por lo que necesitan un nivel específico de seguridad, que se resuelve por el registro que causan y la probabilidad de que adquieran un beneficio.

La condición de la investigación en la que se trabaja con los individuos debe tener en cuenta el aplomo, el carácter, el secreto y la seguridad de las personas. Esta norma no sólo sugiere que los individuos que son objeto de la investigación participan voluntariamente en la investigación, sino que además incluye el pleno respeto de sus derechos principales, especialmente en la remota posibilidad de que se encuentren en una circunstancia de extraordinaria debilidad.

La prosperidad de las personas que se interesan por la investigación debe estar garantizada. En este sentido, el investigador debe reaccionar a las normas que lo acompañan: no provocar daños, disminuir los impactos negativos concebibles y potenciar las ventajas.

Equidad el investigador debe ejecutar un juicio sensato y ponderable y tomar las preocupaciones esenciales para garantizar que su inclinación, y las restricciones de sus habilidades e información, no ofrezcan ascenso o aguantar un entrenamiento no requerido. Se percibe que la realidad y la equidad otorgan a todas las personas que participan en la exploración la opción de llegar a sus resultados. El analista está obligado, asimismo, a tratar con ecuanimidad a las

personas que se interesan por los ciclos, sistemas y administraciones relacionados con la exploración.

Anexos

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019															
		Semestre 2019-I															
		abril				mayo				Junio				Julio			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	■	■														
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación			■	■												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación					■	■										
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación						■										
5	Mejora del marco teórico y metodológico							■	■								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos							■	■								
7	Elaboración del consentimiento informado (*)									■							
8	Recolección de datos										■						
9	Presentación de resultados										■						
10	Análisis e Interpretación de los resultados										■						
11	Redacción del informe preliminar										■						
13	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación											■	■				
14	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación											■	■				
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación														■		
16	Redacción de artículo científico															■	■

Anexo 2: Presupuesto

ITEM	ACTIVIDADES	UNIDAD	P/UNIT	TOTAL
RECURSO HUMANO				
02	Asesor de Tesis	1	2,500.00	2,500.00
sub total				2,500.00
MATERIALES DE OFICINA				
03	Lapiceros	2	2.00	4.00
04	Folder Manila A4	6	0.50	3.00
05	Sobre Manila	7	1.00	7.00
06	Faster	1 caja	5.00	5.00
07	Papel Bond A4	1 millar	22.00	22.00
sub total				41.00
EQUIPAMIENTO				
08	Laptop	1	1,200.00	1,200.00
09	Memoria USB	1	28.00	28.00
10	Impresora	1	320.00	320.00
11	Tintas para impresora	1	35.00	35.00
sub total				1,583.00
SERVICIOS				
12	Internet	120 horas	1.00	120.00
13	Turnitin	2	50.00	100.00
14	Fotocopias	290 hojas	0.10	29.00
15	Anillado	6	18.00	108.00
16	Movilidad local	14	8.00	112.00
17	Empastado	2	50.00	100.00
18	Publicación de artículo en repositorio institucional	1	50.00	50.00
sub total				619.00
TOTAL				4,743.00

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

INSTRUMENTO DE EVALUACION

PROGRAMA DE POSGRADO DE ADMINISTRACION



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

GESTIÓN DE CALIDAD Y RENTABILIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR
COMERCIAL RUBRO VENTA DE MOTOCICLETAS DEL DISTRITO DE
PICHANAQUI, 2019

ENCUESTA

Instrucciones: Estimado microempresario o representante de la Mype, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar la gestión de calidad y su influencia en la rentabilidad de las Mypes del sector comercial, rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

1: nunca 2: casi nunca 3: a veces 4: casi siempre 5: siempre

GESTION DE LA CALIDAD						ALTERNATIVA				
D.1	Planificación de la calidad									
1	¿Define metas de calidad?					1	2	3	4	5
2	¿Determina asignación de recursos?					1	2	3	4	5
3	¿Determina procesos de calidad?					1	2	3	4	5
4	¿Determina control de sus procesos?									
D.2	Control de la calidad									
5	¿Evalúa el cumplimiento de las metas de calidad propuestas?					1	2	3	4	5
6	¿Verifica el uso correcto de los recursos?					1	2	3	4	5
7	¿Evalúa los procesos de calidad?					1	2	3	4	5
8	¿Establece controles para reducir fallas?					1	2	3	4	5

D.3	Mejora de la calidad					
9	¿Identifica oportunidades de mejora de calidad?	1	2	3	4	5
10	¿Implementa la mejora continua para fidelizar a sus clientes?	1	2	3	4	5
11	¿Implementa mejoras en su infraestructura?	1	2	3	4	5
12	¿Capacita a sus trabajadores según sus habilidades o competencias?	1	2	3	4	5

RENTABILIDAD		ALTERNATIVA				
D.1	Rentabilidad Financiera	1	2	3	4	5
1	¿Se incrementa la rotación de los inventarios?					
2	¿Se emplea parte del capital de la empresa, para cubrir con sus obligaciones?					
3	¿Repone el capital de la empresa, en un periodo de mediano plazo?					
4	¿Informa del rendimiento financiero que posee la empresa a los socios o dueños?					
5	¿El rendimiento obtenido por la empresa mantiene un crecimiento constante?					
D.2	Rentabilidad Económica	1	2	3	4	5
6	¿Incrementa el margen por ventas, reduciendo costos?					
7	¿Incrementa el margen por ventas, reduciendo gastos?					
8	¿La entidad establece los costos operativos adecuados en la empresa?					
9	¿La entidad realiza el cálculo de la rentabilidad económica?					
10	¿La empresa participa en el mercado competitivo?					

Anexo 4: Base de datos Excel

BADE DE DATOS																							
N°	GESTION DE CALIDAD												RENTABILIDAD										
	Planificación de la calidad				Control de la calidad				Mejora de la calidad				Rentabilidad financiera					Rentabilidad económica					
	Ítems																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MYPES	1	4	3	3	3	4	5	4	3	3	2	3	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	
	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3	4	3	4	3
	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4
	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
	6	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
	7	3	2	2	2	3	4	3	2	2	1	2	2	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3
	8	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4

Anexo 5: Data Spss

DATA SPSS							
	GESTION DE CALIDAD	Planificación de la calidad	Control de la calidad	Mejora de la calidad	RENTABILIDAD	Rentabilidad financiera	Rentabilidad económica
MYPES	1	4	3	3	3	4	4
	2	3	3	3	3	4	4
	3	4	3	3	4	4	4
	4	3	3	3	4	4	4
	5	4	3	3	3	4	4
	6	4	4	4	4	4	5
	7	3	2	2	2	3	4
	8	4	3	4	3	4	4

Anexo 5: Mypes encuestadas

ITEM	RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN	TELEFONO
1	TVS SHALOM SAC	ALDUDE GUEVARA, Wilver	Av. Santa Rosa N° 780	950476777
2	CONSORCIO MOTOTIENDAS SRL	SALAZAR GUERRA, Jose	Av. Marginal N°755	982455885
3	INVERSIONES ARAUCO AURIS SELVA MOTORS SRL	ARAUCO AURIS, Marleny	Jr. Lima N° 1099	935899723
4	MAYCAR SAC	REQUENA PUENTE, Carmen	Av. Marginal N° 714	986771441
5	CASA DE EMPEÑO PEPA DE ORO	CONTRERAS RODRIGUEZ Raquel E.	Av. Marginal N° 381	975492110
6	ARAUCO MOTORS	GUTIERREZ ARAUCO, Claudia	Jr. 24 Setiembre N° 1116	996965911
7	VIGO MOTORS SAC	VIGO MORENO Carlos Alberto	Av. Marginal N° 323	
8	REPRESENTACIONES PIAZZA MOTORS EIRL	HERRERA VALENCIA Miguel Ángel	AV MARGINAL 545	942489386