



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**LA RENTABILIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN
DE CALIDAD, EN MYPES DE LA GALERÍA SUPER, DE
HUÁNUCO, 2019**

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

AUTOR:

**Bach. VERASTEGUI SALCEDO, JORGE ELIAS
COD.ORCID. 0000-0001-7869-9729**

ASESOR

**Dr. MELGAREJO LEANDRO, EDUARDO ANATOLIO
COD.ORCID. 0000-0001-5458-9234**

HUÁNUCO – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Bach. Verastegui Salcedo, Jorge Elias

COD.ORCID. 0000-0001-7869-9729

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Huánuco, Perú

ASESOR

Dr. Melgarejo Leandro, Eduardo Anatolio

COD.ORCID. 0000-0001-5458-9234

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias

Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Perú

JURADO

Dr. Barrueta Salazar, Luis Henry

COD.ORCID. 0000-0002-9540-263X

Dr. Dávila Sánchez, Eddie Jerry

COD.ORCID. 0000-0003-4893-3283

Mg. Miraval Rojas, Yesica

COD.ORCID. 0000-0001-5126-9868

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dr. Barraeta Salazar, Luis Henry

Presidente

Dr. Dávila Sánchez, Eddie Jerry

Miembro

Mg. Miraval Rojas, Yesica

Miembro

Dr. Melgarejo Leandro, Eduardo Anatolio

Asesor

RESUMEN

El propósito de este trabajo de investigación, es determinar si la rentabilidad tiene influencia significativa en la gestión de calidad, en MYPES de la galería Super de Huánuco, la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación es no experimental, utilizando encuestas dirigidas a las Mypes, que fueron escogidas de la población mediante métodos probabilísticos.

El nivel de la investigación es explicativo, su diseño es transeccionales correlacionales – causales, el cual nos permito comprender describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual de las MYPES en estudio.

Se determinó que la rentabilidad influye en la gestión de calidad, en Mypes de la Galería Super de la ciudad de Huánuco, a razón negativa de 9.38 % por unidad, esto indica que cuando la rentabilidad se incrementa la gestión de calidad disminuye y cuando la rentabilidad disminuye se incrementa la gestión de calidad. Estableciéndose como una relación negativa muy débil.

Palabra clave: Gestión de calidad, Rentabilidad, MYPE.

ABSTRACT

The purpose of this research work is to determine if profitability has a significant influence on quality management, in MYPES of the Huánuco Super gallery, the methodology used for the development of the research is non-experimental, using surveys directed to the Mypes, which were chosen from the population through probabilistic methods.

The level of research is explanatory, its design is correlational - causal, transectional, and which allows us to understand describe, record, analyze and interpret the current nature of the MYPES under study.

It was determined that profitability influences quality management, in Mypes of the Super Gallery of the city of Huánuco, at a negative rate of 9.38% per unit, this indicates that when profitability increases quality management decreases and when profitability decreases quality management increases. Establishing itself as a very weak negative relationship.

Keyword: Quality management, Profitability, MYPE.

CONTENIDO

Título de la tesis.....	i
Equipo de trabajo.....	ii
Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
Resumen.....	iv
Abstract.....	v
Contenido.....	1
Índice de gráficos.....	3
Índice de tablas.....	4
I. Introducción.....	5
II. Revisión de literatura.....	9
III. Hipótesis.....	27
IV. Metodología.....	28
4.1 Diseño de la investigación.....	28
4.2 Población y muestra.....	29
4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	30
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	31
4.5 Plan de análisis.....	32
4.6 Matriz de consistencia.....	33
4.7 Principios éticos.....	35
V. Resultados.....	38
5.1 Resultados.....	38
5.2 Análisis de resultados.....	52
VI. Conclusiones.....	55

VII. Recomendaciones.....	56
Referencias bibliográficas.....	57
Anexos.....	59
Anexo 1. Encuesta aplicada a las Mypes de la Galería Súper de la ciudad de Huánuco.....	60
Anexo 2. Validación del instrumento de recolección de datos.....	61
Anexo 3. Descripción de las Mypes de la Galería Super de Huánuco.....	62
Anexo 4. Consentimiento Informado.....	63
Anexo 8. Panel Fotográfico.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1. Muestra probabilística usando el software STATS®	30
Grafico 2. Mypes de la Galería Super, por años en la actividad económica.....	39
Grafico 3. Mypes de la Galería Super, por ventas en internet.....	40
Grafico 4. Mypes de la Galería Super, por obtención de rentabilidad.....	41
Grafico 5. Mypes de la Galería Super, por obtención de utilidades.....	42
Gráfico 6. Mypes de la Galería Super, que obtiene mayor utilidad con nuevas políticas y estrategias de ventas.....	44
Gráfico 7. Mypes de la Galería Super, que consideran que a mayor utilidad mejora la calidad de los productos.....	45
Grafico 8. Mypes de la Galería Super, que realizan mejoras en la calidad de sus productos.....	46
Grafico 9. Mypes de la Galería Super, que se encuentran organizadas.....	48
Grafico 10. Mypes de la Galería Super, según desarrollo de políticas y estrategias de ventas.....	49
Grafico 11. Mypes de la Galería Super, que consideran a mayor calidad de los productos mayor rentabilidad.....	50
Grafico 12. Línea de regresión entre las variables de Rentabilidad y gestión de calidad.....	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	31
Tabla 2. Matriz de consistencia.....	34
Tabla 3. Mypes de la Galería Super, por años en la actividad económica.....	38
Tabla 4. Mypes de la Galería Super, por ventas en internet.....	49
Tabla 5. Mypes de la Galería Super, por obtención de rentabilidad.....	40
Tabla 6. Mypes de la Galería Super, por obtención de utilidades.....	42
Tabla 7. Mypes de la Galería Super, que obtiene mayor utilidad con nuevas políticas y estrategias de ventas.....	43
Tabla 8. Mypes de la Galería Super, que consideran que a mayor utilidad mejora la calidad de los productos.....	44
Tabla 9. Mypes de la Galería Super, que realizan mejoras en la calidad de sus productos.....	46
Tabla 10. Mypes de la Galería Super, que se encuentran organizadas.....	47
Tabla 11. Mypes de la Galería Super, según desarrollo de políticas y estrategias de mercado.....	48
Tabla 12. Mypes de la Galería Super, que consideran a mayor calidad de los productos mayor rentabilidad.....	50
Tabla 13. Correlación de Pearson según condición de la variable.....	51

I. Introducción

La presente investigación busca establecer la relación entre la rentabilidad con la gestión de calidad, de las MYPES ubicadas en la Galería Súper de Huánuco, con el propósito de determinar factores que influyen y a su vez plantear estrategias en la mejora de la Gestión de Calidad de las MYPES.

La rentabilidad es la capacidad de las empresas a generar utilidades, que determinan el estado situacional de una empresa, que están afectadas de muchos factores (Intensidad de las inversiones, productividad, participación de mercado, desarrollo de nuevos productos, calidad de producto, tasa de crecimiento y costos operativos)

La gestión de calidad es la “la estructura funcional de trabajo acordada en toda la compañía y en toda la planta, documentada con procedimientos integrados técnicos y administrativos efectivos, para guiar las acciones coordinadas de la fuerza laboral, las máquinas y la información de la compañía, buscando las mejores prácticas para asegurar la satisfacción del cliente con la calidad y costos económicos de calidad” (James, 1997,p.118).

El presente estudio tiene como objetivo central explorar en el ámbito de las MYPES de la galería Super de Huánuco un modelo que contextualice la influencia de la rentabilidad con la gestión de calidad.

1.1 Planteamiento del problema

a) Caracterización del problema

La rentabilidad es un factor esencial para la supervivencia de las Mypes, el objetivo de este estudio es la determinación y evaluación, desde una perspectiva cuantitativa, los factores que influyen en la rentabilidad y que

condicionan la gestión de calidad, con el fin de determinar las actuaciones que garanticen su permanencia.

Trabajando con la rentabilidad, se optimizará el rendimiento de la inversión de la empresa a través de la mejora de la gestión de calidad de las MYPES, evitando el cierre de las MYPES a la falta de estrategias para aumentar la satisfacción del cliente, reducir la variabilidad en los procesos, reducir los costes y desperdicio, etc.

Establecida entonces la importancia de la rentabilidad para la supervivencia de las MYPES, lo siguiente es determinar los factores que condicionan la Gestión de calidad.

b) Enunciado del problema

Problema General

¿De qué manera la rentabilidad influye en la gestión de calidad, en MYPES de la galería Super de Huánuco, 2019?

Problemas Específicos

- ¿Cómo los Resultado de los procesos productivos influyen en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019?
- ¿De qué manera el Comportamiento humano en el contexto económico influye en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019?
- ¿Qué tanto la Fiabilidad de productos y servicios económico influye en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019?

1.1.1 Objetivos de la investigación

Objetivo General

Determinar si la rentabilidad tiene influencia significativa en la gestión de calidad, en MYPES de la galería Super de Huánuco, 2019

Objetivo Específicos

- Determinar cómo los Resultado de los procesos productivos influyen en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019.
- Determinar de qué manera el Comportamiento humano en el contexto económico influye en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019.
- Determinar qué tanto la Fiabilidad de productos y servicios económico influye en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019.

1.2 Justificación de la investigación

Justificación teórica

La investigación planteada busca, mediante la aplicación de teorías y conceptos básicos de Contabilidad, Administración, Estadística y Micro y Pequeñas Empresas (MYPES), encontrar explicaciones a situaciones internas que afectan la gestión de calidad. Esto permitirá contrastar diferentes conceptos en la realidad concreta de las MYPES.

Justificación metodológica

Para alcanzar los objetivos del proyecto, se empleará cuestionarios, para posteriormente procesarlos con el fin de establecer la relación entre la

rentabilidad con la gestión de calidad. Así, los resultados se apoyan en técnicas de investigación validas en el medio.

Justificación practica

De acuerdo a los objetivos planteados los resultados del estudio ayudarán a crear una mayor conciencia entre los propietarios de las MYPES sobre la rentabilidad y la gestión de calidad, asimismo al identificar ciertos factores predominantes de la rentabilidad y relacionados con la mejora en la gestión de calidad, se abre la posibilidad de incrementar la rentabilidad.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

Antecedente Internacional

Sanchez Acosta, (2018) Las empresas colombianas necesitan expandirse y darse a conocer, nuestros empresarios tienen mucho potencial, un sistema de gestión de calidad les brindará seguridad de calidad ante muchos negocios, porque este sello de calidad si lo mantienen y desarrollan como debe ser, por el objetivo de mejorar la empresa les brindará la calidad para que su organización pueda responder con los compromisos adquiridos sin que la organización tenga una sobre carga o simplemente no se aproveche todo el recurso que se tiene.(p.20)

Forero, Bohórquez, y Lozano, (2008) La satisfacción y el bienestar del cliente, propósito de la calidad, se logra a través de dos dimensiones: las características y la ausencia de deficiencias. Las características dependen de la calidad de diseño, son generadoras de fortalezas cuando la ventaja competitiva de la organización se enfoca en la diferenciación e impactan la rentabilidad de la misma, mediante el incremento de los ingresos y participación en el mercado. Por su lado la dimensión “ausencia de deficiencias”, es fuente generadora de fortalezas, cuando la ventaja competitiva de la organización es el liderazgo en costos, e impacta la rentabilidad, mediante la reducción de desperdicios, reprocesos, tiempos de ciclo entre otros. (p.50)

Berna Zipa, (2015) La teoría nos dice que las empresas deben centrar sus esfuerzos en entender las necesidades actuales y futuras de los clientes y en satisfacer sus expectativas, la práctica nos lleva a un escenario en el que

pareciera desencadenarse una serie de errores de las diferentes áreas de la compañía que al final repercuten de manera negativa en el cliente, mostrándonos así lo importante del enfoque en el cliente, en procesos y la mejora continua, pues para el caso empresarial expuesto evidenciamos al menos cinco oportunidades de mejora en cada área de esta empresa.(p.31)

Antecedente nacional

Rincon Rodriguez, (2016) Como resultado del trabajo de campo podemos concluir que actualmente las empresas del sector textil cuentan con variedades de herramientas y propuestas de calidad que han surgido por las necesidades del entorno globalizado, pero muchas de estas propuestas y herramientas no constituyen un marco de trabajo que ofrezca una gestión basada en principios de la calidad total, no recopilan aquellos aspectos que deben ser desarrollados de manera efectiva en un sistema de gestión, limitándose a una única perspectiva o enfoque y dejando de lado una gran diversidad de puntos de vista, lo que impide conocer los puntos fuertes y aspectos del sistema de calidad que necesitan ser mejorados para avanzar hacia la gestión de calidad total.(p.138)

Balboa Pari, (2017) De acuerdo a los resultados de la investigación se puede afirmar que la Gestión de calidad influye en el nivel de Rentabilidad, de la Asociación Agroindustrial Olivarrera de Sama. Tiene una correlación significativa y positiva comprobada estadísticamente mediante la prueba de regresión lineal (p.88)

Dávila Dávila, (2017) Para conocer y diagnosticar la problemática de la empresa se revisaron los estados financieros, reportes de producción, almacén

y productos terminados, en los cuales se encontró que la baja rentabilidad se debía a problemas como: Devoluciones por producción defectuosa, falta de capacitación que origina un mal control en los procesos de toda la cadena de producción, así como también la falta de compromiso y desmotivación del personal; también ausencia de procesos documentados y de un mantenimiento preventivo a las máquinas y moldes, ausencia de enfoque a procesos y productos defectuosos, desencadenando como principal problema la baja rentabilidad de la empresa.(p.116-117)

Antecedente Local

Garay Salazar, (2016) La mayoría de las MYPES, para mejorar la calidad del servicio de ferretería, usan el plan de trabajo, algunos cuentan con plan estratégico, muy pocos recurren a la investigación de mercados, este último es un documento de gestión que contiene información sistematizada para la toma de decisiones acertadas en cuanto a mejoras de la calidad del servicio. (p.50)

Acosta García, (2017) La Gestión de Talento Humano y la calidad de servicio de la Empresa de Inversiones Hinostroza S.A.C. del distrito de Amarilis, Huánuco, luego de someterse al coeficiente de Pearson arrojó un valor de 0.819, lo que indica que existe una correlación positiva alta, entre gestión de talento humano y calidad de servicio. Demostrando así que, si se desarrolla una buena gestión de talento humano, se reflejará en la calidad de servicio que se brinda a los clientes. Realizando esta acción podemos lograr que los trabajadores estén comprometidos con la visión, misión, objetivos, metas y políticas de la organización. (p.76)

Bacarres Jaimes, (2017) De las MYPES en estudio el 83% su servicio está de

acuerdo a la necesidad del cliente, el 100% utiliza el plan de trabajo como documento de gestión, El 92% de los encuestados afirma que ha implementado en su empresa servicios de pre y posventa con ayuda de redes sociales, el 67% no ha capacitado a su personal, El 75% afirman que evalúan el nivel de satisfacción del cliente en el servicio de calidad, y el 75% afirman que no usan las tic en gestión empresarial para mejorar la calidad de su empresa.(p.45)

2.2 Bases teóricas de la investigación

a. Rentabilidad

La rentabilidad, es el resultado de un proceso de productivo, cuando este resultado es positivo, se obtiene utilidades, si este resultado es negativo el proceso productivo esta obteniendo perdidas, mediante la rentabilidad nos permite establecer estrategias para incrementar las utilidades. (Jones & Dent 1994)

¿Factores que determinan en la rentabilidad de una empresa?

- Del adecuado calculo y de los capitales disponibles por la empresa, para su funcionamiento.
- El efecto de la gestión a corto plazo

Según (Balboa Pari, 2017), considera que los factores que influyen en la rentabilidad de una empresa son:

- **Intensidad de La Inversión:** cuando se invierte se da algo a alguien, para obtener algo mejor. Al invertir se pone el capital en una actividad comercial, con la condición de obtener más dinero a lo otorgado.

Indica la distribución del dinero de la empresa de las cuales obtendrá algún rendimiento a futuro.

- **Productividad:** todo negocio para que pueda crecer tiene que obtener rentabilidad y esto se produce aumentando la productividad.

Así, la productividad es la relación que existe con el número producido y el capital utilizado. Es un indicador del rendimiento de los recursos humanos y materiales de la empresa.

- **Participación de Mercado:** mediante este estudio se determina la participación de una compañía en el mercado o cuanto representa una marca en el mercado, se obtiene mediante estudios estadísticos que son medidos en volumen físico o cifras de negocios.

Este estudio permite, monitorear el crecimiento de la empresa, así como planificar el desarrollo de nuevos productos.

- **Calidad De Producto/Servicio:** está relacionado estrechamente a la satisfacción del cliente, que es el resultado del esfuerzo y trabajo de la empresa, con el fin de satisfacer al consumidor.

Se podrá decir si un producto es bueno o malo, cuando es aceptado a rechazado por los clientes.

- **Tasa De Crecimiento Del Mercado:** representa el

crecimiento y/o decrecimiento de un producto en su ciclo de vida (nacimiento, desarrollo, madurez y expiración), en el mercado y a un tiempo determinado.

- **Costos Operativos**, son los gastos adicionales que origina un nuevo sistema de producción durante el periodo de uso, es decir los costos adicionales que se generan para el normal funcionamiento del sistema de producción.

a.1. Medidas de la Rentabilidad

Existen diferentes métodos que permiten medir la rentabilidad los cuales se describen en el presente capítulo como se describe:

la medida de rentabilidad permite valorar la eficiencia con la que utiliza la empresa sus activos. (Dess & Lumpkin 2003), Se mide la rentabilidad a través de:

1. **Margen de Beneficio**, razón entre las ganancias obtenidas por cada unidad de ventas.
2. **Rentabilidad del Activo**, razón entre las ganancias con el activo.
3. **Rentabilidad de los Fondos Propios**, representa el rendimiento de las inversiones en el tiempo de un año

Guajardo (2002), establece las medidas de la rentabilidad en tres tipos:

1. **Margen de utilidad**: razón entre las ventas que alcanzan volverse en ganancia utilizable para los socios, se mide en porcentajes.

2. **Rendimiento sobre la inversión:** representa la eficacia de la dirección para lograr el máximo beneficio sobre la inversión, compuesta por los activos totales.
3. **Rendimiento sobre el capital contable:** representa el resultado de la inversión neta. Se afecta la utilidad neta que ha alcanzado una organización en un tiempo determinado y comparada con la inversión que pertenece a los asociados.

Nivel de análisis de la rentabilidad empresarial

Los estudios de la rentabilidad en las empresas se pueden categorizar en dos niveles, por las características del tipo de resultados, así como de la inversión relacionada considerando:

- Rentabilidad económica o del activo, se corresponden las definiciones de resultados conocidos o previstos, sin considerar los intereses, con la totalidad de las inversiones realizadas hasta lograr el producto y/o servicio, sin tener en cuenta el origen de estas, indicador del representa la utilidad de los capitales de la organización.
- Rentabilidad financiera, se relaciona las definiciones de resultado conocido o previsto, luego de haber estimado los intereses, representa el rendimiento que corresponde a los mismos.

Según Baena Toro, Diego (2010). La rentabilidad muestra al inversor la forma en que retornan los capitales de la organización, determinan la magnitud de la productividad de los fondos

invertidos en un negocio.

Estas relaciones determinan el rendimiento de la organización, relacionando sus ventas, activos o capital. Estas razones permiten establecer valores con el fin de establecer si la organización produce utilidades siendo estas necesarias para poder existir.

Proporcionan factores importantes para los dueños de las empresas al relacionarse directamente con la capacidad de generar rentabilidad de las operaciones comerciales que realizan a corto plazo.

Toda empresa, su objetivo es conseguir una mayor rentabilidad que las que ofrece el sistema bancario; la producción realizada, debe ser superior a la tasa pagada por el sistema bancario. Si los valores son negativos, estarán representando pérdidas de la empresa, la cual afectará directamente a toda la estructura al exigir mayores costos financieros, por lo que para mantener el negocio requerirá un mayor esfuerzo de los dueños.

Las razones permiten evaluar el beneficio de la organización en función de las ventas. Que a largo plazo permiten avalar la continuidad de las organizaciones dentro del mercado. Algunos indicadores de razones de rentabilidad son las siguientes:

- A. Margen de utilidad bruta:** razón entre las utilidades netas obtenidas, con las ventas netas, sin considerar gastos adicionales como gastos administrativos, y otros ingresos o egresos. Se relaciona como:

$$MARGEN DE UTILIDAD BRUTA = \frac{Utilidad Bruta}{Ventas Netas} \times 100$$

B. Margen de utilidad operacional. Índice que relaciona la utilidad operacional y las ventas netas, muestra la rentabilidad de la empresa con referencia a su objeto social; no considera los ingresos y egresos por actividades.

$$M. DE UTILIDAD OPERACIONAL = \frac{Utilidad Operacional}{Ventas Netas} \times 100$$

C. Margen de utilidad neta. Razón que calcula la rentabilidad de la organización considerando la utilidad con las ventas netas de todas las demás actividades de la empresa.

$$M. DE UTILIDAD NETA = \frac{Utilidad Neta}{Ventas Netas} \times 100$$

b. Gestión de Calidad

Definición de gestión

Según Balboa Pari, (2017) afirma que proviene del latín gestión, que hace referencia al proceso de administrar o gestionar algo, en ese sentido gestionar es el proceso mediante el cual se hace posible llevar a cabo la producción de un bien y/o servicio.

La gestión se extiende al conjunto de procesos que se lleva a cabo para solucionar un problema o desarrollar un proyecto, se considera también

la dirección o administración de una empresa es importante resaltar “que la gestión tiene como objetivo primordial el conseguir aumentar los resultados óptimos de una industria o compañía.” (Pola, 1994)

Definición de calidad

Son las propiedades o características que tiene un producto o servicio, que satisfacen las necesidades de los consumidores, según gustos y preferencias.

A través del tiempo se han dado muchas definiciones al concepto de calidad La definición de calidad (Ivancevich, Lorenzi, & Skinner, 1996), recopilo varias definiciones consideramos como “calidad significa lo mejor para ciertas condiciones del cliente” (Armand V. Feigenbaum).

Definición de gestión de la calidad

Viene a ser grado que pone una organización en la calidad de sus bienes y/o servicios, desde que inicia la producción hasta llegar al consumidor, comprende la planificación, la organización y el control con el fin de lograr la optimización de la producción, satisfaciendo la necesidad del cliente. (ISO, 2012)

(James 1997) lo define como “la estructura funcional de trabajo acordada en toda la compañía y en toda la planta, documentada con procedimientos integrados técnicos y administrativos efectivos, para guiar las acciones coordinadas de la fuerza laboral, las máquinas y la información de la compañía, buscando las mejores prácticas para asegurar la satisfacción del cliente con la calidad y costos económicos de calidad”. Se alcanza organizando

debidamente los trabajos en equipos a cargo de una dirección.

Se define la calidad, como toda característica que posee un bien o servicio, luego de culminada el proceso de producción, y que es valorada según la satisfacción de los usuarios.

El Modelo de Excelencia de la EFQM

Conocida como el Modelo Europeo de Excelencia Empresarial (EFQM), es un instrumento de fácil utilización que permite a las organizaciones realizar evaluación en el proceso de alcanzar la excelencia, permitiendo entender y proponer soluciones en el proceso hacia la excelencia.

La excelencia está alineada con la capacidad de una organización de alcanzar una calidad total, se utiliza como cimiento para alcanzar los objetivos a lograr, desde la planeación, evaluación y revisión del proyecto. El Modelo de Excelencia de la EFQM puede ser usado como:

- Herramienta de autoevaluación.
- Comparar excelentes habilidades entre organizaciones
- Determinar las áreas a mejorar
- Sirve de base de un vocablo y modo de pensamiento único,
- Organización de los sistemas de gestión

El Modelo de Excelencia de la EFQM se basa en nueve criterios de los cuales cinco son facilitadores o agentes, y cuatro son resultados. Los cinco agentes consideran lo que hace la organización, son las consecuencias que logra la organización, los cuales son mejoradas

mediante retroalimentación. esta guía reconoce que existen diferentes métodos para lograr la excelencia, se basa principalmente en que los resultados excelentes se consiguen en el proceso de alcanzar sus metas, satisfaciendo al cliente, al personal de la organización y sin dejar de lado a la sociedad civil, lográndose a través del liderazgo.

Características del Modelo EFQM

- Establece un marco de referencia, con el fin de establecer el procedimiento que debe realizar una organización para llegar a la excelencia.
- Permite tener una perspectiva objetiva del entorno en que se halla la organización, permitiendo definir los beneficios alcanzados y las áreas que necesitan fortalecimiento.
- Permite mejorar continuamente a las personas de la organización.

Los Criterios del Modelo EFQM

Consta de nueve criterios y conducen a la organización hacia la excelencia, divididas en dos grupos la primera compuesta por cinco facilitadores y la segunda compuesta por cuatro resultados.

Mediante los criterios de agentes, se pretende conseguir la organización considerando como principales el liderazgo, las políticas y estrategias, las personas, los colaboradores y recursos, así como los procesos:

- **Liderazgo**

Toda organización está a cargo de una dirección y los responsables de esta deberían tener una gran capacidad de liderazgo,

permitiéndoles desarrollar y facilitar los objetivos de la organización, haciendo realidad mediante sus acciones y comportamientos, dirige la organización a través de la misión, visión, valores y principios éticos. Actúa directamente con los usuarios y colaboradores reforzando el camino a la excelencia en los miembros de la organización a través de mejoras continuas.

- **Política y estrategia**

Las organizaciones se desarrollan en función a la visión y misión que adoptan, quienes desarrollan estrategias en grupos de interés definidos, a su vez desarrollan políticas, planes, objetivos y procesos con el fin de obtener resultados positivos en las estrategias de la organización.

A través de nuevas políticas y estrategias se determinan las necesidades presentes y futuras.

- **Personas:**

Las organizaciones permiten desarrollar todo el potencial de las personas quienes la integran, desarrollando y gestionando actividades enmarcadas a dichos objetivos. También fomenta la justicia e igualdad entre las personas.

- **Alianzas y recursos**

Las organizaciones desarrollan alianzas externas con los proveedores e internos apoyando políticas y estrategias con el fin de lograr el eficaz funcionamiento de sus procesos. Se equilibra las necesidades actuales con las necesidades futuras de la organización, sin dejar ajena a esta la comunidad y el medio ambiente.

- **Procesos**

Las organizaciones excelentes planifican la realización de sus procesos con el fin de satisfacer a sus clientes y grupos de interés, realizando mejoras continuas de sus procesos.

- **Resultados en los clientes**

Las organizaciones pesan los logros alcanzados por la organización en relación a sus clientes, estos resultados son evaluados de manera exhaustiva.

- **Resultados en el personal**

Las organizaciones desarrollan toda las habilidades y conocimientos de sus miembros individualmente y como parte de un sistema de producción dentro de la organización en general. Articulándolo a las políticas y estrategias de la organización, así como del mejor funcionamiento de sus sistemas de producción.

- **Resultados en la sociedad**

Permite identificar los objetivos alcanzados por la organización en la sociedad, enmarcados en un contexto global partiendo desde el contexto local y terminado en un contexto nacional.

- **Resultados clave de la organización**

Las organizaciones implantan dentro de sus políticas y estrategias los objetivos a obtener en un tiempo determinado, por lo que evalúan exhaustivamente los resultados alcanzados, esto permite establecer los logros alcanzados por la organización y compararlo con el rendimiento planificado.

Principios básicos de gestión de calidad

Para lidera y operar una organización debe contar con principios

de gestión de la calidad que viene a ser la regla fundamental de una organización. Se cuenta con ocho principios que permiten alcanzar la calidad total, se describen estos principios:

- **Enfoque al cliente:** las organizaciones dependen de los clientes, por lo que deben satisfacer las necesidades actuales y futuras de estos. El cliente no solo es el consumidor, si no es el sujeto a donde llega nuestro producto y/o servicio, por lo que las organizaciones deben asegurar la satisfacción del cliente.
- **Liderazgo:** Los administradores de una organización encaminan congruentemente a los objetivos y orientaciones establecidas. Este principio permite considerar a todos los participantes de una organización con el fin de tomar en cuenta sus necesidades al momento de definir la visión de una organización.
- **Enfoque basado en procesos:** las organizaciones evalúan los resultados esperados, por lo que se dirigen los trabajos y recursos como procesos con el fin de lograr mayor eficacia en la administración.

Las acciones prioritarias para obtener un resultado, se deben considerar como procesos con responsables.
- **Enfoque fundamentado en sistemas:** Se debe entender que los procesos se encuentran interrelacionado a un sistema que contribuye a lograr los objetivos de la organización.
- **Mejora continua:** las organizaciones deben tener como objetivos permanentes la mejor mejora continua de su organización. Controlando diferentes procesos y analizando su rendimiento con el fin de establecer mejoras, se realiza mediante la evaluación de

la dirección y auditorías internas y externas.

- **Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:** las decisiones se basan en hechos que brindan información y son corroboradas mediante la experiencia y la intuición, después de ocurrida un hecho es fácil tomar una decisión fundamentada con documentos disponibles. Permite que las personas involucradas entiendan el proceso de la toma de decisión.
- **Relación mutuamente beneficiosa con proveedores.** existe una relación de mutua de beneficio, entre una organización y sus proveedores, por lo que estas venen conciliar logros a corto y largo plazo. Se podrá lograr esto cuando la organización comprenda los intereses de sus socios y plasmándolo estas como obligaciones en un contrato.

Beneficios de un sistema de gestión de calidad

Los beneficios que obtiene una organización, se consiguen cuando se realizan con alta responsabilidad de los administradores de la organización, se describen algunos beneficios:

- **Aumentar la satisfacción de los clientes:** Un Sistema de Gestión de Calidad permite a la organización planificar sus actividades en base a la satisfacción del cliente y no solamente a las condiciones que establece la organización. La calidad de un producto y/o servicio se integra desde la planificación con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes.
- **Reducir variabilidad en los procesos:** Un Sistema de Gestión de Calidad se generaliza los métodos de una organización disminuyendo la variabilidad, permitiendo aumentar la capacidad

de producción.

- **Reducir costes y desperdicios:** Un Sistema de Gestión de Calidad permite crear una cultura de análisis de información, permitiendo de esta manera ahorrar recurso al detectar oportunidades de mejora y corregir problemas potenciales.
- **Mayor rentabilidad:** Al Sistema de Gestión de Calidad ayudar a la organización a incrementar rentabilidad a través de la satisfacción de los clientes, reduciendo los costes y desperdicios, se optimiza los recursos obteniendo mejores ingresos o mejores beneficios.

c. Micro y Pequeña Empresa (Mypes):

Según Cabanillas Condezo & Cieza Esteban, (2018) afirma:

Según Ley N° 28015 Art. N°2, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (Mypes) indica que “Entiéndase por pequeña empresa y microempresa, aquellas unidades económicas que operan como persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial y que desarrolla actividades de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.

Además, La pequeña y microempresa (Mypes) son unidades económicas que surgieron en las últimas décadas como un fenómeno socioeconómico de las personas que decidieron emprender y formar su propio negocio debido al acelerado proceso de migración, urbanización y la gran cantidad de desempleo que afectan a las diferentes ciudades de nuestro país.

Asimismo, según la LEY N.º 30056, “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, define las siguientes características para a micro y pequeña empresa:

- Microempresa: venta anual hasta por el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: venta anual superior a 150 UIT y hasta monto máximo de 170 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Sin embargo, estudios realizados en el Perú y otros países, señalan lo complejo que es definir el concepto de la Mypes, debido a los puntos de vista diferentes usados en cada país. En el caso peruano, dos marcos legales definen el concepto principalmente. Ley de la promoción y formalización de la pequeña y microempresa (Ley 28015) y ley general del sistema financiero del sistema de seguros orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS - Ley 26702). (p.21)

III. Hipótesis

Hipótesis general

La Rentabilidad influye positivamente en la Gestión de Calidad, en MYPES de la galería Super de Huánuco, 2019

Hipótesis específico

- Los Resultado de los procesos productivos influyen positivamente en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019.
- El Comportamiento humano en el contexto económico influye positivamente en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019.
- La Fiabilidad de productos y servicios económico influye positivamente en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019

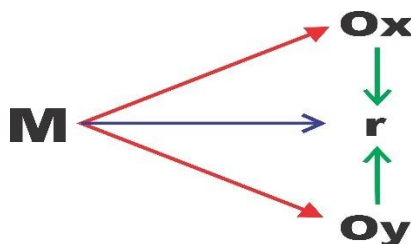
IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

El tipo de investigación es “No experimental”, porque “la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en la que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio, 2014, p.152). Por lo que se limitó a la observación de situaciones ya existentes sin poder influir sobre las variables y sus efectos.

El nivel de la investigación es Explicativo, porque se explica los factores que relacionan la rentabilidad con la gestión de calidad en MYPES de la Galería Super de Huánuco.

El diseño de la investigación es transeccionales correlacionales – causales porque “se describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado” (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio, 2014, p.157), en términos correlacionales o relación causa – efecto.



Donde:

M : Muestra

Ox : Rentabilidad

Oy : Gestión de Calidad

r : Relación

4.2 Población y muestra

Población

En la presente investigación el universo está constituida por todas los MYPES de la Galería Super, del distrito de Huánuco 2019. Con el fin de determinar el universo se procedió a realizar la visita correspondiente, donde se determinó que está compuesta por 60 Mypes, distribuidas en el primer nivel dos (02) Mypes, en el segundo nivel diecinueve (19) Mypes, en el tercer nivel veinte (20) Mypes y en el cuarto nivel diecinueve (19) Mypes.

Muestra

La determinación de la muestra es probabilística, “todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos para la muestra y se obtiene definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestro/análisis” (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio, 2014, p.175)

En la presente investigación se utiliza el programa STATS[®] para determinar la muestra probabilística (figura 1), ingresando la siguiente información:

- Universe size (Ταμάοιο του υνιυερσυ): 60.00 Μυυευ
- Maximun Acepptable Percentaje Points of Error (error máξιμο acceptable): 5%
- Estimated Percentage level (πορcentage estimado de la muestra): 50%
- Desired Confidence Level (nιυel deseado de confianza): 95 %

Γραφίχο 1. Μυεστρα προβαβιλίστιχα υσανδο ελ σοφτωαρε ΣΤΑΤΣ→

Decision Analyst STATS™ 2.0

Sample Size Determination
(Sample Size for Population Percentage Estimates)

Inputs

Universe Size
If universe is less than 99,999, replace 99,999 with the smaller number
60

Maximum Acceptable Percentage Points of Error
5%

Estimated Percentage Level
50%

Desired Confidence Level
95%

Results
The Sample Size Should Be...
52

Decision Analyst
The global leader in analytical research systems

Calculate Reset Exit

817 640-6166 | www.decisionanalyst.com

Fuente: Elaboración Propia

Mediante la determinación probabilística de la muestra, se obtiene 52.00 Μυυευ

4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

La Operacionalización de la variable independiente (rentabilidad) y la variable dependiente (gestión de calidad), conjuntamente con los indicadores se describen en la tabla 1.

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Variable Independiente Rentabilidad	Resultado de Procesos Productivos	Estado de resultados Margen neto de utilidades Margen de utilidad de operación	Porcentaje (%)
	Comportamiento humano en el contexto económico	Margen de utilidad Utilidad en Soles	Porcentaje (%)
	Fiabilidad de productos y servicios	Índice de fiabilidad	Porcentaje (%)
Variable Dependiente Gestión de Calidad	Habilidades para lograr objetivos y metas	Percepción Inteligencia emocional Creatividad	Porcentaje (%)
	Planificación e implementación de objetivos y metas	Valor económico agregado Crecimiento y diversificación de ingresos	Porcentaje (%)
	Satisfacción del cliente	Percepción de calidad investigación de mercado encuestas	Porcentaje (%)

Nota: Elaboración Propia

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

La técnica para recopilar información que se usan en la presente investigación son las encuestas, a las MYPES de la Galería Super, del distrito de Huánuco 2019

Instrumentos

Los instrumentos a utilizar serán encuestas por cuestionarios, que son herramienta que permite cuantificar y comparar la información. Esta información se recopila de una muestra representativa de la población objeto de evaluación. El cuestionario abarca preguntas sobre la Rentabilidad y

Gestión de Calidad y sus dimensiones con el objetivo de obtener la información correspondiente para obtener los resultados.

4.5 Plan de análisis

Se aplicará el plan de análisis y procedimiento establecido por (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio, 2014) como se describe:

- **Seleccionar el programa de análisis.** En esta etapa se selecciona el programa para el análisis de los datos, con el fin de establecer los parámetros y valores a utilizar así como la destreza y/o deficiencias de cada una de ellas.
- **Ejecutar el programa.** Proceso mediante el cual se ingresa la información al programa y se selecciona las opciones apropiadas para obtener los resultados.
- **Explorar los datos.** Se inicia el análisis, reflexionando paso a paso la fase analítica y sabiendo lo que deseamos hacer con claridad, como es el caso de la pregunta de investigación que deseamos contestar, el alcance de la investigación, la hipótesis planteada, definición de las variables, definición de los indicadores que miden las variables, y los datos recolectados.
- **Evaluar la confiabilidad o fiabilidad y validez lograda por el instrumento de medición.** En esta etapa se evalúa la confiabilidad para todo el instrumento de medición utilizado.
- **Analizar mediante pruebas estadísticas las hipótesis planteadas (análisis estadístico inferencial).** En esta etapa se analizan las hipótesis a la luz de la estadística, con el fin de determinar si la

hipótesis poblacional es congruente con los datos obtenidos en la muestra, utilizando el coeficiente de Pearson y la línea de regresión y correlación.

- **Evaluar la confiabilidad o fiabilidad y validez lograda por el instrumento de medición.** En esta etapa se calcula y evalúa la confiabilidad para todo el instrumento de medición utilizado.
- **Realización de análisis adicionales.** Etapa en la cual se decide si es necesario ejecutar otros análisis o pruebas extras para confirmar tendencias y evaluar los datos desde diferentes ángulos.
- **Preparar los resultados para presentarlos.** Con los resultados de los análisis estadísticos se procede a realizar las tablas, gráficos, cuadros etc. Se realiza la revisión de los resultado, organización de los resultados, cotejar diferentes resultados, priorizar información valiosa, dar formato de tablas y gráficos para un procesador de textos, comentar los gráficos y tablas, revisar los resultados nuevamente y culminar con la elaboración del informe final.

4.6 Matriz de consistencia

La matriz de consistencia nos permite evaluar el grado de coherencia y conexión lógica entre el título, los objetivos, las hipótesis, las variables. Esta se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
PG ¿De qué manera la rentabilidad influye en la gestión de calidad, en MYPES de la galería Super de Huánuco, 2019?	OG Determinar si la rentabilidad tiene influencia significativa en la gestión de calidad, en MYPES de la galería Super de Huánuco, 2019	HG La Rentabilidad influye positivamente en la Gestión de Calidad, en MYPES de la galería Super de Huánuco, 2019	VARIABLE INDEPENDIENTE	Resultado de Procesos Productivos	Estado de resultados Margen neto de utilidades Margen de utilidad de operación Margen bruto de utilidad
PE1. ¿Cómo los Resultado de los procesos productivos influyen en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019?	OE1. Determinar cómo los Resultado de los procesos productivos influyen en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019	IE1. Los Resultado de los procesos productivos influyen positivamente en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019	Rentabilidad	Comportamiento humano en el contexto económico	Margen de utilidad Utilidad en Soles
PE2. ¿De qué manera el Comportamiento humano en el contexto económico influye en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019?	OE2. Determinar de qué manera el Comportamiento humano en el contexto económico influye en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019	HE2. El Comportamiento humano en el contexto económico influye positivamente en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019	VARIABLE DEPENDIENTE	Fiabilidad de productos y servicios	Índice de fiabilidad
PE3. ¿Qué tanto la Fiabilidad de productos y servicios económico influye en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019?	OE3. Determinar qué tanto la Fiabilidad de productos y servicios económico influye en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019	HE3. La Fiabilidad de productos y servicios económico influye positivamente en la gestión de calidad, en MYPES de la galería SUPER de Huánuco, 2019	Gestión de Calidad	Habilidades para lograr objetivos y metas	Percepción Inteligencia emocional Creatividad
				Planificación e implementación de objetivos y metas	Valor económico agregado Crecimiento y diversificación de ingresos
				Satisfacción del cliente	Percepción de calidad investigación de mercado encuestas

Nota: Elaboración Propia

4.7 Principios éticos

Los principios éticos que rigen la presente investigación fueron aprobados por acuerdo del Consejo Universitario de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote mediante Resolución N° 0108-2016-CU-ULADECH católica, de fecha 25 de enero de 2016, como se describe:

Principios que rigen la actividad investigadora

- **Protección a las personas.** – En toda investigación, la protección a las personas es el fin primordial y no el medio, se determina en relación al peligro que incidan y la posibilidad de obtener un beneficio.

Este principio no solamente implica el respeto a la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la intimidad de las personas sujetas a investigación, también deben participar voluntariamente en la investigación.

- **Beneficencia y no maleficencia.** – El investigador debe enmarcarse en normas usuales de no producir perjuicio, minimizar las consecuencias negativas maximizar las consecuencias positivas. Asegurando el bienestar de las personas que participen en la investigación.
- **Justicia.** - El investigador debe tratar en las mismas condiciones a los que participen de la investigación, evitando las prácticas injustas a causa de sus limitaciones de capacidades y conocimientos, reconociendo la equidad y justicia.
- **Integridad científica.** – El investigador basa su proceso de

investigación, procesos de enseñanza y su ejercicio profesional a los principios de integridad o rectitud.

Cuando se presentan debilidades y fortalezas potenciales que afecten a los que participantes de la investigación, la honestidad del investigador resulta relevante en función a normas deontológica de su profesión.

- **Consentimiento informado y expreso.** – Toda participación de una investigación debe ser voluntaria, debe estar informada, libre, inequívoca y específica; consintiendo la utilización de los datos recolectados para fines de investigación.

Buenas prácticas de los investigadores

El investigador no se exime de ninguno de los principios éticos ni de sus responsabilidades, debe aplicar las siguientes buenas prácticas:

- El investigador tiene la responsabilidad científica y profesional de la investigación que realice ante la sociedad.
- El investigador no debe cometer faltas deontológicas al realizar las publicaciones científicas, como pueden ser:
 - a) Utilizar datos erróneos o fingir este total o parcialmente
 - b) Copiar lo realizado por otros escritores de modo general o parcial
 - c) Publicar repetidamente los mismos hallazgos y considerar autores que no han contribuido en el desarrollo del trabajo de investigación.
- Para las referencias bibliográficas consideradas se debe usar el

procedimiento establecido en las APA o VANCOUVER; considerando los derechos de otros autores.

- Cumplir lo establecido en el reglamento de Propiedad Intelectual Institucional y cualquier norma que haga referencia a los derechos de autor, cuando se publique la investigación.
- El investigador, si considera necesario, deberá establecer los peligros al realizar la investigación.
- No debe afectar o dañarse la naturaleza y la biodiversidad al realizar la investigación.
- La difusión y publicación de los resultados de una investigación, se debe desarrollar conservando la ética, informando los resultados a los participantes.
- El investigador debe garantizar el anonimato de las personas participantes en la investigación con la debida confidencialidad sobre los datos de los individuos involucradas.

V. Resultados

Los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos (cuestionarios), en la “Galería Súper”, ubicada en la intersección del Jr. Huánuco con el Jr. San Martín, son organizadas y tabuladas, con el fin de establecer la distribución de frecuencias, medidas de tendencia central y medidas de variabilidad.

5.1 Resultados

Los resultados obtenidos se presentan en cuatro categorías, que corresponde a información generales (Tabla. 3 y Tabla 4), información de rentabilidad (Tabla 5, Tabla 6, Tabla 7 y Tabla 8) e información de gestión de calidad (Tabla 9, Tabla 10, Tabla 7 y Tabla 8) y la prueba de hipótesis como se describe:

Tabla 3. Mypes de la Galería Súper, por años en la actividad económica

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Acumulada	Porcentaje Acumulado
Menor a 1 año	6	11.54	6	11.54
De 1 año hasta 5 años	5	9.62	11	21.15
De 5 años hasta 10 años	7	13.46	18	34.62
Mayor a 10 años	34	65.38	52	100

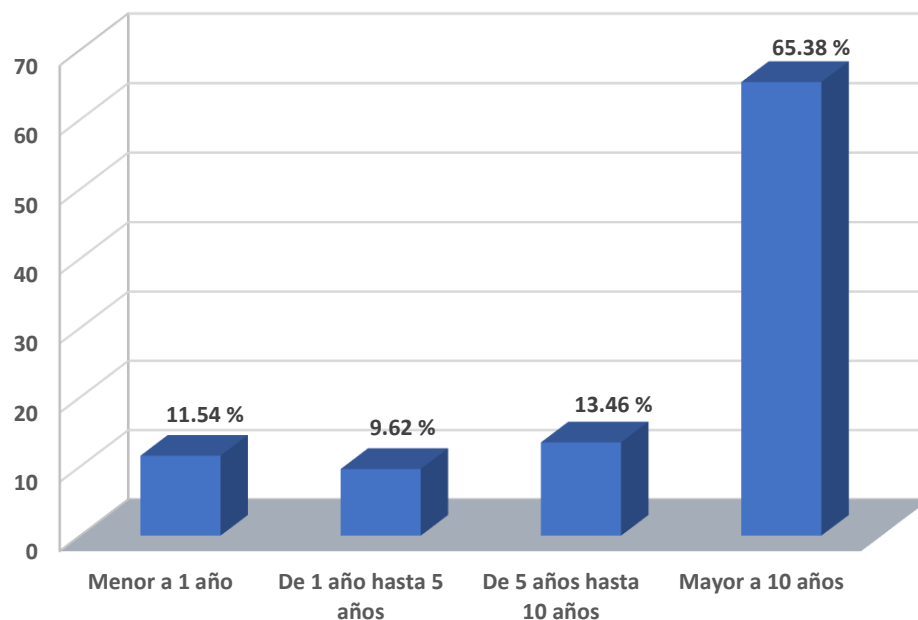
Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia.

Comentario.

De la Tabla 3 y mediante la estadística descriptiva, se determina que el 65.38 % de las Mypes de la Galería Súper, realizan sus actividades más de 10 años, 50 % de estas están por encima de 10 años a más y los otros 50 % se encuentran de 0 a 10 años; en promedio las Mypes tiene una experiencia de 5 a 10 años.

Grafico 2. Mypes de la Galería Super, por años en la actividad económica



Fuente: Tabla 3

Elaboración: Propia.

Comentario.

El Grafico 2. Muestra que el 65.38 % de las Mypes encuestadas laboran más de 10 años, el 13.46 % laboran de 5 año hasta 10 años, el 9.62 % laboran de 1 año a 5 años y 11.54 % laboran menos de 1 año.

Tabla 4. Mypes de la Galería Super, por ventas en internet

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Acumulada	Porcentaje Acumulado
Definitivamente no	2	3.85	2	3.85
No	33	63.46	35	67.31
Si	13	25	48	92.31
Definitivamente si	4	7.69	52	100

Fuente: Encuesta

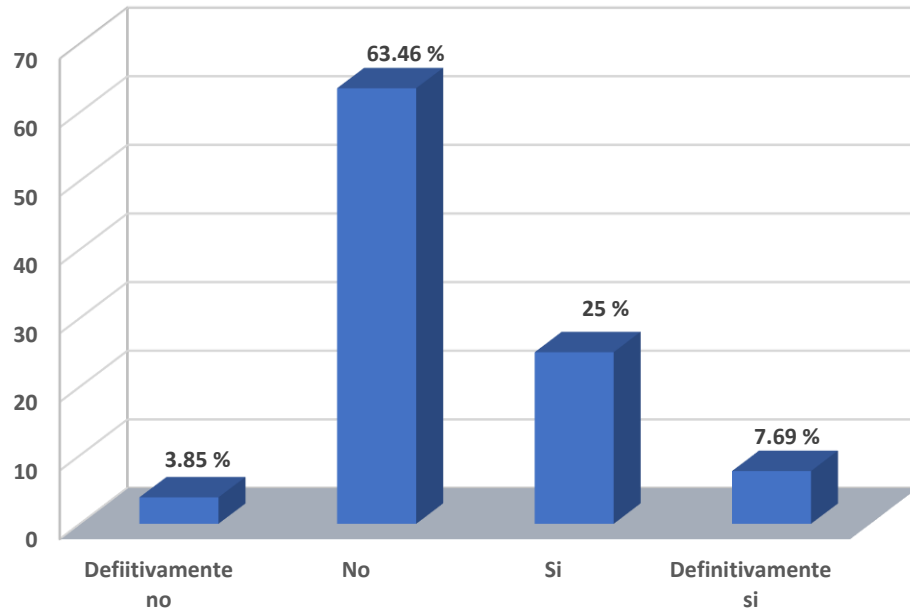
Elaboración: Propia.

Comentario.

De la Tabla 4 y mediante la estadística descriptiva, se determina que el 67.31 % de las Mypes de la Galería Super, realizan no realizan ventas

por internet, 50 % de estas están por encima de los que realizan ventas por internet y los otros 50 % se encuentran por los que si realizan ventas por internet; en promedio las Mypes si venden por internet.

Grafico 3. Mypes de la Galería Super, por ventas en internet



Fuente: Tabla 4
Elaboración: Propia.

Comentario.

El Grafico 3. Muestra que el 63.46 % de las Mypes encuestadas no venden por internet, el 25.00 % si venden por internet, el 3.85 % no venderían por internet y el 7.69 % definitivamente si venderían.

Tabla 5. Mypes de la Galería Super, por obtención de rentabilidad

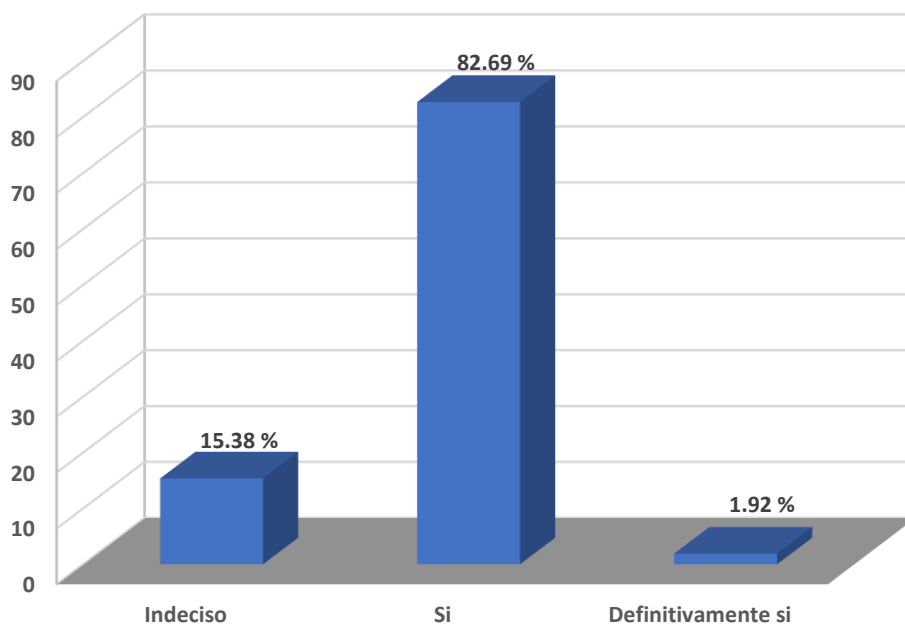
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Acumulada	Porcentaje Acumulado
Indeciso	8	15.38	8	15.38
Si	43	82.69	51	98.08
Definitivamente Si	1	1.92	52	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia.

Comentario.

De la Tabla 5 y mediante la estadística descriptiva, se determina que el 82.60 % de las Mypes de la Galería Super, obtiene rentabilidad, 50 % de estas están por encima de los indecisos y los otros 50 % se encuentran por los que si Obtiene rentabilidad; en promedio las Mypes si obtiene rentabilidad.

Grafico 4. Mypes de la Galería Super, por obtención de rentabilidad



Fuente: Tabla 5
Elaboración: Propia.

Comentario.

El Grafico 4. Muestra que el 82.69 % de las Mypes encuestadas obtiene rentabilidad, el 15.38 % se encuentra indeciso y el 1.92 % definitivamente si obtiene rentabilidad.

Tabla 6. Mypes de la Galería Super, por obtención de utilidades

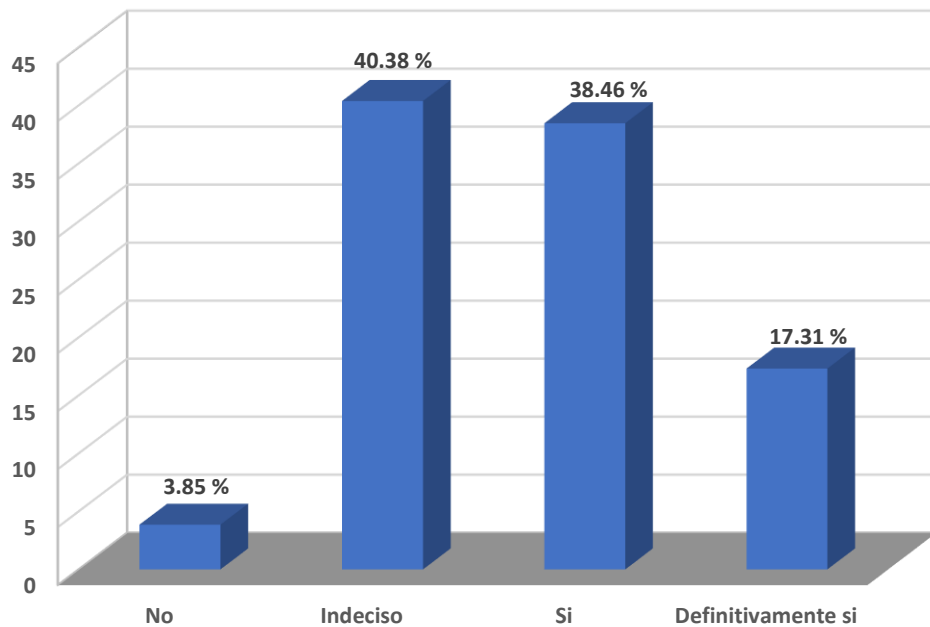
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Acumulada	Porcentaje Acumulado
No	2	3.85	2	3.85
Indeciso	21	40.38	23	44.23
Si	20	38.46	43	82.69
Definitivamente si	9	17.31	52	100

Fuente: Encuesta

Comentario.

De la Tabla 6 y mediante la estadística descriptiva, se determina que el 40.38 % de las Mypes de la Galería Super, obtiene utilidades, 50 % de estas están por encima de los indecisos y los otros 50 % se encuentran por los que si Obtiene rentabilidad; en promedio las Mypes si obtiene utilidades.

Grafico 5. Mypes de la Galería Super, por obtención de utilidades



Fuente: Tabla 6

Elaboración: Propia.

Comentario.

El Grafico 6. Muestra que el 40.30 % de las Mypes encuestadas se encuentra indeciso en sus utilidades, el 3.85 % no obtiene utilidades, el 38.46 % si obtiene utilidades y el 17.31 % definitivamente si obtiene utilidades.

Tabla 7. Mypes de la Galería Super, que obtiene mayor utilidad con nuevas políticas y estrategias de venta

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Acumulada	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	2	3.85	2	3.85
No	7	13.46	9	17.31
Indeciso	1	1.92	10	19.23
Si	19	36.54	29	55.77
Definitivamente si	23	44.23	52	100

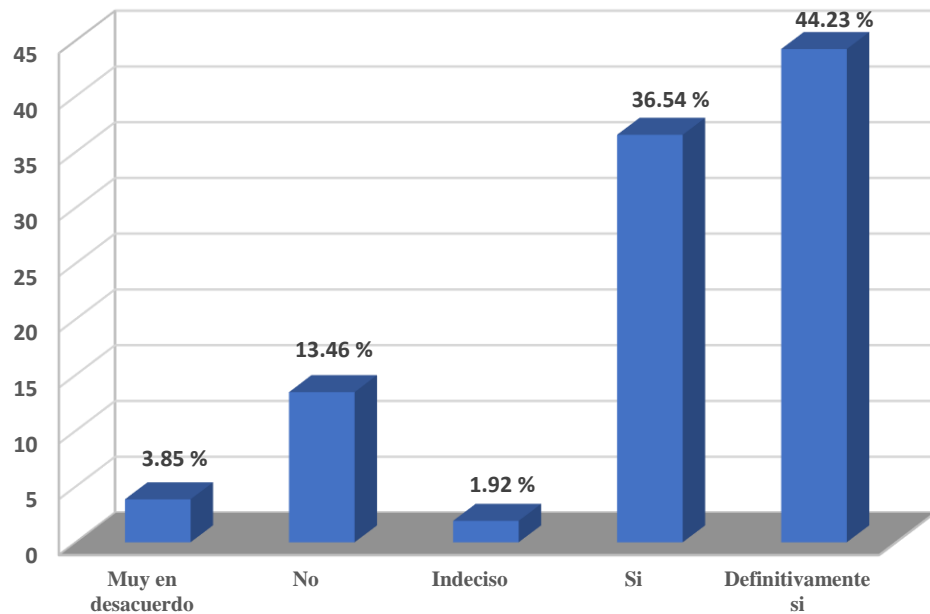
Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia.

Comentario.

De la Tabla 7 y mediante la estadística descriptiva, se determina que el 36.54 % de las Mypes de la Galería Super, considera que obtiene mayor utilidad con nuevas políticas y estrategias de ventas, 50 % de estas están por encima de los indecisos y los otros 50 % se encuentran debajo de estas; en promedio las Mypes si obtienen mayor utilidad con nuevas políticas y estrategias de ventas.

Gráfico 6. Mypes de la Galería Super, que obtiene mayor utilidad con nuevas políticas y estrategias de ventas



Fuente: Tabla 7

Elaboración: Propia.

Comentario.

El Gráfico 7. Muestra que el 44.23 % de las Mypes encuestadas definitivamente si obtienen mayor utilidad con nuevas políticas y estrategias de ventas, el 36.54 % si considera, el 1.92 % se encuentra indeciso, el 13.46 % no considera y el 3.85 % está en desacuerdo.

Tabla 8. Mypes de la Galería Super, que consideran que a mayor utilidad mejora la calidad de los productos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Acumulada	Porcentaje Acumulado
No	2	3.85	2	3.85
Indeciso	4	7.69	6	11.54
Si	33	63.46	39	75
Definitivamente si	13	25	52	100

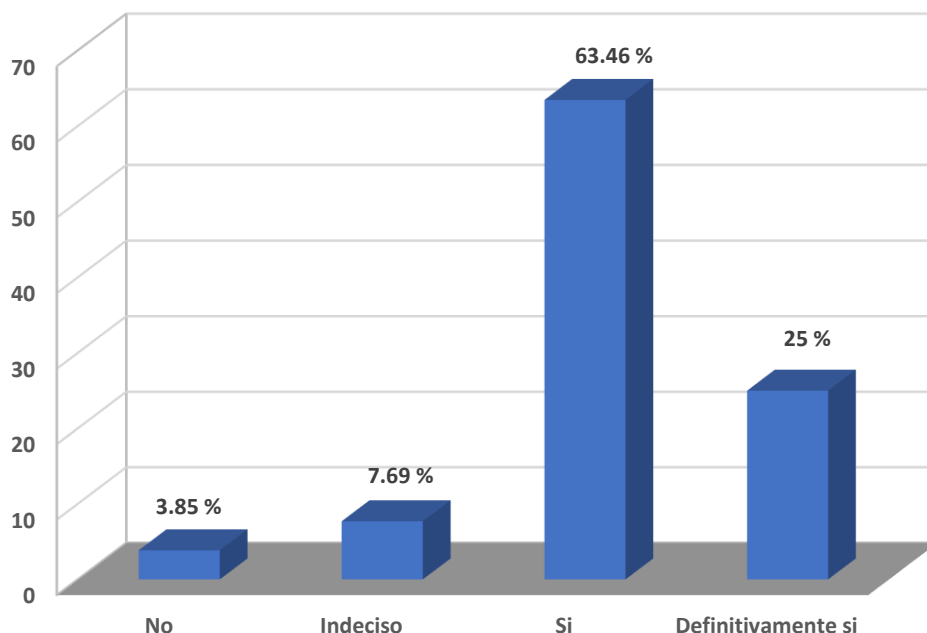
Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia.

Comentario.

De la Tabla 7 y mediante la estadística descriptiva, se determina que el 63.46 % de las Mypes de la Galería Super si considera que a mayor utilidad mejora la calidad de los productos, 50 % de estas están por encima de los que si consideran los otros 50 % se encuentran debajo de estas; en promedio las Mypes si consideran que a mayor utilidad mejora la calidad de los productos.

Gráfico 7. Mypes de la Galería Super, que consideran que a mayor utilidad mejora la calidad de los productos



Fuente: Tabla 8
Elaboración: Propia.

Comentario.

El Grafico 8. Muestra que el 64.46 % de las Mypes encuestadas si consideran que a mayor utilidad mejora la calidad de los productos, el 25.00 % considera definitivamente que sí, el 7.69 % se encuentra indeciso y el 3. 85 % no lo considera.

Tabla 9. Mypes de la Galería Super, que realizan mejoras en la calidad de sus productos

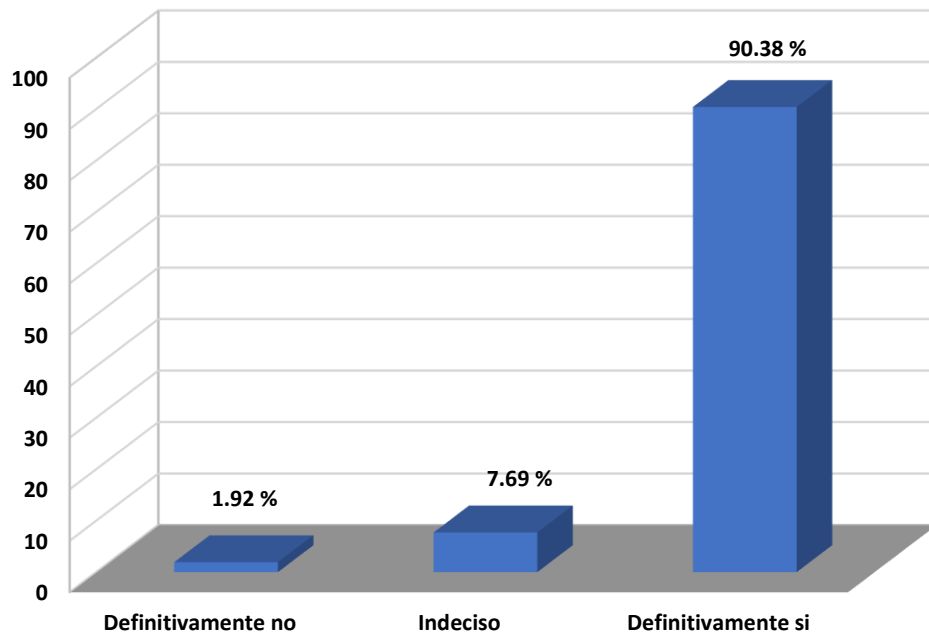
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Acumulada	Porcentaje Acumulado
Definitivamente no	1	1.92	1	1.92
Indeciso	4	7.69	5	9.62
Definitivamente si	47	90.38	52	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia.

Comentario.

De la Tabla 9 y mediante la estadística descriptiva, se determina que el 90.38 % de las Mypes de la Galería Super definitivamente si realizan mejoras en la calidad de sus productos 50 % de estas están por encima de estas, los otros 50 % se encuentran debajo; en promedio las Mypes si consideran que a mayor utilidad mejora la calidad de los productos.

Grafico 8. Mypes de la Galería Super, que realizan mejoras en la calidad de sus productos



Fuente: Tabla 9
Elaboración: Propia.

Comentario.

El Grafico 8. Muestra que el 90.38 % de las Mypes encuestadas definitivamente realizan mejoras en la calidad de sus productos, el 7.69 % se encuentra indeciso y el 1.92 % definitivamente no realiza mejoras en la calidad de sus productos.

Tabla 10. Mypes de la Galería Super, que se encuentran organizadas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Acumulada	Porcentaje Acumulado
Nada	3	5.77	3	5.77
Poco	7	13.46	10	19.23
Regular	3	5.77	13	25
Aceptablemente	36	69.23	49	94.23
Completamente	3	5.77	52	100

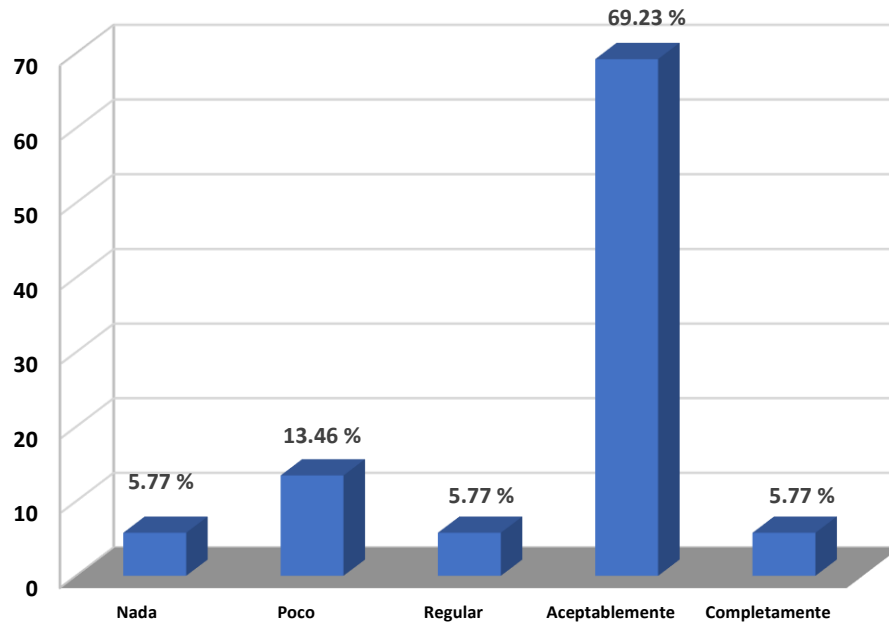
Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia.

Comentario.

De la Tabla 9 y mediante la estadística descriptiva, se determina que el 69.23 % de las Mypes de la Galería Super se encuentran aceptablemente organizadas, 50 % de estas están por encima de aceptablemente organizadas, los otros 50 % se encuentran debajo de esta; en promedio las Mypes se encuentran aceptablemente organizadas.

Grafico 9. Mypes de la Galería Super, que se encuentran organizadas



Fuente: Tabla 10

Elaboración: Propia.

Comentario.

El Grafico 10. Muestra que el 69.23 % de las Mypes encuestadas se encuentran aceptablemente organizadas, el 5.77 % se encuentra completamente organizada, el 5.77 % se encuentra regularmente organizada, el 13.46 % poco organizada y el 5.77 no se encuentra organizada.

Tabla 11. Mypes de la Galería Super, según desarrollo de políticas y estrategias de ventas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Acumulada	Porcentaje Acumulado
No	12	23.08	12	23.08
Indeciso	4	7.69	16	30.77
Si	18	34.62	34	65.38
Definitivamente si	18	34.62	52	100

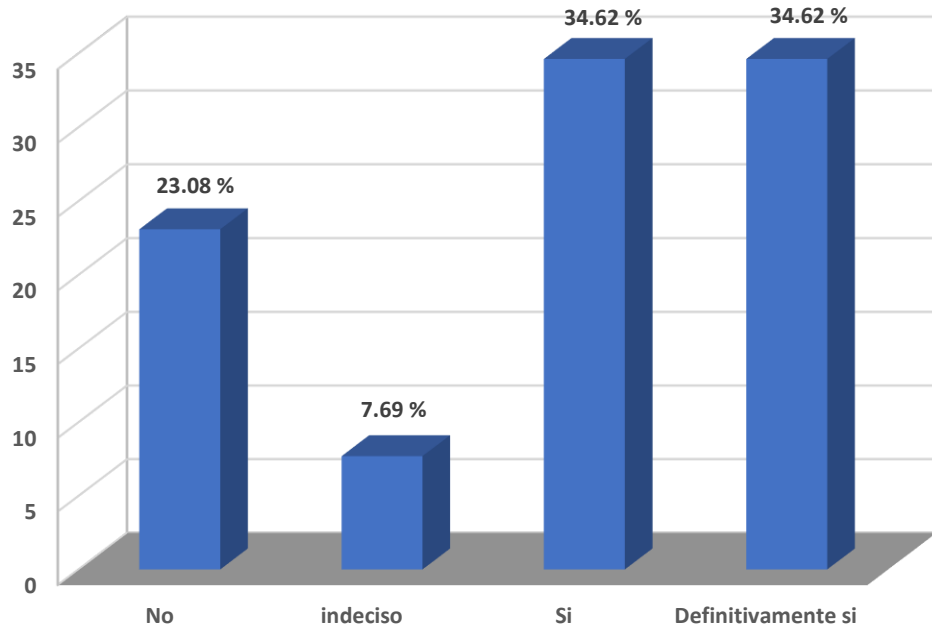
Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia.

Comentario.

De la Tabla 9 y mediante la estadística descriptiva, se determina que el 34,62 % de las Mypes de la Galería Super desarrollan políticas y estrategias de ventas que son iguales a los que definitivamente si realizan, 50 % de estas están por encima de los si realizan, los otros 50 % se encuentran debajo de esta; en promedio las Mypes si desarrollan políticas y estrategias de ventas.

Grafico 10. Mypes de la Galería Super, según desarrollo de políticas y estrategias de ventas



Fuente: Tabla 11
Elaboración: Propia.

Comentario.

El Grafico 10. Muestra que el 34.62 % de las Mypes encuestadas si desarrollan políticas y estrategias de ventas igual a los que definitivamente realizan, el 7.69 % se encuentra indecisa y el 23.08 % no realiza políticas y estrategias de ventas.

Tabla 12. Mypes de la Galería Super, que consideran a mayor calidad de los productos mayor rentabilidad

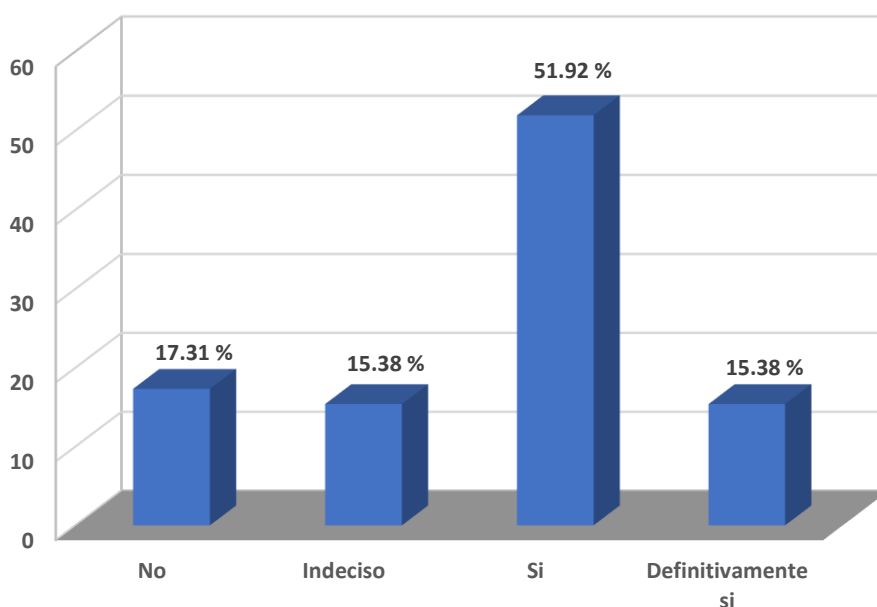
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Acumulada	Porcentaje Acumulado
No	9	17.31	9	17.31
Indeciso	8	15.38	17	32.69
Si	27	51.92	44	84.62
Definitivamente si	8	15.38	52	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia.

Comentario.

De la Tabla 12 y mediante la estadística descriptiva, se determina que el 51.92 % de las Mypes de la Galería Super consideran que a mayor calidad de los productos mayor rentabilidad, 50 % de estas están por encima del si consideran, los otros 50 % se encuentran debajo de esta; en promedio las Mypes si consideran que a mayor calidad de los productos mayor rentabilidad.

Grafico 11. Mypes de la Galería Super, que consideran a mayor calidad de los productos mayor rentabilidad



Fuente: Tabla 12
Elaboración: Propia.

Comentario.

El Grafico 10. Muestra que el 51.92 % de las Mypes encuestadas consideran que a mayor calidad de los productos mayor rentabilidad, el 15.38 % considera definitivamente que sí, el 15.38 % se encuentra indeciso y el 17.31 % no considera.

PRUEBA DE HIPOTESIS

Para realizar la prueba de hipótesis utilizamos el coeficiente de correlación de Pearson, principalmente por que no dependen de la escala de medida de las variables. Para nuestra investigación el coeficiente de correlación de Pearson tiene un valor de -0.097, indicando una correlación negativa muy débil.

Con el fin de verificar el valor del coeficiente de correlación de Pearson, intercambiamos las condiciones de variable independiente y dependiente como se muestra en el Cuadro 14.

Tabla 13. Correlación de Pearson según condición de la variable

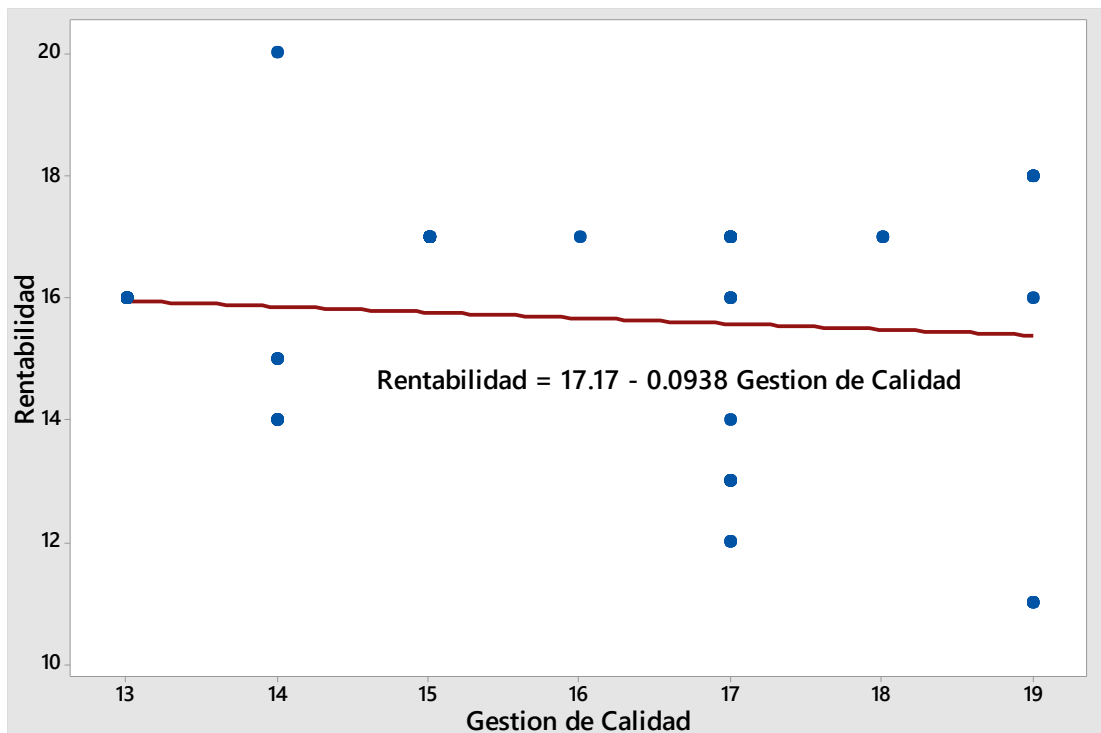
Descripción	Rentabilidad	Gestión de Calidad
Rentabilidad	1	-0.097
Gestión de Calidad	-0.097	1

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia.

Habiendo determinado el coeficiente de correlación de Pearson, procedemos a determinar la ecuación de regresión lineal entre la variable rentabilidad y Gestión de calidad con el fin de establecer una ecuación matemática que describa en comportamiento de estas dos variables como se muestra en el Grafico 13.

Grafico 12. Línea de regresión entre las variables de Rentabilidad y gestión de calidad



5.2 Análisis de resultados

Información general

El 65.38 % de las Mypes de la galería Super vienen realizando actividades económicas más de 10 años, el 34.62 % son Mypes con una antigüedad menor a 10 años, así mismo el 63.46 % de Mypes no realizan ventas por internet, esto indica que la mayoría de las Mypes de la Galería Super tienen experiencia en la actividad económica que realizan, pero no mejoran su rentabilidad utilizando las tecnologías de estos últimos años como son las ventas por internet y otros.

Rentabilidad

El 82.69 % de Mypes de la Galería Super obtienen rentabilidad, es decir obtiene resultados positivos de la actividad económica que realizan, siendo

esta validada con la respuesta que dieron las Mypes a la pregunta ¿si obtiene utilidades en la actividad económica que realizan?, de las cuales respondieron que se encuentran indeciso el 40.38 % y afirmativamente el 38.46 %, esta diferencia principalmente a la falta de conocimiento del concepto de rentabilidad y utilidad, al ser estas sinónimas y la diferencia es la forma de medirlas.

Así mismo, el 63.46 % de las Mypes de la Galería Super consideran que a mayor utilidad mejora la calidad de los productos, esto se debe principalmente que su actividad económica está enfocada a la satisfacción del cliente que se encuentra relacionada a la gestión de calidad.

De las Mypes de la Galería Super el 90.38 %, mejoraría la calidad de sus productos al obtener mayores utilidades, existe entonces una relación entre la calidad de los productos y las utilidades en forma ascendente, estableciéndose también que la actividad económica se encuentra enfocada a la satisfacción del cliente.

Gestión de calidad

De las Mypes de la galería Super el 90.38 % realizan mejoras en la calidad de sus productos, enfocados en la satisfacción del cliente, afirmándose esta al establecer que el 69.24 % desarrollan políticas y estrategias de ventas en diferentes proporciones y el 59.92 % considera que mayor calidad de los productos obtendrá mayor rentabilidad.

Prueba de Hipótesis

De la prueba de hipótesis se tiene un cociente de correlación de Pearson negativa de -0.097 , se considera como, correlación negativa muy débil

(Hernandez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014,p305).

Así mismo, de la línea de regresión entre las variables rentabilidad vs Gestión de calidad se obtiene la ecuación matemática:

$$\mathbf{Rentabilidad = 17.17 - 0.0938 (Gestion\ de\ Calidad)}$$

De la ecuación anterior se establece la relación entre la rentabilidad y la gestión de calidad, cuando la rentabilidad se incrementa la gestión de calidad disminuye y cuando la rentabilidad disminuye se incrementa la gestión de calidad, la razón que existe entre la rentabilidad y la gestión de calidad es de 9.38 %.

VI. Conclusiones

1. La rentabilidad influye en la gestión de calidad, en Mypes de la Galería Super, de la ciudad de Huánuco, a razón de negativa de 9.38 % por unidad, cuando la rentabilidad se incrementa la gestión de calidad disminuye y cuando la rentabilidad disminuye se incrementa la gestión de calidad. Podemos establecer esta relación como negativa muy débil.
2. Con respecto al resultado de procesos productivos de las MYPEs de la galería SUPER de Huánuco, el 82.69 % obtiene rentabilidad, siendo procedencias de estas que el 63.46 % de las MYPEs considera que obtiene mayores utilidades cuando mejora los productos, así como el 90.38 % mejoraría la calidad de sus productos al obtener mayores utilidades.
3. Con respecto al comportamiento humano en el contexto económico y su influencia en la Gestión de calidad de las MYPEs de la galería SUPER de Huánuco el 69.24 % desarrollan políticas y estrategias de ventas.
4. Con respecto a la fiabilidad de productos y servicios y su influencia en la Gestión de calidad de las MYPEs de la galería SUPER de Huánuco se valora por que el 90.38 % realizan mejoras en la calidad de sus productos, y el 59.92 % mejora la calidad sus productos para obtener mayor rentabilidad.

VII. Recomendaciones

1. Habiéndose obtenida que la relación entre la rentabilidad y la gestión de calidad, en MYPEs de la Galería SUPER, de la ciudad de Huánuco, como una negativa muy débil, lo que indica que no tiene mucha significancia motivo por el cual se recomienda realizar trabajos de capacitación en temas de mejora de calidad de productos, mediante el cual permitirá obtener resultados positivos de relación entre la rentabilidad y la gestión de calidad.
2. Para desarrollar mejor el proceso productivo, se recomienda especializarse o asesorarse de temas concernientes a la administración de operaciones.
3. Se recomienda la capacitación constante a nuestros colaboradores en técnicas o manejo de nuevas maquinarias que ayuden a la productividad de las organizaciones y por ende a su rentabilidad.
4. Se recomienda la transparencia con respecto a los insumos, fechas de entrega y calidad los productos para generar confianza en nuestros clientes.

Referencias Bibliográficas

- Acosta García, M. N. (2017). Gestion del Talento Humano y Calidad de Servicio en la Empresa Inversiones Hinostrza S.A.C, Distrito de Amarilis - Huánuco. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huánuco.
- Bacarres Jaimes, M. A. (2017). Caracterizacion de la Gestion de Calidad y la Formalizacion de las MYPES del Sector Servicio - Rubro Transporte Interprovincial en la Provincia de Leoncio Prado. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Tingo Maria.
- Balboa Pari, Y. M. (2017). Influencia de la gestión de Calidad en el nivel de la Rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivera de Sama. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada de Tacna.
- Berna Zipa, M. M. (2015). Gestión Por Procesos Y Mejora Continua, Puntos Clave Para La Satisfacción Del Cliente. (Diplomado en Sistema de Gestión de la Calidad). Universidad Militar Nueva Granada, Bogota.
- Cabanillas Condezo, M. R., & Cieza Esteban, A. A. (2018). Factores sociales y culturales que influyen en la contratación de seguros patrimoniales para la. (Tesis de Licenciatura). Iniversidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima.
- Dávila Dávila, M. (2017). Gestión de Calidad para Incrementar la Rentabilidad en la Empresa GM Fiori Industrial SRL. (Tesis de Licenciatura). Universidad Norbert Wiener.

- Forero, J. A., Bohórquez, L. E., & Lozano, A. (2008). Impacto de la calidad en la rentabilidad. *Sistema de Información Científica*, 13(1), 42-50. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=498850166007>.
- Garay Salazar, N. E. (2016). Caracterización de la Gestión de Calidad y Rentabilidad en las MYPES Sector Comercial Rubro Ferreterías de la Provicnia de Leoncio Prado. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Chimbote.
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigacion*. México: Interamericana Editores S.A. .
- James, P. (1997). *Gestión de la Calidad Total. Un Texto Introductorio*. España: Prentice Hall.
- Rincon Rodriguez, F. Y. (2016). *La Gestión de Calidad y la Rentabilidad en las Empresas del Sector Textil en el Distrito de la Victoria*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de San Martin de Porres, Lima.
- Sanchez Acosta, T. P. (2018). *Costo/Beneficio en la Implementacion un Sistema de Gestion de Calidad en las Pymes*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Militar Nueva Granada.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta aplicada a las Mypes de la Galería Súper de la ciudad de Huánuco



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

ENCUESTA

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información, para el desarrollo del trabajo de investigación denominado: "LA RENTABILIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE CALIDAD, EN MYPES DE LA GALERÍA SUPER, DE HUÁNUCO, 2019".

La información que usted nos proporcionará será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información.

DATOS GENERALES

- 1.- ¿Cuántos años desarrolla esta actividad comercial?
1. Menor a 1 año
 2. De 1 año hasta 5 años
 3. De 5 años hasta 10 años
 4. Mayor a 10 años
- 2.- ¿Realiza Ventas por internet?
1. Definitivamente no
 2. No
 3. Si
 4. Definitivamente si

RENTABILIDAD

3. ¿Considera rentable la actividad comercial que realiza?
1. Definitivamente no
 2. No
 3. Indeciso
 4. Si
 5. Definitivamente si
4. ¿Obtiene utilidades en la actividad comercial que realiza?
1. Definitivamente no
 2. No
 3. Indeciso
 4. Si
 5. Definitivamente si
5. ¿Se obtiene mayor utilidad con nuevas políticas y estrategias de ventas?
1. Muy en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 4. De acuerdo
 5. Muy de acuerdo
6. ¿Considera que a mayor utilidad mejora la calidad de los productos?
1. Definitivamente no
 2. No
 3. Indeciso
 4. Si
 5. Definitivamente si

GESTIÓN DE CALIDAD

7. ¿Realiza mejoras en la calidad de los productos?
1. Definitivamente no
 2. No
 3. Indeciso
 4. Si
 5. Definitivamente si
8. ¿Se encuentra organizada su actividad comercial?
1. Nada
 2. Poco
 3. Regular
 4. Aceptablemente
 5. Completamente
9. ¿Desarrolla política y estrategias de ventas?
1. Definitivamente no
 2. No
 3. Indeciso
 4. Si
 5. Definitivamente si
10. ¿Considera que a mayor calidad de los productos, mayor rentabilidad?
1. Definitivamente no
 2. No
 3. Indeciso
 4. Si
 5. Definitivamente si

Anexo 2. Validación del instrumento de recolección de datos

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN
DE INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS**

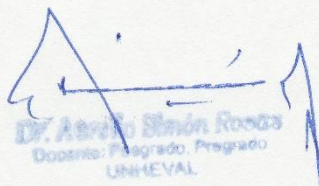
Quien suscribe, **AURELIO SIMON ROSAS**, con documento de identidad N° **22404209**, de profesión **Licenciado en Administración**, con grado de **Doctor en Administración**, ejerciendo actualmente como **Docente Principal**, en la **UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN DE HUÁNUCO**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos del presente proyecto, a los efectos de su aplicación para el desarrollo de la investigación **“LA RENTABILIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA GESTION DE CALIDAD, EN MYPES DE LA GALERÍA SUPER, DE HUÁNUCO, 2019”**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CATEGORÍA	NO CUMPLE	BAJO NIVEL	MODERADO NIVEL	ALTO NIVEL
RELEVANCIA			X	
COHERENCIA				X
SUFICIENCIA				X
CLARIDAD				X

Huánuco, 05 de diciembre, 2019



Dr. Aurelio Simón Rosas
Docente Principal, Pregrado
UNHEVAL

FIRMA
DNI N°22404209

Anexo 3. Descripción de las Mypes de la Galería Super de Huánuco.

Las Mypes de la Galería Super, se encuentra ubicadas en las intersecciones de Jr. Huánuco con el Jr. San Martín del departamento, provincia y distrito de Huánuco, Distribuidas en cuatro niveles, en el primer nivel el primer nivel se disponen (02) Mypes, en el segundo nivel diecinueve (19) Mypes, en el tercer nivel veinte (20) Mypes y en el cuarto nivel diecinueve (19) Mypes. Se dedican a la confección textil, especialmente de artículos deportivos.

Para el ingreso a la galería es por el Jr. San Martín a través de una puerta de acceso que da a una escalera permitiendo llegar a los tres niveles superiores; en el primer nivel las Mypes se encuentran ubicadas alrededor de un hall central, en el tercer y cuarto nivel se cuenta con un sistema de iluminación central con acceso a otro pasadizo que permite acceder a las Mypes.

Anexo 4. Consentimiento Informado



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



Estimado/a participante,

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación conducida por **Bach. Jorge Elias Verastegui Salcedo**, investigador de la escuela profesional de Administración de la Universidad Católica los Angeles de Chimbote, la investigación actual tiene por titulo **“LA RENTABILIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE CALIDAD, EN MYPES DE LA GALERÍA SUPER, DE HUÁNUCO, 2019”**

La siguiente información tiene por objeto ayudarle a decidir si aceptará participar en el presente estudio. Usted está en libertad de retirarse del estudio en cualquier momento. Para tal efecto se le pedirá que nos apoye en el llenado de las escalas, las cuales utilizamos para realizar nuestra investigación. Nos interesa estudiar la relación entre la Rentabilidad y la Gestión de Calidad en las Mypes de la galería Super de Huánuco . Nos gustaría que usted participara de esta investigación, pero tal participación es estrictamente voluntaria. Les aseguramos que su nombre no se mencionará en los hallazgos de la investigación. La información sólo se identificara mediante un código numérico. Si le gustaría tener información adicional acerca del estudio antes o después que finalice, puede ponerse en contacto con cualquiera de nosotros por teléfono o por correo. Agradecemos su atención y apreciamos su interés y cooperación

NOMBRE COMPLETO DEL PARTICIPANTE

_____/_____/_____
FECHA

D.N.I.

FIRMA

JORGE ELÍAS VERASTEGUI SALCEDO
NOMBRE COMPLETO DEL INVESTIGADOR

_____/_____/_____
FECHA

D.N.I.

FIRMA

**Anexo 5. Panel Fotográfico
Evidencia fotográfica.**

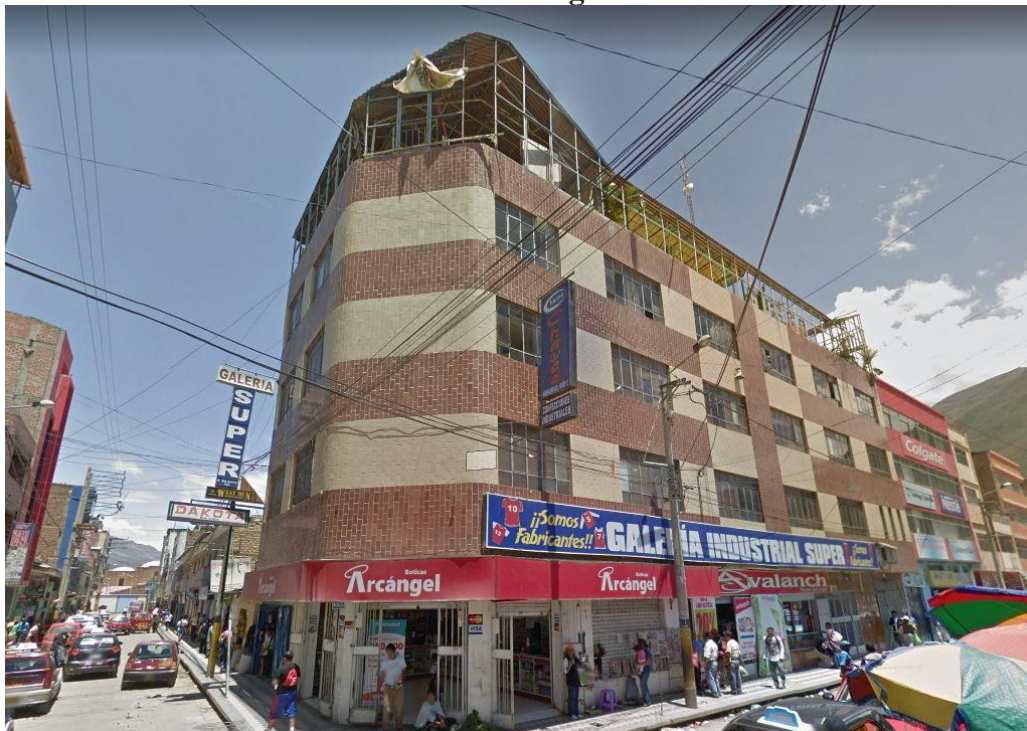


Foto 1. Se observa la elevación principal de la Galeria Super

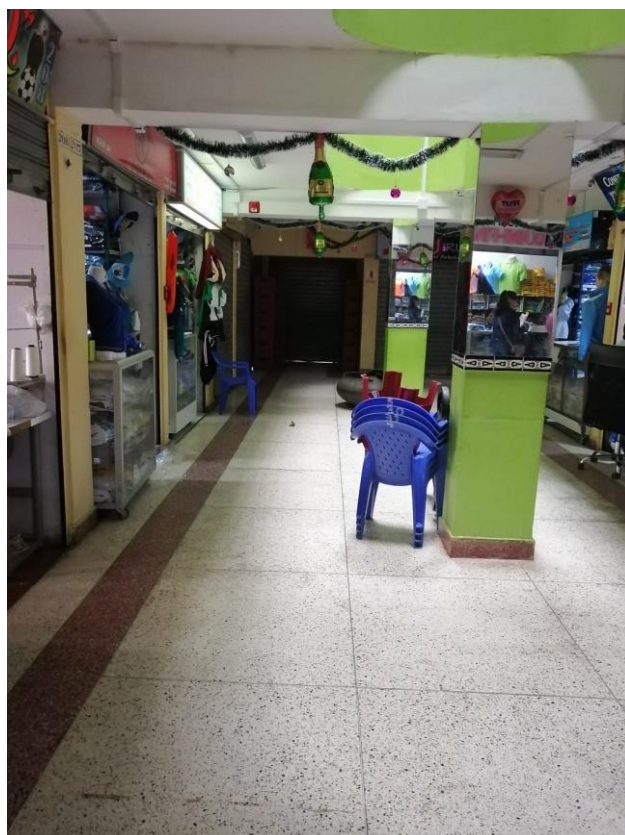


Foto 1. Se observa el interior de la Galeria Super



Foto 3. Se observa la elevacion frontal que da acceso al Jr San Martin

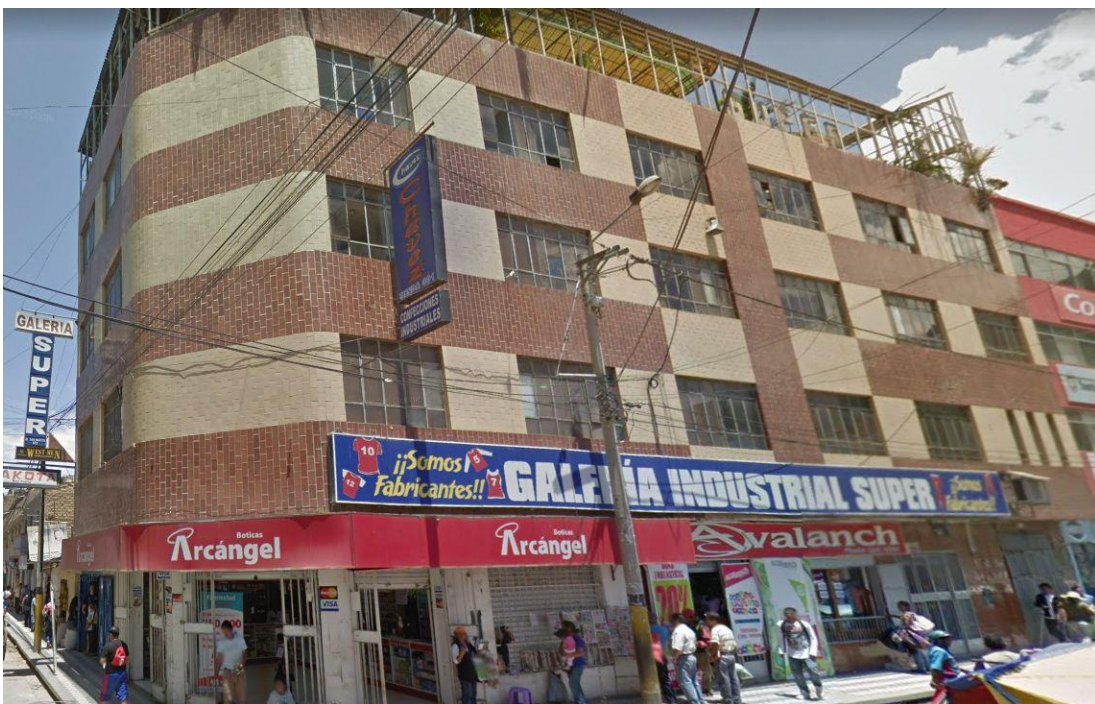


Foto 4. Se observa la elevacion frontal que da acceso al Jr Huanuco