



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO-RUBRO PELUQUERIAS
Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA, EN LA
URBANIZACIÓN SAN HILARIÓN, DISTRITO DE SAN JUAN
DE LURIGANCHO, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO
DE LIMA, AÑO 2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OPTAR EL GRADO
ACADEMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

**ROMANI CACERES, ANA DEYSI
ORCID: 0000-0002-9859-2547**

ASESOR

**Dra. ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA
ORCID: 0000-0001-6079-2319**

LIMA – PERÚ

2020

1.- Título de la Tesis

La Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en la Urbanización San Hilarion, Distrito san Juan de Lurigancho, Provincia de Lima, Departamento de Lima, Año 2018

2.- Equipo de Trabajo

AUTOR

Romaní Cáceres, Ana Deysi

ORCID: 0000-0002-9859-2547

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

ASESOR

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

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

JURADO

Meza De los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Espinosa Otoya, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

3.- Hoja de firma de jurado y asesor

Mgtr. Meza de los Santos, Juan Pablo

Presidente

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Miembro

Lic. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

Miembro

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa.

Asesor

4.- Dedicatoria

A mi niña CESIA por entender mi ausencia
En casa para poder cumplir con uno de mis
Objetivos añorados que es estudiar y terminar
La universidad.

5.- RESUMEN

A través de este estudio se planteó como único objetivo principal el de determinar la influencia para una adecuada Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en la urbanización san Hilarión, Distrito de San Juan de Lurigancho, Provincia de Lima, Departamento de Lima 2018, donde se dio un determinado resultado de esta investigación bajo la premisa de descriptiva - no experimental - cuantitativa, sobre una población de 10 Micro y pequeñas empresas, aplicándoles un cuestionario de 25 preguntas elaboradas de acuerdo al rubro elegido, en dicho resultado se obtuvo que: el 50% de los representantes de las MYPEs sus edades oscilan de 18 a 30 años, el 70% de encuestados son de género femenino, el 70% de los encuestados tienen estudios no universitarios es decir tienen una carrera técnica, el 60% de las MYPEs encuestadas tienen entre 4 a 6 años en tiempo de permanencia en el rubro, el 100% de las MYPEs encuestadas tienen entre 1 a 5 trabajadores, de acuerdo a la primera variable gestión de calidad el 50%, refiere que ha tenido claro los objetivos a trazar, el 60% indica que considera que la empresa debe realizar cambios de estrategias en forma periódica, 30% indica que muy pocas veces cree que organiza los recursos eficientemente, en la segunda variable atención al cliente se

determinó que el 80% de las MYPEs encuestadas indica que nunca realiza evaluación periódica a los clientes, 40% de las MYPEs encuestadas indica que algunas veces los colaboradores son eficientes en la entrega de productos, el 40% de los encuestados indica que nunca ha existido protocolos de seguridad y señalización para facilitar la asistencia a los clientes. concluyendo que los representantes tienen poca o escasa importancia en gestión de calidad y limitados conocimientos en atención al cliente.

PALABRAS CLAVE: Gestión de calidad, Atención al cliente, MYPEs

ABSTRACT

Through this study, the only main objective was to determine the influencer for an adequate quality management under the customer service approach in the micro and small companies of the service sector, hairdressing and other beauty treatments, in the urbanization San Hilarion, district of San Juan de Lurigancho, province of Lima 2018, where there was a certain result of this research under the premise of descriptive- not experimental- quantitative, on a population of 10 micro y small businesses, applying them a questionnaire of 25 questions prepared according to the chosen item, in this result it was obtained that; 50% of the representatives of the MYPEs their ages range from 18 to 30 years, 70% of respondents are female, 70% of the respondents have non university studies that is to say they have a technical career, 60% of the MYPEs surveyed are between 4 to 6 years of time in perma in the field, 100% of the MYPEs surveyed have between 1 and 5 workers, according to the first quality management variable 50%, it indicates that it has been clear about the objectives to be drawn, 60% indicate that it considers that the company must make changes of strategies on a regular basis, 30% indicate that very rarely do they think they organize resources efficiently, in the second variable, customer service determined that 80% of the MYPEs surveyed indicate that they never periodically evaluate customers 40% of the MYPEs surveyed indicate that sometimes

employees are efficient in delivering products 40% of respondents indicate that there have never been security and signaling protocols you facilitate customer assistance. Concluding that the representatives have little or little importance in quality management and limited knowledge in customer service.

KEY WORDS: Quality management, customer service, MYPEs.

1. CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	ii
2. Equipo de Trabajo	iii
3. Hoja de firma del Jurado y asesor.....	iv
4. Hoja de dedicatoria	v
5. Resumen y Abstract	vi
6. Contenido	x
7. Índice de Tablas y Figuras	xiv
I. INTRODUCCION	16
II. REVISION DE LITERATURA	21
III. HIPOTESIS	44
IV. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	44
4.1. Diseño de la investigacion	44
4.2. Poblacion y muestra	44
4.3. Definicion y Operacionalizacion de variables e indicadores	46
4.4. Tecnicas en instrumentos de recoleccion de datos	48
4.5. Plan de analisis	48
4.6. Matriz de consistencia	49
4.7. Principios eticos	52
V. RESULTADOS.....	54
5.1. Resultados.....	54
5.2. Analisis de Resultados.....	79
VI. CONCLUSIONES	86
VII. RECOMENDACIONES	89
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	90
ANEXOS	95

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribucion segun edad.....	54
Tabla 2. Distribucion segun genero.....	55
Tabla 3. Grado de instruccion.....	56
Tabla 4. Distribucion segun Tiempo de Permanencia.....	57
Tabla 5. Distribucion segun numero de Trabajadores.....	58
Tabla 6. La empresa tiene claro los objetivos a trazar	59
Tabla 7. Considera que la empresa debe realizar cambios de estrategias en forma periodica.....	60
Tabla 8. Los procesos de actividades en la peluqueria son claros y precisos bajo documentos normativos....	61
Tabla 9. Cree que organiza los recursos de una manera eficiente.....	62
Tabla 10. Realiza seguimiento constante a las estrategias aplicadas en la empresa.....	63
Tabla 11. Evalua los resultados periodicamente	64
Tabla 12. Analiza las estrategias aplicadas comparando con los resultados anteriores	65

Tabla 13. Vigila los procedimientos de gestion de calidad durante la ejecucion	66
Tabla 14. Esta conforme con la comunicacion que transmite los Colaboradores de la empresa	67
Tabla 15. Se realiza alguna evaluacion periodica a los clientes sobre la atencion que reciben	68
Tabla 16. Cree Ud. Que el trato que ofrece al cliente es el adecuado.....	69
Tabla 17. Los colaboradores son tolerantes al momento de escuchar la opinion del cliente.....	70
Tabla 18. Los colaboradores son eficientes en la entrega del producto.....	71
Tabla 19. Los colaboradores estan a disposicion permanente para el cliente.....	72
Tabla 20. Los productos estan en una ubicacion estrategica.....	73
Tabla 21. El local tiene iluminacion adecuada	74
Tabla 22. Los productos estan ordenados para facilitar la venta	75

Tabla 23. Los muebles y enseres estan en constant renovacion o mantenimiento	76
Tabla 24. Existen protocolos de seguridad y señalizacion para facilitar la asistencia a los clientes	77
Tabla 25. Las areas y exhibidores del local estan continuamente limpias	78

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de los representantes.....	54
Figura 2. Genero de los representantes	55
Figura 3. Grado de instruccion	56
Figura 4. Tiempo de permanencia	57
Figura 5. Numero de trabajadores.....	58
Figura 6. La empresa tiene claro los objetivos a trazar	59
Figura 7. Considera que la empresa de debe realizar cambios de estrategias en forma periodica.....	60
Figura 8. Los procesos de actividades en la peluqueria son claros y precisos bajo documentos normativos.....	61
Figura 9. Cree que organiza los recursos de una manera eficiente.....	62
Figura 10. Realiza seguimiento constante a las estrategias aplicadas en la empresa.....	63
Figura 11. Evalua los resultados periodicamente	64
Figura 12. Analiza las estrategias aplicadas comparando con los resultados anteriores	65

Figura 13. Vigila los procedimientos de gestion de calidad durante la ejecucion	66
Figura 14. Esta conforme con la comunicacion que transmite los Colaboradores de la empresa	67
Figura 15. Se realiza alguna evaluacion periodica a los clientes sobre la atencion que recibe.....	68
Figura 16. Cree Ud. Que el trato que ofrece al cliente es el adecuado.....	69
Figura 17. Los colaboradores son tolerantes al momento de escuchar la opinion del cliente	70
Figura 18. Los colaboradores son eficientes en el entrega de producto.....	71
Figura 19. Los colaboradores estan a disposicion permanente para el cliente.....	72
Figura 20. Los productos estan en una ubicacion estrategica.....	73
Figura 21. El local tiene iluminacion adecuada	74
Figura 22. Los productos estan ordenados para facilitar la venta.....	75

Figura 23. Los muebles y enseres estan en constante renovacion o mantenimiento	76
Figura 24. Existen protocolos de seguridad y señalizacion para facilitar la asistencia a los clientes.....	77
Figura 25: Las areas y exhibidores del local estan continuamente limpias.....	78

I. INTRODUCCIÓN

En tiempos del antiguo Egipto ya se practicaba la peluquería, donde los altos funcionarios eran los privilegiados y podían cambiarse el tono de color de cabello, posteriormente en Grecia hicieron lo mismo pero con peinados más elaborados, siendo en Francia donde tuvo mayor relevancia convirtiéndose en una moda extendiéndose por todo el mundo, es por ello que con el paso del tiempo se logró afianzar en una disciplina hasta el día de hoy.

Actualmente las peluquerías son parte de las micro y pequeñas empresas donde influyen y resaltan en la economía del país, desarrollándose en distintos sectores y/o actividad, siendo uno de los pilares del crecimiento económico formadas como persona natural o jurídica, así como también presentan un alto nivel de mortalidad ya que el 50% de las Mypes quiebran al año de su creación .

En el distrito de San Juan de Lurigancho, ha crecido de manera exorbitante la cantidad de negocios siendo el rubro peluquerías, el de mayor presencia, con precios accesibles y especialización en el servicio que ofrece, pero que no todos cumplen las expectativas de los clientes debido a la poca importancia que le dan a una gestión de calidad y adecuada atención al cliente.

La urbanización san Hilarión, no es ajena a la problemática que se describe en el párrafo anterior dado que se detecto y se analizo dicha investigación bajo consentimiento de los representantes para asi orientarlos a prevenir.

Problema de investigación:

¿Cuál es la influencia para una adecuada gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en la urbanización san Hilarión, Distrito de San Juan de Lurigancho, provincia de lima, Departamento de Lima, 2018?.

objetivo general:

1. Determinar la influencia para una adecuada Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en la urbanización san Hilarión, Distrito de San Juan de Lurigancho, Provincia de Lima, Departamento de Lima 2018.

objetivos específicos:

- a). Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en la urbanización San Hilarion, Distrito de San Juan de Lurigancho, Provincia de Lima, Departamento de Lima, 2018.

b). Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros productos de belleza, en la urbanización san Hilarión, Distrito de San Juan de Lurigancho, Provincia de Lima, Departamento de Lima, 2018

c). Describir las principales características para una adecuada Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en la urbanización san Hilarión, Distrito de San Juan de Lurigancho, Provincia de Lima, Departamento de Lima, 2018.

d). Describir las principales características para una adecuada atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en la urbanización san Hilarión, Distrito de San Juan de Lurigancho, Provincia de Lima, Departamento de lima, 2018.

Justificación de la investigación:

Se justifica porque podremos saber con certeza las características de la Gestión de la calidad y atención al cliente que aplica las peluquerías de la Urb. San Hilarion, donde les orientara a prevenir las deficiencias y/o errores que les puedan afectar. asi como también originar conciencia a los representantes teniendo en cuenta que como organizaciones deben cumplir estándares de calidad, con

una mejora continua ya que en estos tiempos los clientes son más exigentes y críticos. También se justifica en otros entornos como:

Teórica: Es el desarrollo mediante el análisis de otras investigaciones que tengan relación con las variables estudiadas en este proyecto.

Práctica: El resultado de esta investigación orientara a las Mypes a prevenir mediante una adecuada gestión de calidad y ayudara a futuros investigadores a emplear una mejora en sus análisis.

Metodológica: Para realizar esta investigación descriptiva, cuantitativa, no experimental- transversal, se buscara información en base a la técnica e instrumento de investigación (encuesta y cuestionario respectivamente) para adquirir datos reales donde nos permitirá saber la realidad de las Mypes de la Urb. San Hilarion.

Para este estudio se empleo la metodología cuantitativa-descriptivo-no experimental-transversal, proceso que se deriva de la realidad donde se describirá tal y como se observan los hechos en un tiempo delimitado, donde se recopiló datos con la técnica de la encuesta e instrumento del cuestionario compuesto por 25 preguntas a la población y muestra de 10 Peluquerías de las Micro y pequeñas empresas, obteniendo como resultado que el 50% de los representantes de las Mypes sus edades oscilan entre los 18 a 30 años, el 70% es de género femenino, el 70% tienen estudios no universitarios, el 60% de las Mypes tienen entre 4 a 6 años de vida

empresarial, el 100% de las Mypes tienen 1 a 5 trabajadores a su cargo, con respecto a la variables gestión de calidad el 50% indica que a tenido claro los objetivos a trazar, el 60% menciona que considera que la empresa debe realizar cambios de estrategias en forma periódica, el 30% menciona que muy pocas veces cree que organiza los recursos eficientemente, respecto a la segunda variable Atención al cliente se dedujo que el 80% de las Mypes menciona que nunca a realizado una evaluación a los clientes, el 40% de las Mypes indica que algunas veces los colaboradores son eficientes en entrega de productos, el 40% menciona que nunca a existido protocolos de seguridad y señalización. Concluyendo que los representantes de las Mypes no le dan la importancia suficiente a la gestión de calidad y presentan limitados conocimientos en el tema de una adecuada atención al cliente, pero que son conscientes de las deficiencias que muestran sus empresas. Se refleja también que existe una escasa comunicación entre empleadores y trabajadores.

II. REVISIÓN DE LITERATURA.

2.1. Antecedentes

Antecedentes Nacionales

(Luna, Porta, & Cerda, 2018) en su análisis titulado *“gestión de la calidad de servicio en el comercio tradicional .caso mercado el bosque, SJL”* tuvo como objeto general el ofrecer una estrategia de mejoría continua en gestión de calidad del servicio en el mercado de abasto El Bosque, esta investigación puso en marcha la metodología de tipo descriptivo , transversal y correlacional , de diseño enfoque mixto , con la técnica de la encuesta e instrumento el cuestionario aplicado a los compradores, negociantes y personal de la directiva , donde se dedujo que lo compradores relacionan "calidad" como un conjunto de procesos libre de desaciertos, mientras que por parte del personal de la directiva se evidencio la escasez sobre un plan relacionado a gestión de calidad, es así que se desconoce cuáles son inconformidades de los compradores, finalmente se determinó que un plan de mejoramiento continuo evitara sanciones drásticas así como la afluencia de compradores.

(Marchan, 2015) *“Gestión de calidad y merchandising en las MYPES rubro imprenta de talara, año 2015 ”* tuvo el objeto principal delimitar las características que presenta la Gestión de calidad y merchandising en las Mypes, con diseño de investigación

no experimental, tipo transversal y descriptivo con una población y muestra de 06 imprentas, con la técnica de la encuesta e instrumento del cuestionario finalmente se dedujo que estas Mypes presentan un nivel elevado de aceptación de los clientes por la rapidez de la prestación del servicio sin embargo se pudo constatar que no aplican métodos de acuerdo a la modernidad es por eso que solicitan apoyo de otras Mypes similares para cumplir con sus clientes, lo cual se sugirió a los empresarios a entrenar a su trabajadores sobre técnicas modernas del rubro imprenta y así cubrir con las expectativas de los clientes.

(Tuesta, 2017) en su investigación titulada ***“la mejora de atención al cliente en el banco de la nación - agencia Huamachuco, 2017”*** donde se tiene como objetivo de proponer un área de atención al usuario para disminuir inconvenientes en el momento de hacer las transacciones, la metodología de investigación fue se aplicó una encuesta de 325 usuarios, se concluyó que definitivamente si se implementa un área de atención al usuario esto reducirá el tiempo de permanencia de los mismos en dicha agencia. Finalmente se recomienda que el personal asignado tenga una formación adecuada para poder desenvolverse y cubrir las inquietudes de los usuarios evitando reclamos, quejas y una mayor permanencia en la agencia.

(Huaman, 2019) en su investigación “ *Gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las Mypes del sector servicio– rubro salón de belleza, urbanización santo domingo, distrito de carabaylo, lima 2018*” tuvo como finalidad de determinar la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las Mypes del sector servicio– rubro salón de belleza, urbanización santo domingo, distrito de carabaylo, lima 2018, la metodología de la investigación fue cuantitativa teniendo nivel descriptivo correlacional de diseño no experimental transversal con una muestra de 20 representantes de micro y pequeñas empresas, donde se empleó un cuestionario con la técnica de la encuesta teniendo como resultado que el 55% de encuestados oscilan entre 31 a 50 años de edad, el 85% son mujeres, el 60% tiene como instrucción estudios no universitarios, el 80% son propietarios de estas micro y pequeñas empresas, el 45% de encuestados tienen una permanencia de 0 a 3 años, el 95% tienen de 1 a 5 colaboradores, el 90% de los empleados no son sus familiares, el 95% de la población de encuestados solo piensa en tener rentabilidad y toda la población están inscritas como personas naturales.

En base a su variable gestión de calidad, el 37% casi siempre tiene planes de procesos, el 35% siempre aplica los procesos, el 28% de la población muy pocas veces les da seguimiento, el 36% algunas veces procede a tomar decisiones para una mejora continua.

se llegó a la conclusión que existe la falta de conocimientos en cuanto a los procesos administrativos por miedo a enfrentarse a la resultados negativos que puedan obtener, sin embargo eso no les resta que sean emprendedores y que arriesgan en sus inversiones, vemos que la mayoría están dirigidas por mujeres y eso positivo en cuanto al empoderamiento femenino en estos tiempos.

(Sanchez, 2018) plasmo como título su investigación en *“Gestión de calidad y rentabilidad en las Mypes del sector servicio-rubro peluquerías, del centro comercial El Virrey, distrito de Trujillo, La Libertad 2018”* donde busco cuales serían las características en cuanto a la gestión de calidad y rentabilidad que presentan, el análisis fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo y cuantitativo, se empleó la encuesta con 22 preguntas a una población de 16 peluquerías, teniendo como resultado que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen a partir de los 41 años de edad, el 56% son solteros, y más de la mitad (87%) son mujeres, tiene instrucción técnica y son propietarios de las empresas, en cuanto a las Mypes , la mitad (50%) tienen entre 1 a 3 años en el rubro, todos tienen entre 1 a 6 trabajadores, más de la mitad (56.25%) tienen trabajadores de género femenino y menos de la mitad (44%) tienen son de ambos géneros, sobre su variable gestión de calidad , más de la mitad (56%) siempre tiene definido en una mejora continua, más de la

mitad (56%) casi siempre verifica que se hayan cumplido las propuestas en cuestión de la calidad, el 62 % de los encuestados siempre corrobora el adecuado uso de los recursos de las Mypes, la mitad de los encuestados siempre examina los procesos de calidad, el 50% de encuestados siempre aplica estrategias para conservar la fidelización de los clientes, lo cual se llegó a la conclusión de que más de la mitad de los encuestados tienen conocimientos de los procesos administrativos, que están pendiente de los resultados sea cual fuera para así aplicar una mejora continua ya que para ellos son de mucha importancia mantener la fidelidad de los clientes.

Antecedentes internacionales

(Saker, Guerra, & Silvera, 2015) “*Calidad humana en el clima organizacional: influencia en la gestión de empresas responsables*” tiene como objeto precisar que una persona es parte fundamental de toda empresa que aspiran relacionarse con la responsabilidad a nivel social, la metodología de investigación es cualitativa, tipo descriptivo lo cual se implementó este análisis a 3 servidores públicos en Colombia, deduciendo que las organizaciones y el entorno social se verán perjudicadas por personas ineficientes, no comprometidas en sus labores y sin valores es por eso que se concluyó que las organizaciones tendrán buenos resultados laborales si es que sus empleados se comprometen a una buena gestión.

(Almaguer,2017) *“Plan de negocios para la creación de una cadena de peluquerías en Chile con enfoque en la estandarización del nivel y la calidad de servicio”*, ofrece implementar estrategias para que todas las sucursales laboren mediante una sola gestión, teniendo la certeza que en Chile se tiene buenos resultados a pesar de tener algunas dificultades económicas, lo que se buscara en este trabajo de investigación es que no se dé un servicio típico es decir a la masificación sino un servicio personalizado lo que llevara a un costo elevado pero que sin duda los clientes estarán dispuestos a pagar por una mejor calidad y atención.

Teniendo como objetivos, el dar una adecuada servicio al resto de filiales teniendo como premisa el seguimiento constante y minucioso en cuanto a satisfacción a todos los clientes, preparación a sus colaboradores en temas de liderazgo y tener una ordenada organización donde se pueda motivar el crecimiento profesional y del negocio.

Se procedió a la metodología de la encuesta con un total de 100 usuarios finales resultado por el método probabilístico. El resultado de la encuesta indica que más del 50% son mujeres que asisten a una peluquería, uno de los puntos más sobresalientes de esta encuesta es la calidad de servicio, ubicación de establecimiento y el valor se servicio, respectivamente.

(Estrada, 2015) *“Sistemas de gestión de calidad : una herramienta imprescindible en la auditoría financiera”* donde tiene como objetivo proponer un sistema de calidad adecuado para las auditorías financieras bajo los factores de la rectitud, honestidad, duda y seguridad , utilizando la metodología cualitativa mediante el punto de vista hermenéutico, el resultado del análisis e investigación determino que para obtener un buen sistema de gestión de calidad hay que tener un control constante para ver si se llegando al objetivo o sino tomar medidas de prevención a tiempo para cuando se presenten dificultades.

(Fernandez, 2015) *“Calidad de atención a usuarios de la administración pública-caso: obra social s.e.r.o.s. Chubut”* tuvo como objetivo de crea estrategias para mejora en la calidad de atención al usuario de la entidad pública, el tipo de investigación es descriptiva, explicativa donde se utilizó como base la encuesta para reunir datos, resultando que la amabilidad, empatía, comprensión, paciencia son aspectos que carecen en la entidad pública y hay que mejorarlos es por eso que se propuso

1. contratar personal seleccionado minuciosamente que tenga “don” de servicio, para que así puedan tener paciencia y den solución rápidamente.
2. Capacitación constante al personal de acuerdo a las normativas de la entidad.

(Ariza, Guapi, & Dominguez, 2019) Artículo titulado “*Aportes teóricos a la gestión de calidad, orientados al servicio al cliente de empresas de la construcción*” teniendo como objetivo de implementar un plan de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, este estudio se realizó para determinar si existían discrepancias con los clientes por el servicio ofrecido y descubrir cuáles son. Finalmente se llegó a la conclusión que la problemática entre constructoras y clientes son los trabajos tardíamente entregados, es por eso se debe incluir un adecuado sistema de gestión de calidad para bienestar de ambas partes.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Gestión

Rubio (2016), indica que “La gestión se apoya y funciona a través de las personas, por lo general en equipos de trabajo, para poder lograr resultados. Con frecuencia se promocionan en la empresa a trabajadores competentes para asumir cargos de responsabilidad, pero si no se les recicla, seguirán trabajando como siempre”. Especialmente en relación al entorno tecnológico donde hoy por hoy es muy cambiante y los trabajadores necesariamente tienen que estar a nivel para poder cumplir adecuadamente con sus funciones encomendadas.

(Huergo, 2004) define que “La gestión es la manera de llevar adelante la articulación entre las perspectivas, a través de los modos organizacionales que sirvan a la misma y que sean coherentes con los fines y objetivos de la institución”

Calidad

La calidad proviene desde la época de la antigua babilonia donde e inclusive se castigaban a las personas que no hicieran bien su trabajo, sin embargo los fenicios amputaban las manos a las a los habitantes ya eran sumamente minuciosos en este aspecto.

En la era industrial el tema de calidad fue abarcando poco a poco en la producción donde se tenía que inspeccionar detalladamente y seleccionar aquellos productos no aptos para la venta.

Al pasar el tiempo se han visto una variedad de personajes vinculados al tema calidad siendo estos los principales:

Walter A. Shewhart .- llamado como el padre del control estadístico de procesos por que fue la primera persona en investigar sobre la calidad y procesos estadísticos aplicándolo en 1924.

W. Edwards Deming.- este personaje nacido en EEUU fue pupilo de Walter A. Shewhart , muy estudioso sobre el tema de la

estadística donde expone sus ideas a los japoneses sobre planificar, organizar, ejecutar y controlar.

Joseph M. Juran.- Que nació en Rumania, también logro exponer sus ideas en Japón al igual que Deming, pero con “planificación, control y mejora” y que inclusive lo pone en práctica en la Wester E.

(Pacheco, 2017) “Calidad es como satisfacer, sin limitaciones todas las necesidades del cliente, para lograr este grado de satisfacción, es esencial que las empresas adopten modelos de gestión orientados a la mejora continua de sus procesos”

(Álvarez, 2006) conceptualiza que calidad es “el proceso de mejora continua, en todas las áreas de las empresas y busca satisfacer las necesidades de los clientes, participando activamente en el desarrollo de los productos o en la prestación de los servicios”.

La calidad se ejecutaba directo al producto es decir se desechaba a los que se presentaban con algunos defectos de producción pero a la vez se transformaba de un costo a un gasto con efecto de una sobrevaloración de los productos de calidad generando en si pérdidas económicas a la organización es por eso que se empezó a lleva a cabo procesos y control de calidad para así encontrar a tiempo defectos en los productos, posterior esto iba

a abarcando desde el área de administración, las exigencias de los clientes y de igual manera en la adquisición de materia primas. Si bien es cierto la calidad genera cambios a toda una organización en su aplicación de nuevas normas y/o procedimientos para así enfrentarse a un mundo globalizado y cambiante. **(Cortes, 2015)**

La calidad de un servicio o producto no es solamente es seguir produciendo sino tener una mejoría constante para satisfacer las exigencias de los clientes.

Conceptos básicos de la gestión de calidad

En la actualidad gestión de calidad está definido como un grupo determinado de procedimiento para llegar a la satisfacción continua del consumidor o usuario final, teniendo en cuenta que no se trata de un gasto sino una inversión para bien común en la organización.

(De Souza, 2017) determina que la gestión de calidad es “Un concepto claro de estas definiciones que están enmarcadas por conceptos como liderazgo, servicio de calidad, servicio de atención, marketing, que son diseños estratégicos para un mejor desenvolvimiento de las organizaciones en el mundo del mercado comercial.”

(Cuatrecasas & Gonzales, 2017) nos deduce que “es el conjunto de características que posee un producto o servicio, así como su

capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario” es por eso que todo producto o servicio deberá cumplir con ciertas funciones para cumplir con las exigencias de los clientes.

(Deming, 1989) puntualiza como "predecible grado de uniformidad, a bajo costo y útil para el mercado". Esto se debe a que como estadístico siempre tratara de explorar nuevos métodos para mejoría de los procesos.

Beneficios de la gestión de calidad

Cuando se aplica los procedimientos y/o normas para obtener un producto acorde a las exigencias, toda una organización se verá beneficiada de las cuales mencionare algunas:

- las organizaciones tendrán mayor eficacia maximizando un producto terminado.
- Motivar a los colaboradores con programas de capacitación así como establecer claramente sus funciones para una adecuada gestión.
- Ser reconocidos a nivel internacional ya que la norma ISO9001 te respalda como una organización confiable.
- Al ser aplicado una adecuada gestión de calidad se obtendrá una mejora continua disminuyendo riesgos.

- La mejora continua conducirá a una mayor satisfacción y aceptación de los clientes.

Principios de la gestión de calidad (PGC)

Gonzales (2015) nos menciona que los PGC en los que ampara la norma ISO 9001-2015 son:

- **Enfoque al cliente:** Siendo el originario de dicha norma donde es establecer procedimientos para complacer las exigencias del usuario o cliente.
- **Liderazgo:** motivar a los colaboradores a seguir los objetivos es decir en busca de la calidad de la organización
- **Compromiso de las personas:** tener colaboradores que sean conscientes y participes activos en la organización bajo la ética.
- **Enfoque de procesos:** mediante estos métodos se logran resultados positivos siendo esto fundamental para la organización.
- **Mejora:** día a día las organizaciones van aplicando la mejoría continua esto en base a estudios para minimizar o eliminar dificultades durante el proceso.
- **Gestión de las relaciones:** para seguir con un adecuado proceso también es inevitable el tener una comunicación activa con las personas que nos abastece materiales y el ámbito social contiguo.

Técnicas Avanzadas de Gestión de Calidad.

- **Benchmarking**

Robert C. Camp (S/F) “El benchmarking es la investigación de las mejores prácticas de la industria que conducen a una ejecución perfecta”, con esto nos da a entender que no solo se hace esta práctica una sola vez sino que es continuo para lograr buenos resultados.

(Manene, 2011) “Es una herramienta de análisis de los procedimientos, de las estadísticas, de los productos y de los servicios en un entorno conexo el de un competidor, un socio u otro departamento de la misma empresa” tiene como objetivo proveernos de alternativas para la mejora de la organización.

- **Reingeniería de Procesos**

Es una herramienta muy importante que nos permite hacer modificaciones en los procesos de la organización en forma global y trazar los cumplir los objetivos pactados.

(Steven, 1997) “Es una herramienta de gestión que permite a la empresa rehacer sus sistemas de información y organización de forma radical”, nos deduce que, no es ir probando si resulta o no, sino hacer cambios radicales con buenos resultados.

- **Balanced Scorecard**

(Sierralta, 1997) “Medir el desempeño de una empresa se requiera de herramientas para que las mediciones sean cada vez más exactas y a partir de estos indicadores poder tomar decisiones para el funcionamiento efectivo de la organización”.

Ciclo Deming

Este ciclo creado por Williams E. Deming, siendo estos 4 procedimientos primordiales que se deben seguir en forma consecutiva para obtener una mejora progresiva es decir ir disminuyendo o eliminando errores o fallas durante el proceso, toda organización debe seguir cada procedimiento y volver a aplicarlo continuamente. Los 4 elementos a emplear son:

Planificar: detectar la problemática para así determinar los objetivos y métodos a seguir, **(Mendoza, 2017)** indica que “Buscar posibles mejoras se pueden realizar grupos de trabajo, escuchar las opiniones de los trabajadores, buscar nuevas tecnologías mejores a las que se están usando ahora”.

Hacer: en esta etapa se aplican los métodos como prueba para luego aplicarlo en todas áreas de la organización.

Verificar: ya implementada la propuesta de mejora se va a esperar un tiempo prudente para ver los resultados y así determinar si efectivamente han sido aplicados correctamente de lo contrario se harán ajustes de acuerdo a los objetivos.

Actuar: terminado esta etapa de prueba se debe analizar cada proceso aplicado e ir cotejando con resultados anteriores y si en el caso hubieran resultados no esperados se volvería a retomar la primera etapa de este ciclo.

Inicio de las Peluquerías y otros tratamientos de belleza

Sherrow (2006) indica lo siguiente: “El siglo XX evoluciona rápidamente y se da el nacimiento definitivo de la moda. Desde entonces cada década tendría su estilo propio, impulsado por el nacimiento de los medios de comunicación masiva”. En esta época comienza la expansión mundial del arte de la peluquería así como también la coloración del cabello.

Definición de peluquerías

Es un lugar público donde las personas asisten para adquirir el servicio de corte de cabellos, que adicionalmente da servicios de tinte de cabellos, depilación, manicure, pedicure y tratamientos de belleza.

Características de las peluquerías

Las principales características son: un establecimiento aseado, ordenado, adecuada iluminación, equipos de calidad, calidad en el servicio (personal capacitado, accesibilidad de horarios, adecuada atención al cliente, empatía), productos confiables y de calidad.

Importancia de las peluquerías y salones de belleza

En la actualidad las peluquerías resaltan en el sector servicios por la gran acogida tanto de mujeres como hombres por verse y sentirse bien, veamos algunas razones:

- **Por autoestima:** un personal calificado nos ayudara a tener una mejor imagen personal y por ende a sentirnos bien.
- **Por salud:** una persona estresada podrá liberarse de eso asistiendo a una o varias sesiones de masajes que brindan algunas peluquerías que extienden sus servicios.
- **Por profesionalidad:** el personal calificado opta por productos confiables y de calidad teniendo en cuenta en el cuidado de la piel de la clientela y a la vez influenciado por el precio.

Tipos de peluquerías y salones de belleza

(Revista La Voz, 2011) menciona los tipos de peluquerías:

- Peluquerías y salones de bellezas específicos: ofrecen 1 o 2 servicios como cortes y coloración, manicure, pedicure y estilismo, etc.

- Peluquerías y salones de bellezas múltiples: los que ofrecen una variedad de servicios como, masajes, corte, peinados, coloración, laceados, depilación, tratamientos faciales, etc.

Factores para obtener éxito de las peluquerías

(Revista La Voz, 2011) nos señala los principales factores:

- **Personal capacitado:** Capacitar al personal constantemente por estar en un rubro muy cambiante así como también personal con experiencia para que el establecimiento sobresalga en su rubro.
- **Ambiente agradable:** Mantener un establecimiento aseado, ordenado, cómodo, personalizar cada ambiente o zona, adecuada iluminación.
- **Servicios múltiples:** Un establecimiento atraerá y mantendrá a sus clientes cuando ofrecen una variedad de servicios sin necesidad de ir de un lugar a otro.
- **Identificación:** Saber diferenciarse de la competencia ofreciendo ofertas por días o fechas especiales para atraer clientes.

-

Atención

(Ruiz, 2017) “La atención es el modo de influir en las personas para lograr su satisfacción. Casi siempre se ofrece los productos mas no se atiende adecuadamente”, es por eso que es

necesario poder concentrarse, oír y conversarlo para obtener un buen resultado del servicio.

Cliente

El cliente es el motivo principal de toda empresa para estar en actividad, adquiriendo producto o servicio acorde a sus necesidades.

Tipos de clientes

Según (Carranza, 2018) indica que toda empresa tiene 2 tipos de clientes, el cliente actual y el cliente potencial.

a).- Cliente actual: son aquellas personas naturales o jurídicas que compran seguido y que adquirieron algún producto o servicio últimamente.

b).- Cliente Potencial: son personas naturales o jurídicas que no compran actualmente, pero que son considerados posibles compradores generándonos grandes ganancias.

Dimensiones de Atención al cliente

(Martínez, 2013) “La atención al cliente es uno de los elementos que mayor capacidad de diferenciación aporta al proceso de ventas”. Por eso con un adecuado trato al cliente se conseguirá su fidelización.

Amabilidad.- esto se da al momento que ingresa un cliente, recibirlo cordialmente y hacerle llegar que están para servirlo o ayudarlo.

Atención personalizada.- esto se realiza mediante una atención individualizada en todo el transcurso de la adquisición.

Rapidez en la atención.- tener celeridad abarca desde la toma de pedido, atención de sus consultas y despacho de los productos, esto se da cuando el personal está capacitado y sabe cuáles son sus funciones.

Ambiente agradable.- relacionado con el aprovechamiento de los espacios, comodidad, adecuada comunicación y una ligera música que transmita tranquilidad.

Comodidad.- sucede cuando se le brinda al cliente comodidad con un adecuado establecimiento donde se pueda expresar a su manera.

Seguridad.- definitivamente todo establecimiento debe contar con señalización en caso de emergencia, personal capacitado para enfrentarse al cualquier evento.

Higiene.- se caracteriza por mantener cada espacio o rincón del establecimiento sumamente limpio así como el personal cuidadoso en su apariencia.

Actualmente en toda empresa no solo es ofrecer un producto de calidad y a un precio accesible sino también la buena atención al cliente, que vale tener los 2 primeros factores cuando la atención es precaria, esto solo hará que se pierda fidelidad de los clientes y la fomentación de su mala experiencia, para evitar el personal tiene que estar preparado y motivado constantemente, no solo al colaborar sino a toda la organización.

Importancia de atención al cliente

(Campos, 2019) “Cada vez es más importante para las empresas que sus clientes tengan una buena experiencia para conseguir su fidelidad” es decir que la atención al cliente es la base primordial para el crecimiento de la organización.

Micro y pequeñas empresas (Mypes)

Con el pasar el tiempo estas organizaciones van tomando mayor importancia ya que generan empleos a pesar de las dificultades y limitaciones que tienen, sin embargo siguen aportando en el crecimiento de la economía de nuestro país, pero mas no en el desarrollo de ellas por la captación de mano de obra no calificada.

Según el Ministerio de Trabajo (MINTRA) “Las Mypes brindan empleo a más del 80% de la población económicamente activa

(PEA) y generan cerca del 45% del PBI; constituyen pues el principal motor del desarrollo del Perú”.

La nueva ley MYPE N° 30056 “Tienen como objetivo de creación generar rentabilidad, con el fin de continuar creciendo en el mercado y así lograr sus objetivos y metas trazados en el rubro en el cual fueron creadas, de esta manera se facilitan el acceso para obtener a créditos bancarios, y brindar oportunidades laborales a la población”. (Yzaguirre, 2019). Esta ley también nos especifica varios cambios entre ellas, el de ubicar a las organizaciones por categorías de acuerdo a sus ventas anuales.

- Micro empresa: hasta 150 unidades impositivas tributarias (UIT) como máximo al año.
- Pequeña empresa: desde 150 hasta 1700 unidades impositivas tributarias (UIT) al año.

Así como no teniendo límite de trabajadores pero si como mínimo un trabajador.

Existe también el registro de micro y pequeñas empresas (REMYPE) para obtener beneficios, de las cuales pueden inscribirse, según La plataforma digital única del estado peruano “Las micro y pequeñas empresas constituidas por personas naturales o jurídicas dedicadas a actividades como extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o

prestación de servicios. Asimismo, deben tener como mínimo un trabajador”.

MARCO CONCEPTUAL

Gestion de calidad

Riquelme (2017) define que “La gestión de la calidad son las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la Calidad”.

(Lopez, 2018) menciona que “Un sistema de gestión de calidad puede ser considerado como la manera o estrategia en que una organización desarrolla la gestión empresarial en todo lo relacionado con la calidad de sus productos (y servicios), y los procesos para producirlos”.

Atencion al cliente

Vaquero (2013) menciona que “La atención al cliente es uno de los rasgos fundamentales para el éxito de una empresa. La atención al cliente abarca desde la recepción hasta la marcha, no debiendo descuidarla en ningún momento”

Micro y pequeñas empresas (Mypes)

“Son unidades económicas que son operadas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de negocio o gestión empresarial, la que realiza actividades de extracción,

transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios” (**Decreto Leg. 1086**)

III.- HIPOTESIS

El presente estudio es de tipo descriptivo por lo tanto se reseña como suceden los hechos del área segmentada y no será necesario comprobar con estadísticas por lo mismo que es de diseño no experimental. Es decir que no se tiene hipótesis por sustentar.

IV.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

4.1. Diseño de la investigación.

Será de enfoque cuantitativo porque es un procedimiento metodológico que se construye mediante la realidad social, que se basara en la medición de las variables, tipo descriptivo Porque se describirá y explicara los hechos tal como son observados, de diseño, no experimental porque se va analizar de acuerdo a la realidad, sin hacer ninguna modificación y Transversal, porque se hará en un espacio de tiempo delimitado donde se tiene un comienzo y un final.

4.2 Población y muestra

Población:

La población de este estudio estuvo integrada por 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza de la urb. San Hilarión , provincia de Lima, Departamento de Lima. (Vara, 2010) indica que población es “el conjunto de sujetos o cosas que tiene una o más propiedades en común, se encuentra en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo”

Muestra:

La muestra se compuso por 10 micro y pequeñas empresas del rubro peluquerías que se encuentran en la urbanización san Hilarión, distrito de san Juan de Lurigancho, la información en detalle fue proporcionada por la municipalidad de san juan de Lurigancho. (Vara, 2010) concluye que la muestra es “El conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método racional”.

4.3. Definición y operacionalización de variable

VARIABLE		Definición operacional			Escala de medición
		DIMENSIÓN		INDICADOR	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de Calidad	"predecible grado de uniformidad, a bajo costo y útil para el mercado" (Deming, 1950)	Planificar	Detectar la problemática para así determinar los objetivos y métodos a seguir, (Mendoza, 2017) indica que "Buscar posibles mejoras se pueden realizar grupos de trabajo, escuchar las opiniones de los trabajadores, buscar nuevas tecnologías mejores a las que se están usando ahora".	Metas Políticas	Likert
		Hacer	En esta etapa se aplican los métodos como prueba para luego aplicarlo en todas aéreas de la organización.	Proceso Actividades	
				Organización	
		Verificar	ya implementada la propuesta de mejora se va a esperar un tiempo prudente para ver los resultados y así determinar si efectivamente han sido aplicados correctamente de lo contrario se harán ajustes de acuerdo a los objetivos.	Seguimiento	
				Evaluaciones	
Actuar	Esta etapa de prueba se debe analizar cada proceso aplicado e ir cotejando con resultados anteriores y si en el caso hubiera resultados no esperados se volvería a retomar la primera etapa de este ciclo.	Mejora continua Control de procedimientos			
Atención al cliente	"La atención al cliente es uno de los elementos que mayor capacidad de diferenciación aporta al proceso de ventas. Una buena atención al cliente es imprescindible para conseguir su fidelidad" Martínez (2013)	Amabilidad	Se da al momento que ingresa un cliente, recibirlo cordialmente y hacer le llegar que están para servirlo o ayudarlo.	Buena comunicación	Likert
				Empatía con el cliente	
		Atención personalizada	Se realiza mediante una atención individualizada en todo el transcurso de la adquisición.	Buen trato al cliente Capacidad de escucha	

		Rapidez en la atención	Tener celeridad abarca desde la toma de pedido, atención de sus consultas y despacho de los productos, esto se da cuando el personal está capacitado y sabe cuáles son sus funciones.	Puntualidad en las entregas	
				Disposición de ayuda	
		Ambiente agradable	Relacionado con el aprovechamiento de los espacios, comodidad, adecuada comunicación y una ligera música que transmita tranquilidad.	orden de los productos	
				Adecuada iluminación	
		Comodidad	Sucede cuando se le brinda al cliente comodidad con un adecuado establecimiento donde se pueda explayar a su manera.	Orden	
				Disponibilidad de productos	
		Seguridad	Definitivamente todo establecimiento debe contar señalización en caso de emergencia, personal capacitado para enfrentarse al cualquier evento.	Asistencia al cliente	
		higiene	Se caracteriza por mantener cada espacio o rincón del establecimiento sumamente limpio así como el personal cuidadoso en su apariencia.	Limpieza de exhibiciones y del establecimiento	

4.4. Técnica e instrumento de recolección de datos

Técnica

Es una variedad de herramientas con el fin de recopilar datos para luego ser analizadas, por lo tanto en este estudio se utilizo la técnica de la encuesta a las 10 Mypes de la Urbanización san Hilarion.

Instrumento

Es la recogida de datos mediante la cual se elabora de acuerdo al tipo o rubro de negocio u organización. En esta oportunidad la investigación se efectuo mediante un cuestionario de 25 preguntas para saber las principales características del problema.

4.5 Análisis de Datos

Se analizo la información recolectada realizada a los representantes de las Mypes del rubro peluquerías, posteriormente se tabulo y se efectuo la interpretación por cada pregunta del cuestionario.

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Técnica e instrumento
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la influencia para una adecuada gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en la urbanización san Hilarión, Distrito de San Juan de Lurigancho, provincia de lima, Departamento de Lima, 2018?</p>	<p>General: Determinar la influencia para una adecuada “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en la urbanización san Hilarión, Distrito de San Juan de Lurigancho, Provincia de Lima, Departamento de Lima, 2018”.</p> <p>ESPECIFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos, en la urbanización san Hilarión, Distrito de San Juan de Lurigancho. - Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros productos de belleza, en la urbanización san Hilarión, Distrito de San Juan de Lurigancho. - Describir las principales características para una adecuada “Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en la urbanización san Hilarión, Distrito de San Juan de Lurigancho. - Describir las principales características para una adecuada atención al cliente de las micro y pequeñas 	<p>Gestión de calidad</p>	<p>Población</p> <p>La población estará conformada por 10 peluquerías y otros tratamientos de belleza de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho.</p> <p>Muestra</p> <p>La muestra será de 10 peluquerías y otros tratamientos de belleza de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho.</p>	<p>a) Diseño</p> <p>La investigación será diseño, no experimental y transversal, No experimental, porque se va a analizar de acuerdo a la realidad, sin hacer ninguna modificación, Transversal, porque se hará en un espacio de tiempo delimitado donde se tiene un comienzo y un final.</p> <p>b) Nivel</p> <p>Esta investigación será descriptiva. Porque se describirá y explicara los hechos tal como son observados.</p> <p>c) Tipo</p> <p>El tipo de investigación será de enfoque cuantitativo.</p>	<p>Técnica:</p> <p>-encuesta: Es la recogida de datos mediante, en la cual se elabora des acuerdo a tipo o rubro de negocio u organización, en esta investigación se efectuara mediante el cuestionario para saber las principales características del problema.</p> <p>Instrumento:</p> <p>-cuestionario: Es un conjunto de preguntas que se elabora para obtener Información, datos para su tabulación y análisis en una investigación. Las preguntas pueden ser abiertas o cerradas.</p>
		<p>Atención al cliente</p>			

	<p>empresas del sector servicio-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en la urbanización san hiliarion, Distrito de san juan de Lurigancho, Provincia de Lima, Departamente de Lima, 2018.</p>				
--	---	--	--	--	--

3.7. Principios éticos

Mediante el comité de ética de universidad ULADECH se pondrá en práctica los principios éticos y morales para poder realizar una investigación responsable, donde se menciona lo siguiente:

a).- Protección a las personas: Existe la responsabilidad de proteger la identidad de las personas incluidas en la investigación, evitar que sean vulnerable literalmente que no se sientan discriminados o utilizados.

b).- Libre participación y derecho a estar informado: Las personas involucradas deben tener conocimiento de cómo se va a realizar la investigación y tomar una decisión voluntaria.

c).- Beneficencia no maleficencia: Como investigadores debemos de mantener la tranquilidad de las personas involucradas en la investigación, manteniendo ciertos parámetros que no lo puedan dañar.

d).- Justicia.- Como investigador se requiere ser justo y sin discriminaciones ante las limitaciones que podría presentarse por parte de las personas involucradas así como ser partícipes de los resultados obtenidos.

e).- **Integridad científica:** Se debe fortalecer la investigación mediante normas éticas y morales que no alteren el trabajo científico.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados de la encuesta.

Referentes a los representantes de las micro y pequeñas empresas

Tabla 1. *Distribución según edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.*

Datos generales	Numero de Mypes	Porcentaje
Edad		
18 – 30 años	5	50%
31 – 50 años	4	40%
51 a más años	1	10%
Total	10	100%

Fuente: cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ 18 – 30 años ■ 31 – 50 años ■ 51 a mas años

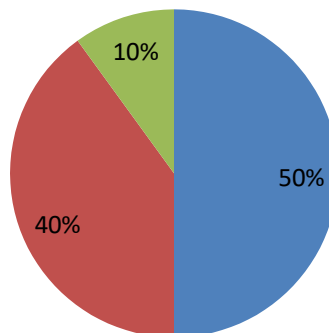


Figura 1. Edad de los representantes de las Micro y pequeñas Empresas.

Fuente: Tabla 1

Interpretación: Del total de encuestados se concluyó que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas sus edad oscilan entre 18 a 30 años.

Tabla 2. Distribución según género de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

Genero	Numero de Mypes	Porcentaje
Masculino	3	30%
femenino	7	70%
total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ Masculino ■ femenino

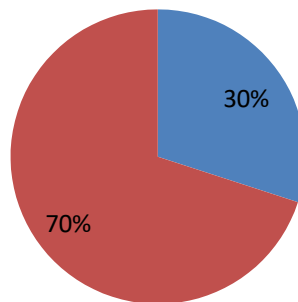


Figura 2. Genero de los representantes de las Micro y pequeñas empresas.

Fuente: Tabla 2

Interpretación: se concluyó que el 70% de encuestados son de género femenino.

Tabla 3. *Distribución según grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.*

Grado de instrucción	Numero de Mypes	Porcentaje
Sin instrucción	0	0
Primaria		
Secundaria	3	30%
Superior no universitaria	7	70%
Superior universitaria	0	0
Total	10	100%

Fuente: cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

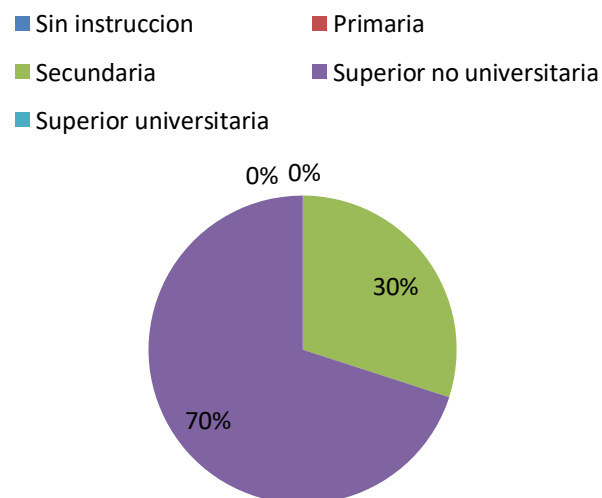


Figura 3. Grado de instrucción de los representantes de las Micro y pequeñas empresas

Fuente: Tabla 3

Interpretación: Se determinó que el 70% de los encuestados tienen estudios no universitarios es decir tienen una carrera técnica.

Resultados referente a las características de las micro y pequeñas empresas

Tabla 4. Distribución según tiempo de permanencia de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

	Numero de Mypes	Porcentaje
0 – 3 años	3	30%
4 – 6 años	6	60%
7 a más años	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ 0 – 3 años ■ 4 – 6 años ■ 7 a mas años

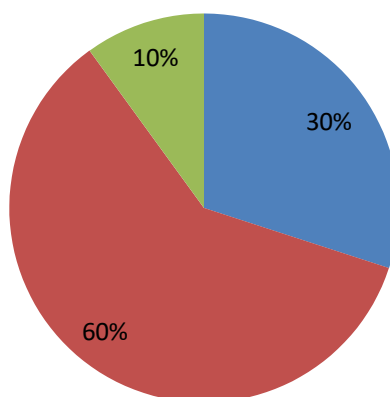


Figura 4. Tiempo de permanencia de las Micro y pequeñas empresas

Fuente: Tabla 4

Interpretación: Se delimito que el 60% de las Mypes encuestadas tienen entre 4 a 6 años en tiempo de permanencia en el rubro.

Tabla 5. Distribución según número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

Número de trabajadores	Numero de Mypes	Porcentaje
1 - 5	10	100%
6 - 10	0	0
11- a mas	0	0
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

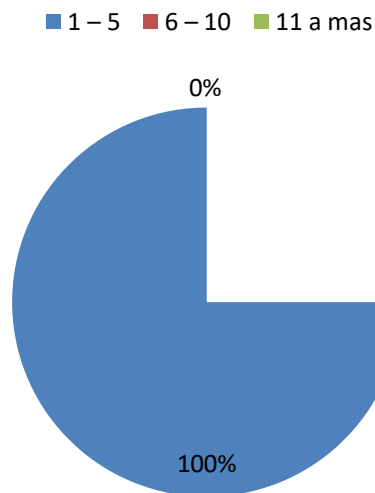


Figura 5. Número de trabajadores de las Micro y pequeñas empresas

Fuente: Tabla 5

Interpretación: Se determinó que el 100% de las Mypes encuestadas tienen entre 1 a 5 trabajadores.

Resultados referente a la variable Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas

Tabla 6. La empresa tiene claro los objetivos a trazar.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	3	30%
Algunas veces	5	50%
Casi siempre	2	20%
siempre	0	0
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

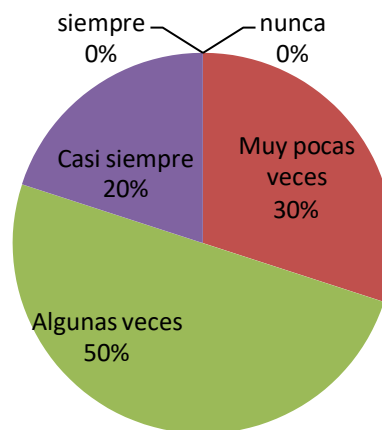


Figura 6. La empresa tiene claro los objetivos a trazar

Fuente: Tabla 6

Interpretación: del total de encuestados el 50% refiere que algunas veces ha tenido claro los objetivos a trazar.

Tabla 7. Considera que la empresa debe realizar cambios de estrategias en forma periódica.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas veces	6	60%
Casi siempre	2	20%
siempre	2	20%
Total	10	100%

Fuente: cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

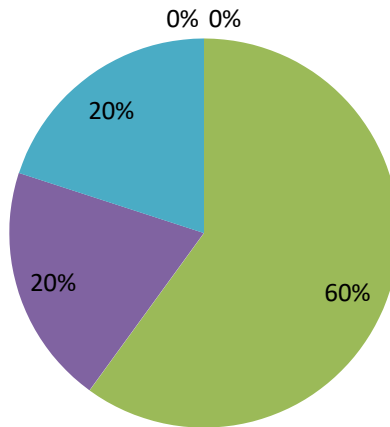


Figura 7. Considera que la empresa debe realizar cambios de estrategias en forma periódica

Fuente: Tabla 7

Interpretación: Del total de encuestados el 60% indica que en algunas veces considera que la empresa debe realizar cambios de estrategias en forma periódica.

Tabla 8. Los procesos de actividades en la peluquería son claros y precisos bajo documentos normativos.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	7	70
Algunas veces	2	20
Casi siempre	1	10
siempre	0	0
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

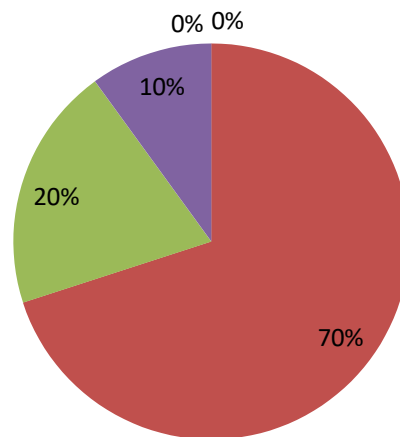


Figura 8. Los procesos de actividades en la peluquería son claros y precisos bajo documentos normativos

Fuente: Tabla 8

Interpretación: del total de encuestados el 70% indica que muy pocas veces tiene claro los procesos de actividades bajo documentos normativos.

Tabla 9. Cree que organiza los recursos de una manera eficiente.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	3	30%
Algunas veces	3	30%
Casi siempre	2	20%
siempre	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

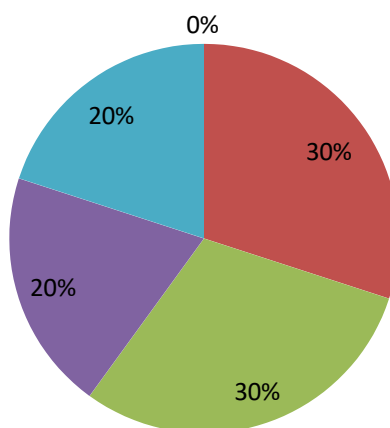


Figura 9. Cree que organiza los recursos de una manera eficiente

Fuente: Tabla 9

Interpretación: Del total de encuestados el 30% indica que muy pocas veces cree que organiza los recursos eficientemente y otros 30% de encuestados indica que algunas veces.

Tabla 10. Realiza seguimiento constante a las estrategias aplicadas en la empresa.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	3	30%
Algunas veces	4	40%
Casi siempre	2	20%
siempre	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

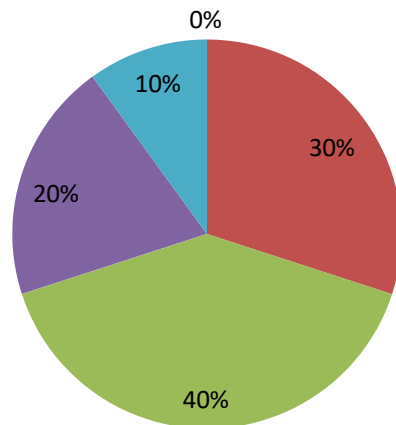


Figura 10. Realiza seguimiento constante a las estrategias aplicadas en la empresa

Fuente: Tabla 10

Interpretación: Del total de encuestados el 40% indico que algunas veces realiza seguimiento constante a las estrategias eso quiere decir que hace falta obtener conocimientos sobre los procesos administrativos.

Tabla 11. Evalúa los resultados periódicamente.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	4	40%
Algunas veces	2	20%
Casi siempre	2	20%
siempre	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

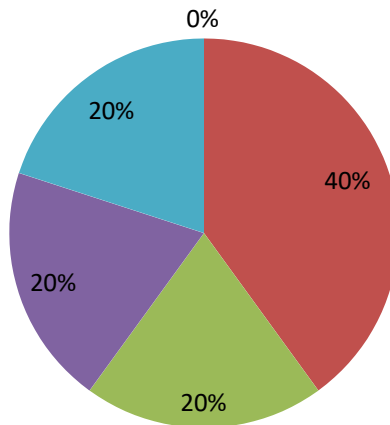


Figura 11. Evalúa los resultados periódicamente

Fuente: Tabla 11

Interpretación: Se determinó que el 40% de encuestados indica que muy pocas veces evalúa los resultados periódicamente.

Tabla 12. Analiza las estrategias aplicadas comparando con los resultados anteriores.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	3	30%
Algunas veces	4	40%
Casi siempre	2	20%
siempre	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

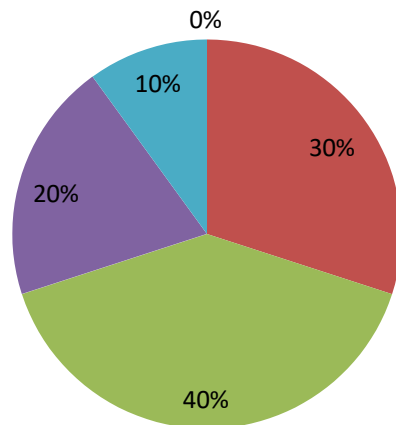


Figura 12. Analiza las estrategias aplicadas comparando con los resultados anteriores.

Fuente: Tabla 12

Interpretación: Se determinó que el 40% de las Mypes encuestadas indica algunas veces analiza las estrategias aplicadas comparando con los resultados anteriores.

Tabla 13. Vigila los procedimientos de gestión de calidad durante la ejecución.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	5	50%
Algunas veces	2	20%
Casi siempre	2	20%
siempre	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

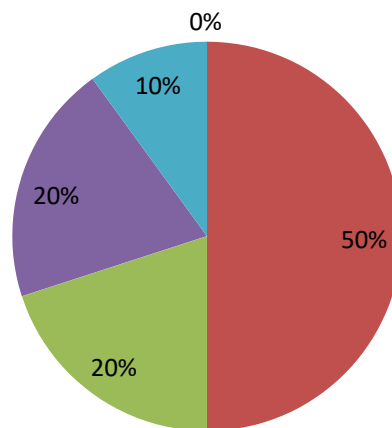


Figura 13. Vigila los procedimientos de gestión de calidad durante la ejecución.

Fuente: Tabla 13

Interpretación: del total de encuestados el 50% indica que vigila los procedimientos de gestión de calidad durante la ejecución.

**Resultados referente a la variable Atención al cliente de las
micro y pequeñas empresas**

Tabla 14. Está conforme con comunicación que transmite los colaboradores de la empresa.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas veces	4	40%
Casi siempre	4	40%
siempre	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

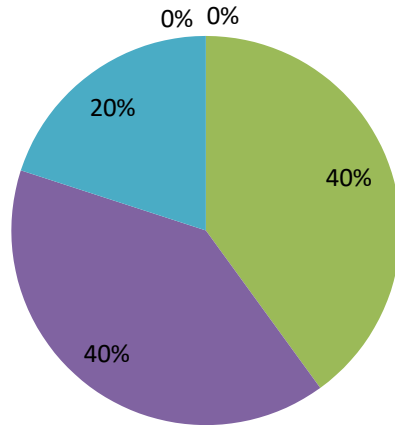


Figura 14. Está conforme con comunicación que transmite los colaboradores de la empresa.

Fuente: Tabla 14

Interpretación: Se determinó que el 40% de encuestados indica que en algunas veces está conforme con la comunicación que transmite los colaboradores de la empresa.

Tabla 15. Se realiza alguna evaluación periódica a los clientes sobre la atención que reciben.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	8	80%
Muy pocas veces	1	10%
Algunas veces	1	10%
Casi siempre	0	0
siempre	0	0
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

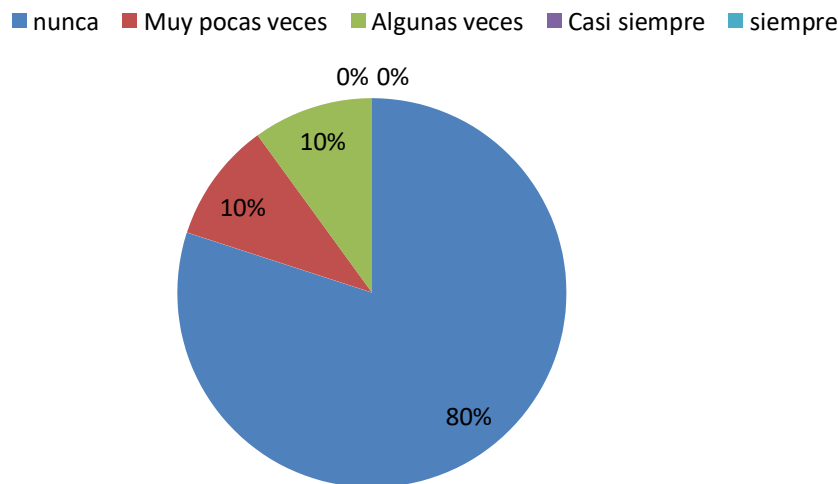


Figura 15. Se realiza alguna evaluación periódica a los clientes sobre la atención que reciben.

Fuente: Tabla 15

Interpretación: se determinó que el 80% de las Mypes encuestadas indica que nunca realiza evaluación periódica a los clientes.

Tabla 16. Cree Ud. Que el trato que ofrece al cliente es el adecuado.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas veces	1	10%
Casi siempre	6	60%
siempre	3	30%
Total	10	100%

Fuente: cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

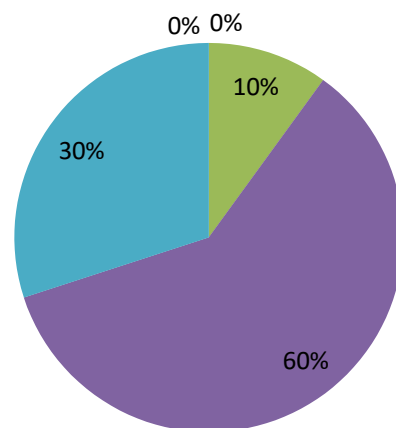


Figura 16. Cree Ud. Que el trato que ofrece al cliente es el adecuado.

Fuente: Tabla 16

Interpretación: el 60% de encuestados determina que casi siempre cree que el trato que ofrece al cliente es el adecuado.

Tabla 17. Los colaboradores son tolerantes al momento de escuchar la opinión del cliente.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas veces	4	40%
Casi siempre	4	40%
siempre	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

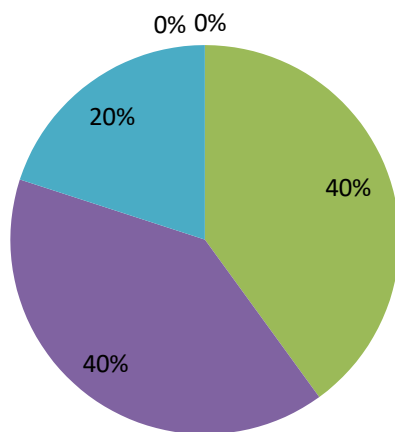


Figura 17. Los colaboradores son tolerantes al momento de escuchar la opinión del cliente.

Fuente: Tabla 17

Interpretación: Del total de Mypes encuestadas el 40% indica que algunas veces los colaboradores son tolerantes al momento de escuchar la opinión del cliente y otros 40% de Mypes encuestadas indica que casi siempre.

Tabla 18. Los colaboradores son eficientes en la entrega del producto.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas veces	4	40%
Casi siempre	3	30%
siempre	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

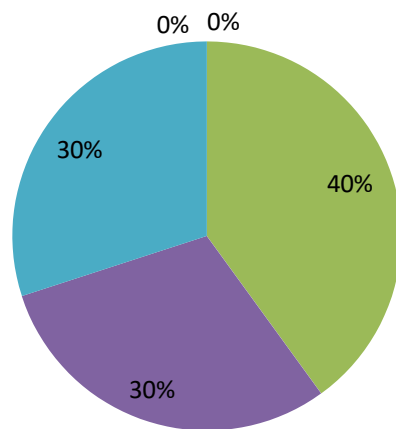


Figura 18. Los colaboradores son eficientes en la entrega del producto.

Fuente: Tabla 18

Interpretación: se concluyó que el 40% de las Mypes encuestadas indica que algunas veces los colaboradores son eficientes en la entrega de productos.

Tabla 19. Los colaboradores están a disposición permanente para el cliente.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	1	10%
Algunas veces	3	30%
Casi siempre	3	30%
siempre	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

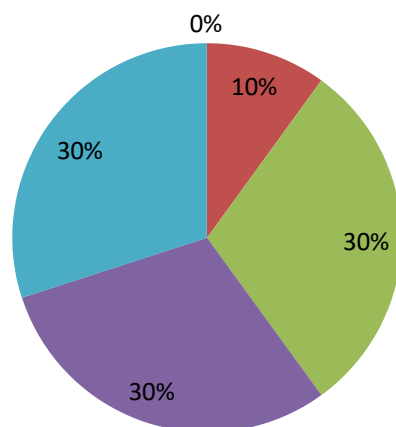


Figura 19. Los colaboradores están a disposición permanente para el cliente.

Fuente: Tabla 19

Interpretación: se realizó la encuesta a las MYPES concluyendo que el 30% indica que algunas veces los colaboradores están a disposición permanente para el cliente y los otros 30% indican que casi siempre.

Tabla 20. Los productos están en una ubicación estratégica.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas veces	2	20
Casi siempre	5	50
siempre	3	30
Total	10	100%

Fuente: cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

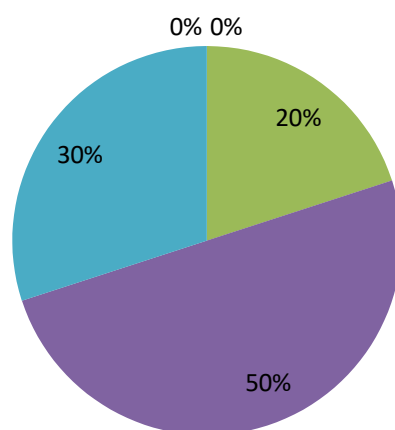


Figura 20. Los productos están en una ubicación estratégica.

Fuente: Tabla 20

Interpretación: Se determinó que el 50% de las Mypes encuestadas indica que casi siempre los productos tienen una ubicación estratégica.

Tabla 21. El local tiene iluminación adecuada.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas veces	1	10%
Casi siempre	5	50%
siempre	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

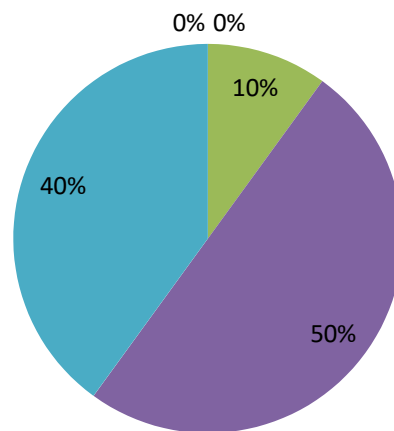


Figura 21. El local tiene iluminación adecuada.

Fuente: Tabla 21

Interpretación: Se determinó que el 50% de encuestados indica que casi siempre el local tiene iluminación adecuada.

Tabla 22. Los productos están ordenados para facilitar la venta.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	3	30%
Algunas veces	2	20%
Casi siempre	4	40%
siempre	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

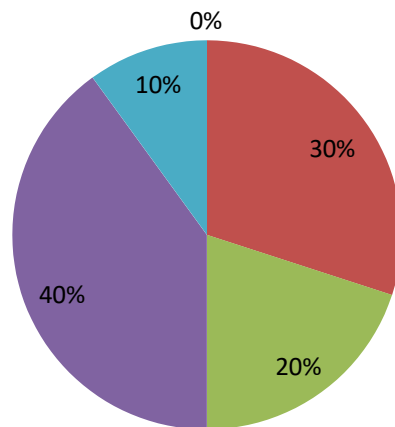


Figura 22. Los productos están ordenados para facilitar la venta.

Fuente: Tabla 22

Interpretación: se concluyó que el 40% de las Mypes encuestadas indica que casi siempre los productos están ordenados para facilitar la venta.

Tabla 23. Los muebles y enseres están en constante renovación o mantenimiento.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	2	20%
Muy pocas veces	3	30%
Algunas veces	1	10%
Casi siempre	2	20%
siempre	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

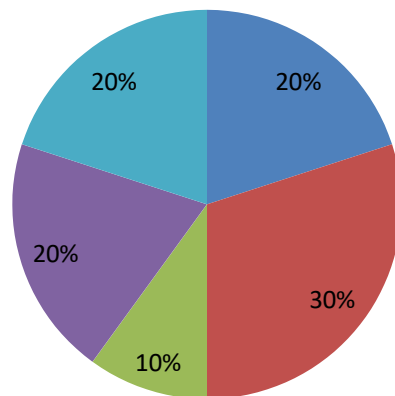


Figura 23. Los muebles y enseres están en constante renovación o mantenimiento.

Fuente: Tabla 23

Interpretación: se concluyó que el 30% de las Mypes encuestadas indica que muy pocas veces los muebles y enseres están en constante renovación o mantenimiento.

Tabla 24. Existen protocolos de seguridad y señalización para facilitar la asistencia a los clientes.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	4	40%
Muy pocas veces	2	20%
Algunas veces	1	10%
Casi siempre	1	10%
siempre	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

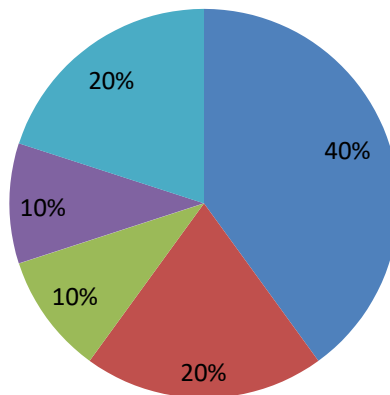


Figura 24. Existen protocolos de seguridad y señalización para facilitar la asistencia a los clientes.

Fuente: Tabla 24

Interpretación: se tiene como resultado que el 40% de los encuestados indica que nunca ha existido protocolos de seguridad y señalización para facilitar la asistencia a los clientes.

Tabla 25. Las áreas y exhibidores del local están continuamente limpias.

	Numero de Mypes	Porcentaje
nunca	0	0
Muy pocas veces	2	20%
Algunas veces	2	20%
Casi siempre	4	40%
siempre	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplica a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro peluquerías de la urbanización san Hilarión, del distrito de san Juan de Lurigancho, 2018.

■ nunca ■ Muy pocas veces ■ Algunas veces ■ Casi siempre ■ siempre

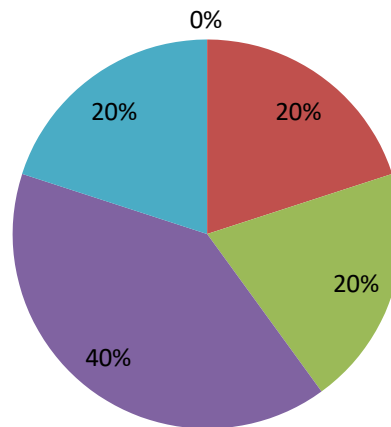


Figura 25. Las áreas y exhibidores del local están continuamente limpias.

Fuente: Tabla 25.

Interpretación: se dedujo que el 40% de las Mypes encuestadas casi siempre tienen áreas y exhibidores del local

4.2. Análisis de Resultados

Referentes a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

- ❖ Respecto a la edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas el 50% de los encuestados oscilan entre 18 a 30 años (Tabla 1), esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías están dirigidas por jóvenes entre 18 a 30 años a esto se contrasta con los resultados de **Huamán (2019)** en su tesis con un resultado mayor que el 55% de encuestados tienen entre 31 a 50 años de edad.
- ❖ Con respecto al género de los representantes de las micro y pequeñas empresas el 70% es femenino (Tabla 2), esto quiere decir que las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro peluquería están dirigidas por el género femenino, mientras que la tesis de **Sánchez (2018)** presenta gran similitud porque más de la mitad de encuestados son del género femenino.
- ❖ Según la encuesta el grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas el 70% tiene estudios superiores no universitario (Tabla 3), sin embargo se deduce que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene estudios técnicos, **Huamán (2019)** en su investigación obtiene como resultado que el 60% de encuestados tienen estudios

técnicos, esto quiere decir que hay coincidencia en sus investigaciones.

Resultados referente a las características de las micro y pequeñas empresas

- ❖ Con respecto al tiempo de permanencia de las micro y pequeñas empresas, el 60% están en actividad entre 4 a 6 años (Tabla 4), esta investigación nos da como resultado que existe una evolución constante ya que muchas de ellas tienen poco tiempo de vida empresarial.
- ❖ Con respecto al número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas el 100% tienen entre 1 a 5 trabajadores (Tabla 5), **Sánchez (2018)** nos deduce en su tesis que el 69% de las Mypes tiene entre 1 a 3 trabajadores, esto nos da a entender que estas micro empresas tienen un reducido número de personal y que se dedican a trabajos específicos.

Resultados referente a la variable Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas

- ❖ En la tabla 6 se puede deducir que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas indica que algunas veces la empresa tiene claro los objetivos a trazar, esto quiere decir que no tienen conocimiento o información respecto a los procesos administrativos, **Gonzales (2015)** en su descripción de

los principios de gestión de calidad, menciona que *“Las organizaciones deben establecer procesos para así tener claro los objetivos, mediante estos se llegara a obtener resultados positivos siendo esto fundamental para la organización”*.

- ❖ En la tabla 7 menciona que el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas considera que algunas veces la empresa realiza cambios de estrategias en forma periódica, esto quiere decir que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro peluquerías se conforman con los ingresos mínimos que puedan obtener, sin embargo **Philip (1988)** nos deduce que *“Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad”*.

- ❖ En la tabla 8 menciona que el 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas indica que muy pocas veces los procesos de actividades en la peluquería son claros y precisos bajo documentos normativos, esto quiere decir que los representantes no son conscientes de los procesos a seguir sin embargo **Cortes (2015)** nos detalla que *“ la calidad genera*

cambios a toda una organización en su aplicación de nuevas normas y/o procedimientos para así enfrentarse a un mundo globalizado y cambiante”

- ❖ En la tabla 9 nos muestra que el 30% de encuestados menciona que muy pocas veces cree que organiza los recursos de una manera eficiente, los otros 30% algunas veces, esto nos demuestra la mayoría es consciente del mal manejo de los recursos. Sin embargo estos resultados no coincide con los resultados de los antecedentes de esta investigación.
- ❖ En la tabla 10 nos muestra que el 40% de los encuestados menciona que algunas veces realiza seguimiento constante a las estrategias aplicadas en la empresa, esto quiere decir que hace falta experiencia y conocimientos en como generar estrategias.
- ❖ En la tabla 11 nos muestra que el 40% de los encuestados menciona muy pocas veces evalúa los resultados periódicamente, esto quiere decir que presentan temor a los resultados que puedan obtener.
- ❖ En la tabla 12 nos muestra que el 40% de los encuestados menciona que algunas veces analiza las estrategias aplicadas comparando con los resultados anteriores, **De Souza (2017)** determina que *“Un concepto claro de estas definiciones que están enmarcadas como el liderazgo, servicio de calidad, servicio de atención, marketing son diseños estratégicos para un mejor*

desenvolvimiento de las organizaciones en el mundo del mercado comercial.”

- ❖ En la tabla 13 nos detalla que el 50% de los encuestados muy pocas veces vigila los procedimientos de gestión de calidad durante la ejecución, Estrada (2015) en su tesis “*sistemas de gestión de calidad : una herramienta imprescindible en la auditoría financiera-Colombia*”. Menciona que para tener buenos resultados de gestión de calidad hay que tener un control constante y que si al detectarla tomar las medidas adecuadas para subsanarla en su debido momento.

**Resultados referente a la variable Atención al cliente de las
micro y pequeñas empresas.**

- ❖ En la tabla 14 nos muestra que el 40% de encuestados menciona que algunas veces está conforme con la comunicación que transmite los colaboradores de la empresa, esto es debido a que no tienen claro los objetivos de la empresa, donde muchas veces se pierde la fidelización de ellos.
- ❖ Según tabla 15 nos detalla que el 80% de los encuestados nunca han realizado alguna evaluación a los clientes sobre la atención que reciben, por eso **Martínez (2013)** determina que “*La atención al cliente es uno de los elementos que mayor capacidad de diferenciación aporta al proceso de ventas. Una buena atención al cliente es imprescindible para conseguir su fidelidad.*”

- ❖ En la tabla 16 determina que de los encuestados el 60% casi siempre cree que el trato que ofrece al cliente es el adecuado, estos resultados no coinciden con los resultados de los antecedentes por que no tomaron en cuenta estos indicadores.
- ❖ En la tabla 17 concluye que el 40% de encuestados algunas veces los colaboradores son tolerantes al momento de escuchar al opinión del cliente, estos resultados no coinciden con los resultados de los antecedentes por que no tomaron en cuenta estos indicadores.
- ❖ En la tabla 18 nos menciona que el 40% algunas veces los colaboradores son eficientes en la entrega del producto, estos resultados no coinciden con los resultados de los antecedentes por que no tomaron en cuenta estos indicadores.
- ❖ En la tabla 19 detalla que el 30% de encuestados algunas veces los colaboradores están a disposición permanente para el cliente, el 30% casi siempre, los otros 30% siempre y el 10% muy pocas veces están a disposición. estos resultados no coinciden con los resultados de los antecedentes por que no tomaron en cuenta estos indicadores.
- ❖ En la tabla 20 especifica que el 50% de encuestados casi siempre los productos están en una ubicación estratégica, estos resultados no coinciden con los resultados de los antecedentes por que no tomaron en cuenta estos indicadores.
- ❖ En la tabla 21 nos detalla que el 50% de los encuestados casi siempre el local tiene adecuada iluminación, estos resultados no

coinciden con los resultados de los antecedentes por que no tomaron en cuenta estos indicadores.

- ❖ En la tabla 22 nos precisa que el 40% de encuestados casi siempre los productos están ordenados para facilitar la venta, estos resultados no coinciden con los resultados de los antecedentes por que no tomaron en cuenta estos indicadores.
- ❖ En la tabla 23 nos delimita que el 30% muy pocas veces los muebles y enseres están en constante renovación o mantenimiento, estos resultados no coinciden con los resultados de los antecedentes por que no tomaron en cuenta estos indicadores.
- ❖ En la tabla 24 el 40% nunca ha existido protocolos de seguridad y señalización para facilitar la asistencia a los cliente, estos resultados no coinciden con los resultados de los antecedentes por que no tomaron en cuenta estos indicadores.
- ❖ En la tabla 25 nos señala que el 40% casi siempre y el 60% (20%, 20%, 20%) muy pocas veces, algunas veces y siempre (sucesivamente) tienen las áreas y exhibidores del local continuamente limpias. estos resultados no coinciden con los resultados de los antecedentes por que no tomaron en cuenta estos indicadores.

VI. CONCLUSIONES

Referentes a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

- ❖ Se concluyo que las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro peluquerías de la urbanización San Hilarión, del distrito de San Juan de Lurigancho, son dirigidas por jóvenes que oscilan entre 18 a 30 años, con grado de instrucción técnica y la mayoría de los representantes de las Mypes son del género femenino.

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas.

- ❖ Se concluyo que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro peluquerías de la urbanización San Hilarión, del distrito de San Juan de Lurigancho esta en actividad entre 4 a 6 años, con una cantidad de 1 a 5 trabajadores.

Referente a la variable Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

- De acuerdo a la variable gestión de calidad se concluyó que la mayor parte de las empresas encuestadas no tienen claro conocimiento sobre sus objetivos esto quiere decir que no tienen

una adecuada planificación donde se formulen también las metas, políticas y estrategias siendo estas las bases para determinar qué acciones empresariales tomar ante los cambios constante que presentan el mercado tan competitivo.

- se concluyó que la mayoría de las Mypes encuestadas no realizan estrategias constantes por lo mismo que no tienen una planificación direccionada tal y como se indica en el párrafo anterior.

- se concluyó que la mayor parte de las Mypes desconocen sobre los proceso de actividades legales y normativos que pueden llegar a perjudicarlas en cuanto a los productos químicos que utilizan para llegar a obtener un producto final que satisfaga a los clientes.

- se concluyó que la mayoría de las Mypes es consciente que no organiza adecuadamente sus recursos lo que abarca en cuanto a los productos que venden y utilizan para el servicio que ofrecen, así como el lugar donde están ubicados estratégicamente pero que sin embargo no aprovechan al máximo.

- se determinó en esta parte de la encuesta que las Mypes no evalúan ni controlan sus resultados cada periodo de tiempo para así determinar si existen deficiencias o errores que puedan ser subsanadas en su debido momento, al no tener dichos resultados tampoco podrán hacer comparación con resultados futuros.

**Referente a la variable Atención al cliente de las micro y
pequeñas empresas.**

- ❖ Se concluyo que la mayor parte de las Mypes encuestadas no está conforme con la comunicación que transmite los colaboradores hacia la clientela donde se va generando una mala reputación es por eso que también se debe realizar evaluaciones para saber qué tan eficientes son en temas de atención al cliente.
- ❖ Se concluyo que más de la mitad de las empresas encuestadas no han realizado alguna evaluación a los clientes sobre la atención que reciben, muchos de ellos sin conocimiento alguno de cómo realizarla.
- ❖ más de la mitad cree que el trato que ofrece al cliente es el adecuado, menos de la mitad de encuestados los colaboradores son tolerantes al momento de escuchar al opinión del cliente, menos de la mitad los colaboradores están a disposición permanente para el cliente, esto quiere decir que los encuestados no tienen conocimientos sobre una mejora continua de atención al cliente y no le dan importancia creyendo que tan solo tener personal es suficiente.

VII. RECOMENDACIONES

La finalidad de este estudio es recomendar a que las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro peluquerías de la urbanización San Hilarión, puedan enfocarse a tener conocimientos en gestión de calidad y atención al cliente donde siempre va a estar presente la mejora continua en un mercado tan innovador y donde cada vez aumenta el número de emprendedores.

Los representantes deberían aplicar mensualmente una encuesta para saber el nivel de satisfacción e ir mejorando cada vez buscando y manteniendo la fidelización de los clientes mediante estrategias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almaguer Muñoz, M. (2017). Plan de Negocios para la Creación de una cadena de peluquerías en Chile con enfoque en la estandarización del nivel y la calidad de servicio.
- Ariza, A, Guapi, F. & Domínguez N.(2019). Aportes teóricos a la gestión de calidad, orientados al servicio al cliente de empresas de la construcción. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 4(2), 332-346.
- Álvarez, J., Álvarez, I. & Bullón J. (2006) Introducción a la calidad . Aproximación de los sistemas de gestión y herramientas de calidad.
- Carranza X. (2018) Características de la competitividad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro hoteles del casco urbano del distrito de Sullana, 2018.
- Campos, R.(2019) Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicio-rubro restaurantes en el distrito de Sullana, año 2018.
- Cerda E., Luna, O., Manrique, P., & Daniela, B. (2018) Gestión de la calidad de servicio en el comercio tradicional. Caso Mercado El Bosque.
- Cortes A. (2015) Mejora continua y competitividad en las Mypes
- Cuatrecasas,L.& Gonzales, J. (2017) Gestión integral de la

calidad: Implantación, control y certificación.

Deming, E.(1989) Calidad, productividad y competitividad: La salida de la crisis.

De Souza Yhuaraqui, L. M. (2018). Gestión de calidad bajo el enfoque de marketing en las MYPES del sector comercial, rubro heladerías, distrito de Calleria, Año 2017.

Estrada, J. (2015). Sistemas de gestión de la calidad: una herramienta imprescindible en la auditoría financiera”. *Revista En-contexto/ISSN: 2346-3279*, (3), 143-160.

Fernandez, E. (2015). Calidad de atención a usuarios de la administración pública: obra social s.e.r.o.s chubut.

Saker Garcia, D., Guerra Muñoz, M., Silvera Sarmiento A. & (2015). Calidad humana en el clima organizacional: influencia en la gestión de empresas responsables.

Huamán, Evelyn (2019) Gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las Mypes del sector servicio-rubro salón de belleza, Urbanización Santo Domingo, Distrito Carabayllo, Lima 2018.

Lopez Cunya, Dany (2018) La Gestion de calidad y el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro salones de bellezas y peluquerias en el centro del distrito de Sullana año 2018.

Martínez, Celestino (2013) Cómo mejorar la gestión de la atención al cliente.

Recuperado de:<http://celestinomartinez.com/2013/01/08/como-mejorar-la-gestión-de-la-atención-al-cliente/>

Marchan Zapata, E. R. (2017). Gestión de calidad y merchandising en las Mypes rubro imprenta de Talara, año 2015.

Pacheco, José (2017) Entienda lo que es la calidad total y como se relaciona con la gestión de la mejora continua.

Rubio, D. P. (2006). Introducción a la gestión empresarial”.

Editorial B. Eumed.

Huergo, J. (2004). Los procesos de gestión”. Material de lectura para los cursos de “Comunicación en las organizaciones públicas. Buenos Aires: IPAP.

Sánchez, Carmen (2018) Gestión de calidad y rentabilidad en las Mypes del sector servicio-rubro peluquerías, del centro comercial

El Virrey, Distrito de Trujillo, La Libertad, 2018.

Riquelme, M. (2017). Que Es La Gestión De Calidad? Web y Empresas.

Tuesta Vásquez, T. R. (2017). La mejora de atención al cliente en

el banco de la nación agencia Huamachuco.

Vaquero, J. (2013). Servicio en restaurante”. Obtenido de

<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=1>

0820712

Yzaguirre, Ventura E. (2019) Gestion de calidad en la

Atención al cliente en las micro y pequeñas

Empresas del sector servicip, rubro Pollerías,

En el caso urbano de la ciudad de Chimbote,

2018.

ANEXOS

N°	ACTIVIDADES	2018-2	2019 - 1	2019 - 2	2020 - 1
----	-------------	--------	----------	----------	----------

ANEXO 1

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

		Set	Oct	Nov	Dic	Abi	May	Jun	Jul	Se	Dc	Nov	Dic	Abi	May
1	Definir título de proyecto	X													
2	Planteamiento de problema	X													
3	Marco teórico conceptual		X												
4	Metodología de la investigación			X											
5	Referencias y anexos			X											
6	Presentación y sustentación del proyecto				X										
7	Aprobación del proyecto					X									
8	Trabajo de campo (recolección de datos)						X								
9	Procesamiento de datos							X							
10	Análisis de resultados y conclusiones								X						
11	Elaboración del plan de mejora									X					
12	Revisión de literatura										X				
13	Elaboración del informe de tesis											X	X		
14	Presentación del pre informe													X	
15	Aprobación del informe de tesis														X
16	Presentación y sustentación del informe de tesis														X

ANEXO 2

PRESUPUESTO

N°	DETALLE	CANTIDAD	C/U	C/T	
1	BIENES	Laptop	01	S/. 1300.00	S/. 1300.00
		USB	01	S/. 20.00	S/. 20.00
2	MATERIALES	Papel bond	½ millar	S/. 0.02	S/. 10.00
		Lapiceros	02	S/. 1.00	S/. 2.00
		Borrador	01	S/. 1.00	S/. 1.00
		Lápiz	01	S/. 1.00	S/. 1.00
		Corrector	01	S/. 2.50	S/. 2.50
		Engrapador	01	S/. 10.00	S/. 10.00
		Anillado	01	S/. 3.50	S/. 3.50
3	SERVICIOS	Fotocopias	50	S/. 0.10	S/. 5.00
		Impresiones	50	S/. 0.30	S/. 15.00
		Internet	35	S/. 35.00	S/. 35.00
		Pasajes	15	S/. 1.00	S/. 15.00
		Alimentación	10	S/. 8.00	S/. 80.00
TOTAL				S/. 1500.00	

Financiado: Por el estudiante

ANEXO 3

RECOLECCION DE DATOS

CUESTIONARIO

Este cuestionario se aplicara a los microempresarios y a los clientes bajo la rótula de **“La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicio-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, en la urbanización san Hilarión, distrito de san juan de Lurigancho, provincia de lima, departamento de lima, año 2018”**

I. GENERALIDADES

1.1. Referente a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.

1. Edad

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

2. Género

- a. Femenino
- b. Masculino

3. Grado de Instrucción

- a. Sin instrucción
- b. Primaria
- c. Secundaria
- d. Superior no Universitaria
- e. Superior Universitaria

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

4. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a. 0 a 3 años
- b. 4 a 6 años
- c. 7 a más años

5. Número de trabajadores

- a. 1 a 5 trabajadores
- b. 6 a 10 trabajadores
- c. 11 a más trabajadores

NUNCA (1)	MUY POCAS VECES (2)	ALGUNAS VECES (3)	CASI SIEMPRE (4)	SIEMPRE (5)
----------------------	------------------------------------	----------------------------------	---------------------------------	------------------------

Nº	Ítems					
V: Gestión de Calidad						
D1: Planificar						
1	La empresa tiene claro los objetivos a trazar.	1	2	3	4	5
2	Considera que la empresa debe realizar cambios de estrategias en forma periódica.	1	2	3	4	5
D2: Hacer						
3	Los procesos de actividades en la peluquería son claros y precisos bajo documentos normativos	1	2	3	4	5
4	Cree que organiza los recursos de una manera eficiente.	1	2	3	4	5
D3: Verificar						
5	Realiza seguimiento constante a las estrategias aplicadas en la empresa	1	2	3	4	5
6	Evalúa los resultados periódicamente.	1	2	3	4	5
D4: Actuar						
7	Analiza las estrategias aplicadas comparando con resultados anteriores.	1	2	3	4	5
8	vigila los procedimientos de gestión de calidad durante la ejecución	1	2	3	4	5
V: Atención al Cliente						
D1: Amabilidad						
9	Está conforme con la comunicación que trasmite los colaboradores de la empresa.	1	2	3	4	5
10	Se realiza alguna evaluación periódica a los clientes sobre la atención que reciben.	1	2	3	4	5
D2: Atención especializada						
11	Cree Ud. Que el trato al cliente es el adecuado.	1	2	3	4	5
12	Los colaboradores son tolerantes al momento de escuchar la opinión del cliente.	1	2	3	4	5
D3: Rapidez en la atención						
13	Los colaboradores son eficientes en la entrega de productos.	1	2	3	4	5
14	Los colaboradores están a disposición permanente para el cliente.	1	2	3	4	5
D4: Ambiente agradable						
15	Los productos están en una ubicación estratégica	1	2	3	4	5
16	El local tiene iluminación adecuada	1	2	3	4	5
D5: Comodidad						
17	Los productos están ordenados para facilitar la venta.	1	2	3	4	5
18	Los muebles y enseres están en constante renovación o mantenimiento	1	2	3	4	5
D6: Seguridad						
19	existen protocolos de seguridad y señalización para facilitar la asistencia a los clientes.	1	2	3	4	5
D7: Higiene						
20	Las aéreas y exhibidores del local están continuamente limpias.	1	2	3	4	5

URBANIZACION SAN HILARION- SAN JUAN DE LURIGANCHO



N°	EMPRESAS	DIRECCION	RUC
1	Alicia Monteza Requejo	Av. Los postes este Mz. I Lt.10	10103598724
2	Néstor Quinto Carbajal	Av. San Hilarión este Mz. E Lt. 01	10101227885
3	Jorge Santos Nizama	SV.Mz. X Lt. 17	10107194806
4	Miriam Calle Saavedra	Mz. I Lt.19	10451728551
5	Vianey Saboya sangama	Sv. Mz. W Lt 23 PJ.	10445081731
6	Feliciano Nateros Garamendi	Mz. S1 Lt. 15 2do piso	10093500461
7	Teresa Salazar Lazo	Av.Flores de lima # 1670	10459100411
8	Margarita Tovar Berrocal	Mz. D Lt. 05	10095659867
9	Neri Centeno Madueño	Mz. P1 Lt. 24	10423292674
10	Maricela Castillo Valenzuela	Av. Proceres de la indep. # 2032	10106564413

FUENTE: MUNICIPALIDAD DE SAN JUAN DE LURIGANCHO

Universidad Católica los Ángeles x Informe final - Revisión Turnitin x Feedback Studio x Correo: A. ROMANI - Outlook x Descargar archivo | iLovePDF x + -

ev.turnitin.com/app/carta/es/?u=1101148465&s=1&student_user=1&o=1325541184&lang=es

turnitin ANA DEYSI ROMANI CACERES taller 4



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO-RUBRO PELUQUERIAS Y OTROS TRATAMIENTOS DE

Resumen de coincidencias

5 %

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	5 %
---	--	-----

Página: 1 de 101 Número de palabras: 14783 Text-only Report High Resolution Activado

TALLER4.pdf Mostrar todo

23:04 15/05/2020