



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
FILIAL – LIMA**

LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LOS
BENEFICIOS DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO
SALÓN DE BELLEZA, DE URBANIZACIÓN CANTO REY, DEL
DISTRITO SAN JUAN DE LURIGANCHO, LIMA 2018

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

AUTORA:

BACH. LOVATON SUAREZ JUDITH KARINA

ASESOR:

MG. POMA ANCCASI SIMON

LIMA – PERÚ

2019

Hoja de firma de jurado y asesor

Dr. José German Salinas Gamboa
Presidente

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero
Miembro

Lic. Víctor Hugo Espinoza Otoyá
Miembro

Mg. Simón Poma Ancasi
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios

Por bendecirme todos los días de mi vida con Su misericordia, regalándome amor, fortaleza y la sabiduría necesaria para poder llegar a esta nueva etapa de mi vida profesional.

A mi profesor

Al asesor, Mg. Simón Poma Anccasi y a mis compañeros por la confianza y el apoyo que me brindaron para poder culminar mi Tesis.

DEDICATORIA

A mis padres, Amanda y Máximo,

Quienes son el motor principal de mi vida, gracias por haberme apoyado en cada momento, por sus consejos, sus valores y su amor incondicional.

A mis hermanos, hermanas, sobrinos y sobrinas

Quienes cada día me brindaron sus consejos, apoyo moral para seguir creciendo profesionalmente.

A mi abuelita Timotea

Que ya no está a mi lado, pero gracias a sus consejos de no renunciar el estudio me ayudó mucho a esforzarme día a día, sé que desde donde estés siempre sigues cuidándome y guiándome por el camino correcto.

RESUMEN

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

Palabras claves: gestión de calidad, beneficios y MYPES.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the influence of quality management on the benefits of the MYPES of the service sector - Rubro Beauty Salon, urbanization Canto Rey, San Juan de Lurigancho District, Lima 2018. The research was descriptive, not experimental-transversal and quantitative, for the collection of the information a population of 16 MYPES of beauty salon denomination was identified, to whom a questionnaire of 22 closed questions was applied, applying the technique of the survey. From which the following results were obtained: Quality Management: 56.3% of the surveyed entrepreneurs indicate that they always establish the objectives and policies, also 43.8% indicate that they always plan the goals they want to achieve, while 37.5% indicate that they almost never govern the established policies, in addition 43.8% state that only sometimes evaluate the quality management of the services they provide and 81.3% indicate that they are always concerned about the work environment of their employees. Benefits of the MYPES: 37.5% of the surveyed businessmen believe that sometimes it is good for the company to have third-party services in order to reduce costs, in addition 43.8% state that they almost never have state-of-the-art technology, in the same way 43.8% indicate that there is almost never continuous improvement in the services they offer; while 62.5% state that they have almost always obtained new opportunities and 43.8% indicate that they are always concerned about the satisfaction of their clients. Conclusion quality management has a significant influence on the benefits of the MYPES of the service sector - beauty parlor, urbanization sector Canto Rey, San Juan de Lurigancho district, Lima 2018.

Keywords: quality management, benefits and MYPES.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Hoja de firma del jurado y asesor	ii
3. Hoja de agradecimiento	iii
4. Dedicatoria	iv
5. Resumen	5
6. Abstract	6
7. Contenido	7
8. Índice de tablas	9
9. Índice figuras	11
I. INTRODUCCIÓN	13
II. REVISIÓN DE LITERATURA	17
2.1. Antecedentes	17
2.2. Bases teóricas de la investigación	24
2.3. Marco conceptual de la investigación	39
III. HIPÓTESIS	41
IV. METODOLOGÍA	42
4.1. Diseño de la investigación	42
4.2. Población y muestra	42
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	43
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
4.5. Plan de análisis	45
4.6. Matriz de consistencia	46
4.7. Principios éticos	47

V. RESULTADOS	48
5.1. Resultados	48
5.2. Análisis de resultados	70
VI. CONCLUSIONES	76
Referencias bibliográficas	77
Anexos	81

6. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Objetivos	48
Tabla 2.	Metas	49
Tabla 3.	Políticas	50
Tabla 4.	Estrategias	51
Tabla 5.	Procesos	52
Tabla 6.	Instrumento de gestión	53
Tabla 7.	Orden	54
Tabla 8.	Integración de personal	55
Tabla 9.	Inspeccionar	56
Tabla 10.	Fiscalizar	57
Tabla 11.	Comprobar	58
Tabla 12.	Evaluar	59
Tabla 13.	Motivación	60
Tabla 14.	Externalización	61
Tabla 15.	Tecnología	62
Tabla 16.	Mejora de procesos	63
Tabla 17.	Innovación	64

Tabla 18.	Expansión	65
Tabla 19.	Oportunidades	66
Tabla 20.	Técnicas	67
Tabla 21.	Herramientas	68
Tabla 22.	Prácticas	69

7. ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1.	Objetivos	48
Figura 2.	Metas	49
Figura 3.	Políticas	50
Figura 4.	Estrategias	51
Figura 5.	Procesos	52
Figura 6.	Instrumento de gestión	53
Figura 7.	Orden	54
Figura 8.	Integración de personal	55
Figura 9.	Inspeccionar	56
Figura 10.	Fiscalizar	57
Figura 11.	Comprobar	58
Figura 12.	Evaluar	59
Figura 13.	Motivación	60
Figura 14.	Externalización	61
Figura 15.	Tecnología	62
Figura 16.	Mejora de procesos	63
Figura 17.	Innovación	64

Figura 18.	Expansión	65
Figura 19.	Oportunidades	66
Figura 20.	Técnicas	67
Figura 21.	Herramientas	68
Figura 22.	Prácticas	69

I. INTRODUCCIÓN

Las MYPES representan a nivel mundial aproximadamente el 98% de las empresas, según los especialistas se estiman que existe alrededor de 500 millones de microempresarios en el mundo, con esas cifras que el rol de las MYPES tanto en el Perú como a nivel mundial, juega un papel preponderante en la economía mundial.

De acuerdo a la revista Asociación de emprendedores del Perú, (2015) actualmente en el Perú, los micros y pequeñas empresas aportan, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno, son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país. En conjunto, las MYPES generan el 47% del empleo en América Latina, siendo esta una de las características más rescatables de este tipo de empresas.

Según Armand, (2015) el 70% del PBI de Estados Unidos está representado por las MYPES en el rubro de Salón de Belleza. Asimismo, el mercado europeo genera 1,7 millones de puestos de trabajo directos en el continente. La innovación es una de las claves principales de este sector. Solo en Europa trabajan 25.000 científicos para las industrias de la perfumería y cosmética. Cada año se reformula el 25% de los productos existentes.

Maldonado, (2014) sostiene que en Ecuador el mercado de la belleza representa en el país 1,6% del PIB de las MYPES, genera \$ 1.000 millones al año, crece a un ritmo de 10% anual y genera 3.500 puestos de trabajo directos y 400 mil indirectos. El crecimiento de esta industria se debe a que actualmente los ecuatorianos están más atentos a su imagen que hace diez años.

A nivel nacional, las MYPES del rubro de peluquerías, salones de belleza o centros de belleza, se constituye en una actividad económica de supervivencia para algunos y lucrativa para otros, dependiendo del nivel de riesgo y emprendimiento de quienes dirigen estas organizaciones,

quienes principalmente son mujeres. Se calcula que en el Perú existen 30 mil salones de belleza, de los cuales el 50% se encuentra en Lima. La mayoría se encuentra en los distritos de Jesús María, San Juan de Miraflores, San Juan de Lurigancho y San Martín de Porres. (Ochoa, 2013)

Cabe precisar, el negocio de los salones de belleza aún tiene mucho por explotarse en el país, ya que solo tiene una penetración de 30% (30 de cada 100 peruanos). En la actualidad hay entre cinco y seis cadenas de salones de belleza en el país, las que, según estima, tienen una facturación superior a los S/.8 millones cada una, con una ganancia de entre 25% y 35%. Por otro lado, un salón de belleza del segmento socioeconómico B está facturando entre S/.60 mil y S/.70 mil al mes, mientras que uno que atiende en el segmento C tiene ingresos de S/.30 mil a S/.50 mil mensuales. (La república, 2017)

En cuanto a la Gestión de Calidad Forrellat, (2014) sostiene que, en la actualidad, la aplicación del concepto de calidad a los servicios gana cada vez más importancia. Sin embargo, implementar un servicio de calidad no es tarea fácil y requiere de un cambio cultural de la organización que involucra todos los actores de la institución, en aras de satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes.

Es de precisar, la calidad en la gestión nos ayuda a reducir la improvisación dentro de nuestros procesos, de tal manera que nuestro primer objetivo será llevar a cabo procesos totalmente planificados en los que sepamos en cada momento el modo de actuar durante situaciones normales de funcionamiento o condiciones óptimas de funcionamiento o, por el contrario, cómo actuar ante una desviación de los requisitos establecidos. De la misma manera la gestión de la calidad brinda una oportunidad clave, no sólo para planificar los procesos, sino también para establecer mecanismos para el seguimiento y la mejora de los mismos.

Para mejorar la gestión de nuestras organizaciones y la calidad de los productos que fabricamos o servicios que prestamos, podemos recurrir a normas estandarizadas que nos llevan de la mano para implantar un sistema de gestión de calidad. La norma ISO 9001, cuya versión vigente es la del 2015.

En cuanto a los beneficios Moliner y Fuentes, (2011) sostienen que, la satisfacción es una constante en los intercambios comerciales independientemente de la actividad que desarrolla la empresa, incluso se puede afirmar que la obtención de beneficios económicos o sociales, a medio o largo plazo, no son posibles si los clientes no quedan satisfechos. La satisfacción constituye para la empresa una necesidad y para el individuo, un deseo.

Además, los beneficios de tener un sistema de gestión de calidad pueden ser varias como la reducción de costes asociados a los procesos y productos, mejorar la imagen externa de la organización, aumentar nuestra presencia en el mercado, mejorar la satisfacción de los clientes.

En la actualidad, principalmente por los momentos de dificultades económicas por los que estamos pasando, multitud de organizaciones suprimen sus sistemas de gestión debido a la necesidad de reducción de gastos para mantener a flote sus negocios; no obstante esto puede implicar que la calidad de sus productos o servicios se vea comprometida, ya que al eliminar la gestión, eliminamos parte de la capacidad de planificación.

Y principalmente en el Distrito de San Juan de Lurigancho, las MYPES se encuentran muy ligadas al desarrollo del país, ya que la mayoría de peruanos obtienen sus ingresos de estos agentes económicos. Sin embargo, hay mucho por desarrollar en estas organizaciones, que en su mayoría basan su accionar en una economía “de subsistencia”, no realizando esfuerzos significativos para ser competitivas. Y muchas ellas desconocen la Gestión de Calidad y su influencia en los beneficios, es por ello que se hace la siguiente investigación:

¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del sector servicio – rubro salón de belleza, de urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018?

Para solucionar este problema, se ha planteado el siguiente objetivo general. Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del sector servicio – rubro Salón de Belleza, de urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018, para conseguir el objetivo general se han planteado los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las características de una gestión de calidad en las MYPES del sector servicio – rubro Salón de Belleza, de urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018.
- Determinar los beneficios que se logra con la aplicación de una gestión de calidad en las MYPES del sector servicio – rubro Salón de Belleza, de urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018.
- Determinar si la Gestión de calidad influye en los beneficios de las MYPES del sector servicio – rubro Salón de Belleza, de urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018.

El proyecto de investigación desde el punto de vista teórico, esta investigación permitirá conocer la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del sector servicio – rubro salón de belleza, de urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018, permitiendo al mismo tiempo determinar las características de la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio – rubro Salón de Belleza, de urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018, además los beneficios con la aplicación de la gestión de calidad en las MYPES.

Desde el punto de vista práctico, porque generará reflexión y discusión sobre el conocimiento existente, además permitirá conocer la gestión de calidad y su influencia en las MYPES del rubro en estudio.

Desde el punto metodológico, esta investigación servirá como referente para futuras investigaciones, encontrándose instrumentos de metodología, como el resultado de base de datos sobre la información obtenida sobre la problemática existente.

Y por último esta investigación, se realiza con la finalidad de brindar información verídica a la sociedad civil y estudiantes acerca de la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES del sector servicio – rubro salón de belleza, de urbanización canto rey, del distrito San Juan de Lurigancho, lima 2018.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

a. Antecedente Internacional

Bonilla, (2017) en programa de sensibilización y capacitación basadas en el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 para un laboratorio de medicamentos en la ciudad de Bogotá. Investigó que en el presente trabajo de investigación están orientados en los requisitos de la norma ISO 9001:2015 que están obligados a cumplir el proceso para su acreditación en el sistema de gestión de calidad del laboratorio por algún ente certificador de cada país. Esta investigación detalla el proceso de la implementación de todo un programa de sensibilización de la norma ISO 9001:2015 para una empresa de laboratorio de medicamentos en Colombia, donde se fabrican nutrición parenteral e intravenosos estériles. Además ésta empresa cuenta con los procesos debidamente documentados por exigencia INVIMA quien otorgó la certificación en BPE con la resolución 444/2008 del 2014, el programa de sensibilización se realiza con la

finalidad de mantener el Sistema de Gestión de la calidad en la empresa y esto esté enfocado a satisfacer el aumento de las necesidades de los clientes y también tener una mejora continua de los procesos internos, además estar preparados con toda la disposición de los requisitos de la norma ISO 9001:2015 para lograr en un corto o mediano plazo el certificado en calidad ISO 9001:2015. Denominamos al programa de sensibilización “Tengo un compromiso con la calidad” con la finalidad de ejecutar desarrollos formativos a todos los trabajadores del laboratorio, y sometiendo a prueba esta herramienta de gestión, para dirigir y posteriormente evaluar el desempeño de los procesos de la empresa y así lograr satisfacer las necesidades y las exigencias de los clientes.

Alcívar, y Moreira, (2014) en la investigación “la calidad del servicio que brindan las cooperativas de transportes de pasajeros intercantonales y su influencia en la satisfacción de los usuarios del cantón rocafuerte, 2012”; Universidad Técnica de Manabí, Ecuador; realizaron el informe de tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración, llegando a las siguientes conclusiones: (a) la calidad del servicio que las cooperativas intercantonales turístico brindan a los usuarios está enmarcada en políticas empresariales que buscan la satisfacción de los usuarios. (b) en el caso específico del servicio de transportación de los usuarios, las unidades que están como medio de transporte se encuentran calificadas como aptas porque cuentan con las condiciones necesarias para el efecto.

Herrera, (2015) en la investigación “la gestión de la calidad por procesos y la creación de una ventaja competitiva en la empresa Imporquiven SA en la ciudad de Ambato”, realizada en la Universidad Técnica de Ambato facultad de ciencias administrativas – Ecuador”; cuyo objetivo fue analizar la gestión de la calidad por procesos y la creación de una ventaja competitiva en la empresa. El estudio se realizó utilizando un tipo de investigación no experimental y con un diseño descriptivo y la muestra estuvo conformada por clientes de la empresa, la técnica de recopilación de la información se utilizó a la encuesta y como instrumento a un cuestionario con

escala valorativa. Los resultados indican que todo sistema de calidad en la atención al cliente se implanta para asegurar que se cumplan las políticas de calidad total de la organización y debe tener en cuenta el servicio que se va a suministrar al cliente y el proceso de entrega del servicio al cliente. El estudio concluye que para lograr la calidad en la atención al cliente se debe tener en cuenta la prestación que busca el cliente y la experiencia que vive en el momento que hace uso del servicio. Una de las claves que asegura una buena calidad en el servicio consiste en satisfacer o superar las expectativas que tienen los clientes respecto a la empresa.

b. Antecedentes Nacionales

Quiñones, (2015) en la investigación “el sistema de gestión de la calidad basada en la norma internacional organization for standardization ISO 9001-2015 y su implementación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro enseñanza, nivel inicial -Chimbote, 2016”. Tesis para optar el grado de: licenciado en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. La investigación fue transaccional y de nivel cuantitativo, se realizó para determinar si el diagnóstico de la MYPE del sector servicio, rubro enseñanza permitirá hacer una propuesta de diseño de un sistema de Gestión de la Calidad basado en ISO 9001:2015 mejorando los procesos existentes. La muestra estuvo constituida por 28 directores de las instituciones educativas privadas. Los resultados evidencian que, del total de los directores encuestados el 89,19% respondió que no contaban con una política de calidad en la MYPE, y 92, 86% refirió que no tenían definido los objetivos de calidad. También, sucede que un 25% y 46,43% no cumplen con manejar adecuadamente los documentos y registros respectivamente. Por lo que se puede concluir que, las MYPE del rubro enseñanza encuestadas no cumplen con varios de los requisitos de la norma ISO 9001:2015. Por lo que se recomienda capacitar y sensibilizar a los directores de las MYPE del sector servicio, rubro enseñanza en temas de implementación de sistemas de gestión de la calidad (SGC) e implementar un SGC en una institución educativa para validar el diseño metodológico propuesto.

Villaorduña, (2016) en la investigación “caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz 2016.” Tuvo como objetivo describir las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2016. Población se realizó un muestreo estratificado determinando una muestra de 49 gerentes a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas por medio de la encuesta. Resultados: El 44,9% de los gerentes encuestados manifiestan que casi nunca realizan anuncios por la televisión. Concluye indicando que no se da una buena gestión de calidad en las empresas ya que un alto porcentaje de desconocimiento en llegar a cabo una adecuada mezcla promocional, motivo por el cual en su mayoría no logran alcanzar las expectativas deseadas.

Angúlo, (2018) en la investigación “caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro-restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015”. Menciona que esta investigación tuvo como principal objetivo determinar las características de gestión de calidad que son aplicados en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes. El diseño para esta investigación es no experimental - transaccional - descriptivo. La población de estudio fueron 12 micro y pequeñas empresas, se consideró la totalidad de la población en estudio; a quienes se encuestó y obteniendo los siguientes resultados 83.3% de los encuestados tienen de 40 años de edad a más; el 66,7% son de género masculino y cuentan con estudios superiores universitarios; el 75% de los empresarios encuestados señalaron trabajar bajo el enfoque al cliente; 58,3% han determinado sus políticas y objetivos las mismas que cumplen tal como se estableció; 75% mide la satisfacción del cliente analizando sus ventas y el 58.3% de los trabajadores son indiferentes al cambio.

c. Antecedentes Local

López, (2014) en la investigación “caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio–rubro salón de belleza-SPA del distrito de Lince, provincia de lima, departamento de lima –período 2012 –2013”. Tesis para optar el grado de licenciado en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de veinte microempresas de una población de 50, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas, utilizando la técnica de las encuestas. Llegando a las siguientes conclusiones.

- A lo largo de este trabajo se ha podido evidenciar que los salones de belleza es un negocio que tiene rentabilidad, pero para que tenga más rentabilidad deberían solicitar préstamos a los bancos y así mejorar sus locales o comprar activos fijos, esto beneficiaría, porque mejoraría la atención a los clientes dándoles mejores condiciones de servicio.
- Otro aspecto que deben mejorar es capacitar a sus empleados, lo que conllevaría a mejorar un mejor servicio para sus clientes y llegar a la satisfacción de los mismos.
- Los problemas que afronta las MYPES en la actualidad es el costo del crédito es todavía alto debido a las siguientes razones: asistencia de la información económica de las MYPES para acceder al crédito, escasa información al alcance de las MYPES para una mejor selección de alternativas e inseguridad jurídica para el registro y ejecución de garantías y contratos.
- En consecuencia, estas unidades económicas se ven seriamente afectadas por las pocas posibilidades que tienen de acceder de créditos ante las instituciones que brindan financiamiento. Otros factores que afectan la fortaleza de micro y pequeñas empresas son los pocos activos que pueden mostrar como instrumentos de garantía.

- Es necesario recalcar que los servicios financieros son elementos importantes que contribuyen al desarrollo y a la competitividad de las empresas. En ese sentido, se requiere de parte del Estado y de las entidades privadas de una masiva difusión de nuevos productos que atiendan sus necesidades, como el leasing, las facturas conformadas, los descuentos por las letras de cambio.
- La falta de acceso de la mayoría de las unidades productivas a servicio de desarrollo empresarial, impide que los beneficios potenciales se cristalicen en rendimientos reales, y en consecuencia, los recursos se utilicen en actividades de menor rentabilidad.
- Finalmente, tampoco se conoce si dichas MYPES en los últimos años han sido competitivas o no, y si lo han sido, si con el financiamiento son rentable o no, su rentabilidad ha subido o ha bajado, etc.
- De acuerdo al objetivo del financiamiento, en la actualidad la MYPES han encontrado en las cajas rurales de ahorro y crédito y en las cajas municipales de ahorro y crédito una importante alternativa de financiamiento para muchos pequeños empresarios para el desarrollo de actividades económicas, productivas, comerciales y de servicio.
- Con el financiamiento que perciben las Micro y Pequeñas Empresas, muestran su dinamismo en la economía de nuestro país, constituyéndose en la base empresarial más importante del Perú, considerada también como potencial generador de empleo.
- El segundo objetivo es la rentabilidad de la MYPES, esto se da por el apoyo que se tiene de las entidades financieras como las cajas rurales y municipales y el autofinanciamiento del capital propio o prestamos de sus familiares, con estas dos fuentes de financiamiento las Micro y Pequeñas Empresas en el trabajo de investigación realizado si tiene rentabilidad en el rubro salón de belleza.

Auccacusi, (2016) en la investigación “programa de gestión de calidad mediante la aplicación de la norma iso 9001: 2008 para incrementar la calidad percibida de los huéspedes del hotel antiguo miraflores durante el año 2015”. Que tuvo por objetivo determinar si el sistema de gestión de calidad basado en las normas ISO 9001:2008, incrementa la calidad percibida por los huéspedes; el tipo de investigación realizado por el autor fue descriptivo, diseño no experimental: descriptivo correlacional, de corte transversal y con un enfoque cuantitativo. Obteniendo los siguientes resultados: el 48% de los encuestados señalaron que casi nunca toman en cuenta la política de calidad y sólo el 8% de los encuestados señalaron cumplir con los objetivos de la empresa.

Flores, (2014) en la investigación “diseño y desarrollo del sistema de gestión de la calidad según la norma ISO 9001:2008 para mejorar las actividades de los servicios administrativos que ofrece la empresa Consolidated Group del Perú S.A.C.” Utilizó el diseño pre experimental en una población y muestra de 28 trabajadores. La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- El Diagnóstico realizado, utilizando la Norma ISO 9001:2008 en cada uno de los procesos de los servicios administrativos que ofrece la empresa Consolidated Group del Perú S.A.C. ha permitido conocer el nivel de cumplimiento que tiene cada proceso de la empresa con respecto a los requisitos establecidos en la norma.
- El modelo de calidad para el sistema de gestión de la calidad de la empresa Consolidated Group del Perú S.A.C que se ha elaborado ha permitido precisar que los clientes juegan un papel significativo para definir los requisitos como elementos de entrada y ha demostrado su capacidad de cobertura de todos los requisitos que exige la Norma Internacional, aunque no refleja aún los procesos de una forma detallada.

2.2. BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1. Teoría: de las MYPES

Las micro y pequeñas empresa han sido definidas de muchas formas, pues cada institución o especialista las puede ver de manera diferente y de acuerdo al enfoque que toman pueden emitir un concepto diferente. Sin embargo aquí, mostraremos algunas definiciones que dan algunos organismos internacionales y otros nacionales:

Según la Organización Internacional del Trabajo(OIT), en su informe sobre fomento de las pequeñas y medianas empresas, presentado en la 72° Reunión de la Conferencia Internacional de Trabajo realizada de Ginebra en 1986, definió de manera amplia ala micro y pequeña empresa pues considero como tales, tanto a empresas modernas, con no más 50 trabajadores, como a empresas familiares en la cual laboran tres o cuatro de sus miembros, inclusive a los trabajadores autónomos del sector no estructurado de la economía(informales).

En un estudio realizado por el OIT y el proyecto Centroamericano de Apoyo a Programas de Microempresa, se define como microempresa a “a las unidades productivas de baja capitalización, que operan bajo riesgo propio en el mercado; por lo general, nacen de la necesidad de sobrevivencia de sus propietarios. En esta definición se incluye a las microempresa, propiamente, y al autoempleo. Específicamente, se entiende por microempresa a las unidades económicas que contratan habitualmente mano de obra asalariada, mientras que auto empleados son aquellos que trabajan por cuenta propia y no contratan mano de obra” (OIT,2000).

Como se puede apreciar, existen diversos criterios para caracterizar alas MYPES; sin embargo, en el Perú, la legislación que se ha orientado a reglamentarla o promocionarla ha utilizado usualmente los montos anuales vendidos y/o el número de personas ocupadas para establecer sus límites.

La primera Ley específica sobre pequeña empresa se dictó en 1976 a través del DL 21435 “Ley de la pequeña Empresa del Sector Privado” y considero como pequeña empresa a aquellas unidades cuyos ingresos anuales eran de 590 Salarios Mínimo Vital (SMV) que equivalía aproximadamente a 41000 dólares.

Recién en 1991, con el DL 705 “Ley de Promoción de Micro y Pequeña Empresa”, promulgado el 15 de noviembre de 1991, se estableció oficialmente una definición diferenciada de micro y pequeña empresa, empleando el número de trabajadores y las ventas anuales como indicadores de su límite. Consideraba como micro empresa a aquella que tenía hasta 10 trabajadores y un nivel de ventas anuales de 12UIT. En tanto que pequeña empresa consideraba hasta 20 trabajadores y ventas anuales de 25 UIT.

Además de las definiciones legales es necesario considerar las que se han venido empleando en los estudios de entidades oficiales. La Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE) considera como microempresa a aquellas empresas que mantienen entre 1 a 4 personas ocupadas y como pequeñas a las que mantiene 5 y 20 personas ocupadas.

2.2.1.1. Importancia de la MYPES

La MYPE es un componente importante de la economía nacional. A nivel nacional, las MYPES dan empleo al 70% de la población económicamente activa y generan cerca del 43% del PBI (Lastra, E. 2010). Es indudable el aporte de las MYPES al bienestar económico del país, sobre todo su aporte en la generación de empleo, que si bien es cierto en la mayoría de las veces no los genera en condiciones adecuadas, contribuye en forma creciente a aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país.

Del mismo modo, el aporte de las MYPES a las exportaciones también es de vital importancia. Según la Asociación de Exportadores, en el 2013 afirmaba:”... El número de MYPES (MYPES)

exportadores se duplicara en los próximos cinco años, y sumaran entre 10,000 y 13000 las unidades productivas...” (El peruano, 2013). Del mismo modo, el presidente de PYMEADDEX en esa época, Jorge García precisaba que “... actualmente hay 5,553 MYPES que están aprovechando los beneficios de los tratados de libre comercio (TLC) que tiene el Perú con diversos países...” (El Peruano, 2013).

Sin embargo, en el primer bimestre del año 2015 el número de MYPES (MYPES) exportadoras sumo 3,204, es decir 6% menos respecto a similar periodo del 2014(3,419), asimismo se identificó que el 92% del total de las empresas peruanas con presencia en el exterior fueron MYPES, tal como informo la Gerencia de PYMEADDEX de la Asociación de Exportadores (Diario Correo, 2015).

Del mismo modo, Roberto Molero, Actual gerente de PYMEADDEX, refirió que del total, 2,338 fueron microempresas y 866 pequeñas empresas. “Esta tendencia de la baja también se mostró en el monto despachado, los envíos de las MYPES sumaran US\$ 659 millones, que represento una caída de 15.5% respecto a los dos primeros meses del año pasado”, expreso

Además sostuvo que pese a que las MYPES cumplen un rol fundamental en el crecimiento de las exportaciones, ya que constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y en la generación del empleo, el total enviado solo significo el 12.8% de las exportaciones peruanas(Monto FOB US\$).

Es así, que podemos ver cuna importante es este sector para el desarrollo de la economía de nuestro país.

2.2.2. Teoría de Gestión de Calidad

2.2.2.1. Gestión de Calidad

Coello, (2013) manifiesta que la gestión de calidad, conocida también como sistema de gestión de la calidad, es el conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma (p.8).

a) La Inspección de la Calidad

La finalidad de la inspección de la calidad era encontrar los productos de baja calidad y separarlos de los de calidad aceptable, antes de su colocación en el mercado. Las actividades de inspección se asignaban a un grupo de empleados (inspectores) no relacionados con las personas que realizaban los productos.

La inspección de la calidad fue la técnica predominante durante la Revolución Industrial junto con la introducción de la dirección científica (Taylor) basada en el desglose de cada trabajo en actividades, lo que supone que cada tarea puede ser realizada por empleados sin gran cualificación.

b) El Control de la Calidad

El control de la calidad, es el desarrollo de la producción en masa, la especialización, el incremento en la complejidad de los procesos de producción y la introducción de la economía de mercado centrada en la competencia y en la necesidad de reducir los precios, situación que implica reducir costes de materiales y de proceso.

c) El Aseguramiento de la Calidad

En esta fase se refiere al aseguramiento de la calidad se reconoció que la calidad podía quedar garantizada en el lugar de la fabricación mediante el establecimiento de un sistema de la calidad, que permitiría satisfacer las necesidades del cliente final.

Para ello se desarrollaron un conjunto de técnicas que permitían a la organización generar confianza en sus clientes mediante el establecimiento de los manuales de calidad, la utilización de “el coste de la calidad”, el desarrollo del control de los procesos y la introducción de la auditoría interna y externa del sistema de la calidad.

Dicha garantía se llevó a cabo mediante el desarrollo de un sistema interno que, con el tiempo, generara datos, que nos señalara que el producto ha sido fabricado según las especificaciones y que cualquier error había sido detectado y eliminado del sistema (p.9).

d) La Gestión de la Calidad Total

Coello, (2013) menciona que la introducción a la gestión de la calidad total implica la comprensión y la implantación de un conjunto de principios y conceptos de gestión en todos y cada uno de los diferentes niveles y actividades de la organización.

Los principios sobre los que se fundamenta la Gestión de Calidad Total son los tres siguientes: Enfoque sobre los clientes, participación y trabajo en equipo y la mejora continua como estrategia general.

Una infraestructura organizacional integrada, donde los elementos principales son: El liderazgo, la planificación estratégica, la gestión de los recursos, la gestión de la información, la gestión de los proveedores (p.11).

2.2.2.2. Ciclo de Deming como Herramienta

Según Hernández y Pulido, (2015) mencionan que el Dr. Williams E. Deming, físico y matemático americano, trabajo en la década de 1950 en Japón como consejero del censo de este país. Sus conceptos de calidad fueron rápidamente aplicados en Japón en el área industrial y en la alta gerencia.

- ❖ Plan (Planificar): se establecen las actividades del proceso, necesarias para obtener el resultado esperado. Al basar las acciones en el resultado esperado, la exactitud y cumplimiento de las especificaciones a lograr se convierten también en un elemento a mejorar. Cuando sea posible conviene realizar pruebas de preproducción o pruebas para probar los posibles efectos.
- ❖ Do (Hacer): significa hacer lo que se ha determinado en el plan. Para ello, se deben preparar las pruebas o test, indicando cómo deben desarrollarse a través de procedimientos y explicarlo a las personas que van a llevar a cabo la ejecución de las pruebas o test.
- ❖ Check (Controlar): pasado un periodo previsto de antemano, los datos de control son recopilados y analizados, comparándolos con los requisitos especificados inicialmente, para saber si se han cumplido y, en su caso, evaluar si se ha producido la mejora esperada.
- ❖ Act (Actuar): la fase Actuar sirve para normalizar la solución del problema y establecer las condiciones que permiten mantenerlo.

2.2.2.3. Importancia de la Gestión de Calidad

Según Rubio y Sandale, (2010) “Si bien la calidad antes era un tema que se relacionaba sobre todo con la actividad de las fábricas, cada vez incursiona más en otras áreas de la actividad humana. Últimamente lo hemos visto implantarse en empresas de servicios, en empresas públicas, incluso en escuelas u oficinas de gobierno. La calidad es una serie de conocimientos de los cuales te ayudan a comprender las relaciones interpersonales en cualquier tipo de organización, y a entender los procesos que evolucionan el medio ambiente del ser humano. El hombre se ha preocupado por sobrevivir lo cual lo ha llevado a luchar contra todos los obstáculos que la naturaleza le presenta”. También tuvo que desarrollar su inteligencia para poder subsistir y transformarse y así lograr no tener competencia por la vida. La historia del hombre es la lucha para ser mejor. A través del tiempo el hombre ha ido evolucionando año tras año debido que tiene que seguir innovándose para poder sobresalir en toda clase de actividades ya sea comerciales, industriales, entre otras.

De acuerdo con Carlos Colunga Dávila, la importancia de la calidad se traduce como los beneficios obtenidos a partir de una mejor manera de hacer las cosas y buscar la satisfacción de los clientes, como pueden ser: la reducción de costos, presencia y permanencia en el mercado y la generación de empleos.

2.2.2.4. Características de la Gestión de Calidad

Según Soria, (2009) gestión de calidad implementada en las empresas de producción y servicio se caracteriza por la responsabilidad de las partes involucradas, y se origina desde el diseño por parte de los directivos; asegurando desde el origen, con la compra de insumos y en la ejecución exacta del trabajo; orientada al consumidor, considerando opiniones, necesidades y expectativas que deben integrarse en el diseño de productos y servicios orientada a las prioridades con

capacidad de innovación tecnológica y el grado de involucramiento de los empleados en los procesos (p.75).

2.2.2.5. Objetivo de la Gestión de Calidad

Vergara y Fontalvo, (2010) el objetivo que tiene el sistema de gestión de calidad es transmitir a sus clientes la confianza, demostrando que la organización está capacitada para entregar un producto y ofrecer un servicio de acuerdo con sus exigencias; de tal manera que se requiera de planificación como parte de la gestión de la calidad; así como, los recursos relacionados para cumplir los objetivos planificados (p.71).

2.2.2.6. Técnicas Avanzadas de Gestión de Calidad

Entre las técnicas avanzadas de gestión de calidad se puede mencionar las siguientes:

a) Benchmarking

Es un proceso formal que comienza con la exhaustiva búsqueda e identificación de las organizaciones con las mejores prácticas, continúa con un estudio detallado de las prácticas y la performance de la propia organización, progresa a través de visitas y entrevistas sistematizadas a las empresas identificadas, y concluye con el análisis de resultados, desarrollo de recomendaciones e implementación del conocimiento adquirido sobre la mejor práctica (Garvín, 1993).

b) La Reingeniería

Es la revisión fundamental y el rediseño radical de procesos para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas y contemporáneas de rendimiento, tales como costos, calidad, servicio y rapidez. (Hammer y Champy, p.34).

c) La Reingeniería de Procesos

Es una técnica en virtud de la cual se analiza en profundidad el funcionamiento de uno o varios procesos dentro de una empresa con el fin de rediseñarlos por completo y mejorar radicalmente.

La reingeniería de procesos surge como respuesta a las ineficiencias propias de la organización funcional en las empresas y sigue un método estructurado consistente en:

- Identificar los procesos clave de la empresa.
- Asignar responsabilidad sobre dichos procesos a un "propietario".
- Definir los límites del proceso.
- Medir el funcionamiento del proceso.
- Rediseñar el proceso para mejorar su funcionamiento.

Entendiendo que un proceso es un conjunto de actividades organizadas para conseguir un fin, desde la producción de un objeto o prestación de un servicio hasta la realización de cualquier actividad interna (León, 2009).

d) El Outsourcing

Es una relación contractual entre un vendedor externo y una empresa en la que el vendedor asume la responsabilidad de una o más funciones que pertenecen a la empresa (Barry, 2003).

2.2.3. Teoría de los Beneficios

2.2.3.1. Beneficios de la gestión de calidad

Los beneficios que aporta un Sistema de Gestión de Calidad podemos enfocarlos como los beneficios propios para la organización en sí y beneficios para los clientes: Beneficios para la propia organización que implanta una gestión basada en la ISO 9001 generan: mejora en los procesos, documentación normas, manuales, organización, formación se traduce en que los elementos están mejor organizados, todos saben que tienen que hacer, los inputs de un proceso

están enlazados con los outputs del proceso precedente, todo ello conlleva a un aumento de la productividad (abc, 2010).

Es de precisar, un sistema de gestión de calidad (SGC) abarca un conjunto de normas y estándares internacionales que, interrelacionados entre sí, promueven el cumplimiento de los requisitos de calidad en una organización. Esto contribuye que los productos, servicios, y todos los procesos relacionados a ellos, cumplan con las condiciones que se les exige.

Estos son los principales beneficios de contar con un sistema de gestión de calidad:

- a) **Generar mayor eficiencia:** las empresas con un SGC tienen el objetivo de maximizar la eficiencia y la calidad de sus procesos. Establecen pautas para ser seguidas por todos los empleados con el fin de llevar a cabo procesos comerciales y capacitaciones más sencillas y menos agotadoras en términos de tiempo o gasto financiero.
- b) **Estimula la moral de los empleados:** las funciones claras y definidas, los sistemas de capacitación establecidos, así como una clara comprensión de cómo sus roles afectan la calidad y el éxito del negocio, son propios del enfoque de un SGC. Este busca que los empleados estén motivados y satisfechos, ya que así se desempeñarán adecuadamente en la organización.
- c) **Ofrece reconocimiento internacional:** ISO 9001, la norma que establece los requisitos para la implementación de un SGC, es una marca mundial de gestión de calidad. Al implementar este sistema, tu negocio parecerá digno de confianza. El objetivo de muchas empresas es exportar a nivel internacional, y la acreditación ISO contribuirá en gran medida a establecer la credibilidad en el ámbito comercial internacional.
- d) **Mejora la gestión de procesos:** los directivos pueden aprender qué mejoras son necesarias en un negocio a través de un sistema de documentación y análisis. Este es un

procedimiento cuidadosamente planificado e implementado, que garantizará la toma de decisiones correctas para el negocio y la eliminación de los riesgos de cualquier error costoso.

- e) Ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente: ISO 9001 se basa en el principio de mejora continua. El estándar permite a las empresas definir qué debe ser un producto de calidad y cómo deben satisfacerse las necesidades de los clientes. Así, proporciona a las empresas el marco para revisar periódicamente si se satisfacen estas necesidades, con el objetivo de una mejora continua.

Los beneficios, entonces, se ven reflejados en los resultados positivos a mediano y largo plazo en una empresa. Ahí radica la importancia de implementarlo, más allá de que constituya un reto perfeccionar los procesos para cumplirlo. (Conexión esan, 2018)

2.2.3.2. Beneficios que aporta la gestión de calidad a los MYPES

Gracias a la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad según la norma UNE-EN ISO 9001, la organización demuestra su capacidad para proporcionar de forma coherente productos o servicios que satisfacen los requisitos del cliente y los reglamentarios aplicables.

Entre otras ventajas, ofrece la posibilidad de cumplir con clientes que, cada vez más, requieren proveedores certificados, aumentar la posibilidad de incrementar sus ventas en la Unión Europea, mejorar los sistemas de calidad propios, así como la documentación y los proveedores en cuanto a desempeño, e igualmente generar una mayor confianza entre proveedores y clientes.

Esta norma internacional promueve la aceptación de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implanta y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, basado a su vez en el ciclo de mejora continua PDCA (Planificar, Hacer, Comprobar, Actuar).

Beneficios ante el mercado:

- Mejorar la imagen de los productos y/o servicios ofrecidos.
- Favorecer su desarrollo y afianzar su posición.
- Ganar cuota de mercado y acceder a mercados exteriores gracias a la confianza que genera entre los clientes y consumidores.

Beneficios ante los clientes:

- Aumento de la satisfacción de los clientes.
- Eliminar múltiples auditorías.
- Acceder a acuerdos de calidad concertada con los clientes.

Beneficios para la gestión de la empresa:

- Servir como medio para mantener y mejorar la eficacia y adecuación del sistema de gestión de la calidad, al poner de manifiesto los puntos de mejora.
- Cimentar las bases de la gestión de la calidad y estimular a la empresa para entrar en un proceso de mejora continua.
- Aumentar la motivación y participación de personal, así como mejorar la gestión de los recursos. (Cámara de comercio España, 2017)

2.2.4. Teoría Salón de belleza

Beneficios ante el mercado:

- Mejorar la imagen de los productos y/o servicios ofrecidos.
- Favorecer su desarrollo y afianzar su posición.
- Ganar cuota de mercado y acceder a mercados exteriores gracias a la confianza que genera entre los clientes y consumidores.

Beneficios ante los clientes:

- Aumento de la satisfacción de los clientes.
- Eliminar múltiples auditorías.

- Acceder a acuerdos de calidad concertada con los clientes.

Un salón de belleza o estética es un establecimiento comercial que ofrece a sus clientes tratamientos para el embellecimiento, conservación e higiene de la piel, con el fin primordial de promocionar la imagen saludable de sus clientes. Los salones de belleza deben estar atendidos y dirigidos por expertos a los que se denomina esteticistas. En los salones se venden productos cosméticos de línea profesional.

2.2.4.1. Historia de los salones de belleza

Cecilgotia (2011) afirma que el concepto del salón que existe actualmente, se da gracias a Martha Matilde Harper, mujer canadiense emprendedora y de negocios. Ella construyó una cadena internacional de franquicias enfatizados hacia la salud del cabello. En 1882, cuando Martha se muda a New York, comenzó a fabricar un tónico para el cabello basado en productos naturales.

Abrió su primer salón de belleza con el lema “salud es belleza”, esto a nivel de mercadeo borró la imagen que las personas tenían acerca de la belleza puramente ligada a la vanidad; lo logró recalando que la buena salud reflejaría una imagen armoniosa.

Para comenzar su sueño estudió también el arte de la conversación elegante, glamurosa y de los buenos modales. A la vez se mudó a uno de los edificios más prestigiosos de Rochester. Martha descubre la necesidad que tenían las mujeres de Rochester y abrió su salón de belleza, el Harper’s Salón. Un atractivo para la clientela de Harper’s era la larga cabellera de su propietaria, ya que ella se la dejó crecerla hasta el Suelo.

Implementando su Harper’s Method, logró expandirse mediante franquicias, que ella misma vendía a personas que se querían iniciar en el negocio. “Los contratos incluían la cláusula de que todos los salones deberían proveerse de los productos de belleza en el 8 de Martha. Estableció

también una serie de estándares para contratar personal y entrenarlo. A fin del siglo XX ya había cerca de 200 salones abiertos en EEUU y en 1920 eran ya 500, incluyendo franquicias en Alemania y Escocia.”

2.2.4.2. El salón de belleza actual

Si bien las cadenas de salones de belleza se siguen expandiendo y su penetración ha aumentado en los últimos cinco años, aún las consumidoras limeñas prefieren a su peluquería local. Así lo muestra un reciente estudio de la consultora Invera.

¿Por qué? Según el reporte, las consumidoras afirman que siguen optando por los salones locales por la confianza que tienen con ‘su’ estilista, la ubicación y por el factor precio. Para Silvia Díaz, directora regional de Invera, los usuarios valoran mucho esa conexión emocional y de confianza que generan con el estilista y que se traslada al resultado del servicio.

Asimismo, buscan que su salón tenga horarios que se acomoden a su ritmo de vida y se ubiquen cerca de sus casas o centro de trabajo.

El precio no es un tema menor. De acuerdo a la consultora, el precio promedio de un corte de cabello en una peluquería de barrio es S/10,80; mientras que en una cadena es de S/38,10, casi cuatro veces más.

“Sin duda, estos son retos para las grandes cadenas, que pueden convertirse en oportunidades para conectar más con el cliente”, explica Díaz.

- Más belleza

Los servicios estéticos más demandados en un salón de belleza son corte y pintado de cabello. Y si bien la mayoría de clientas opta por ir a un salón de belleza local para hacerse estos retoques, el 26% de las consultadas se pinta el cabello en casa con productos que adquieren por su cuenta.

No obstante, hay servicios con mayor penetración en las cadenas de salones, como tratamientos faciales y laceados de cabello.

Esta última es una oportunidad para que sus estrategias se dirijan a potenciar estos servicios y a apuntar a ser más competitivos en los servicios donde aún tienen largo techo para crecer.

- Las más pedidas

Dentro de los salones de belleza, Invera encontró que Montalvo (51 locales) y Marco Aldany (30 sedes) son las cadenas más visitadas por los limeños.

Además de los atributos propios de cada cadena en cuanto a calidad y profesionalismo, la ejecutiva lo atribuye también a la presencia (número de locales) de cada marca, ya que la cercanía es altamente valorada por los usuarios.

No solo eso. Ambas cadenas ya gozan de un posicionamiento en el mercado en los diferentes niveles socioeconómicos.

Hasta el momento, se calcula que en la capital existen entre 13 mil y 15 mil salones de belleza, tanto si hablamos de las grandes cadenas como de salones individuales. Cada año, el sector crece por encima del 10%. (Inga, 2016)

2.3. Marco conceptual

- ❖ **Mypes:** Ministerio de la producción, (2010) se denomina Mype a la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.
- ❖ **Gestión de calidad:** el pleno rendimiento de la empresa, la filosofía de trabajo en la que todos los departamentos y profesionales integrantes de la organización están convencidos que, realizando cada uno sus tareas de forma óptima y sistemática consiguen un objetivo común de la calidad y así mantener un buen sistema administrativo dentro de la empresa (LLaréns, 2005).
- ❖ **Benchmarking:** es un proceso formal que comienza con la exhaustiva búsqueda e identificación de las organizaciones con las mejores prácticas, continúa con un estudio detallado de las prácticas y la performance de la propia organización, progresa a través de visitas y entrevistas sistematizadas a las empresas identificadas, y concluye con el análisis de resultados, desarrollo de recomendaciones e implementación del conocimiento adquirido sobre la mejor práctica” (Garvín, 1993).
- ❖ **La reingeniería de procesos:** es una técnica en virtud de la cual se analiza en profundidad el funcionamiento de uno o varios procesos dentro de una empresa con el fin de rediseñarlos por completo y mejorar radicalmente.
- ❖ **Outsourcing:** es el proceso por el cual una firma identifica una porción de su proceso de negocio que podría ser desempeñada más eficientemente y/o más efectivamente por otra corporación, la cual es contratada para desarrollar esa porción de negocio. Esto libera a la primera organización para enfocarse en la función central de su negocio.

- ❖ Reingeniería: es la revisión fundamental y el rediseño radical de procesos para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas y contemporáneas de rendimiento, tales como costos, calidad, servicio y rapidez.
- ❖ Salón de belleza: también llamado centro de belleza, instituto de belleza o estética, es un establecimiento en el que se prestan todo tipo de servicios relacionados con la belleza y el cuidado de la imagen, realizados por los esteticistas, como cuidado de la piel, peluquería, cuidado de manos, pies y uñas, estética facial o depilación, entre otros. Los salones de belleza pueden ofrecer varios servicios o ser centros especializados.
- ❖ ISO 9001: es una norma internacional acerca del sistema de gestión de calidad y que justamente se le atribuye a todas aquellas empresas públicas o privadas que disponen efectivamente de todos aquellos elementos que son necesarios para contar con una gestión de calidad que satisfaga ciento por ciento las necesidades y expectativas de sus clientes.
- ❖ Optimizar: conseguir que algo llegue a situación óptima o dé los mejores resultados posibles.
- ❖ ONG: Organización no gubernamental, se utiliza para identificar a organizaciones que no son parte de las esferas gubernamentales ni son empresas cuyo fin fundamental es el lucro.
- ❖ OIT: Organización Internacional del Trabajo.
- ❖ UIT: Unidad Impositiva Tributaria (UIT) es un valor de referencial que puede ser utilizado en las normas tributarias para determinar las bases imponibles, deducciones, límites de afectación y demás aspectos de los tributos que considere conveniente el legislador. Actualmente en el Perú tiene un valor de S/. 4,200 soles.

- ❖ Subsistencia: subsistencia es un término usado para definir aquello empleado para el sustento o mantenimiento de un mismo a través de los medios necesarios.
- ❖ Erario: conjunto de los recursos financieros de la Administración del Estado, ya sean en forma de dinero, valores o créditos obtenidos tanto por operaciones presupuestarias como extrapresupuestarias. La Administración pública constituye el conjunto de órganos y personas que en un estado se encargan de gestionar los intereses públicos, manteniendo el orden, protegiendo el ejercicio normal de los derechos, facilitando la convivencia social y procurando la conservación y el desarrollo de todos los factores que sirven al interés general.
- ❖ Esgrimir: usar una cosa no material para atacar o defenderse o para lograr algo.
- ❖ PIB: producto interno bruto.
- ❖ PBI: producto bruto interno.

III. HIPÓTESIS

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

Identificación de las variables de la hipótesis general:

- variable independiente: Gestión de Calidad
- variable dependiente: Beneficios

IV. METÓDLOGIA

4.1. Diseño de la investigación

Para llevar a cabo la investigación, se tuvo como característica el diseño descriptivo no experimental – transversal y cuantitativo.

4.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación fue de enfoque Cuantitativo, porque para el procesamiento y análisis de datos se utilizó la matemática y la estadística.

Nivel de investigación

Fue descriptivo.

4.1. Población y Muestra

La población para este estudio fueron los gerentes de las MYPES del sector servicio – rubro Salón de Belleza, de urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018. Se determinó la muestra con datos proporcionados por la SUNAT, eligiendo a 16 establecimientos con denominación salón de belleza; determinando una muestra censal de 16 gerentes debido a que la población fue respectivamente pequeña. (Fuente SUNAT Lima), se anexa la relación de los salones de belleza (Anexo 1).

4.2. Definición y operacionalización de variables

VARIABLE INDEPENDIENTE		Definición operacional			Escala de medición
		DIMENSIONES		INDICADORES	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
GESTIÓN DE CALIDAD	Se entiende por gestión de calidad al conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una empresa Pola, (2009).	Planificar	La planificación es seleccionar información y hacer suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias para realizar los objetivos organizacionales	Objetivos	Escala de Lickert
				Metas	Escala de Lickert
				Políticas	Escala de Lickert
				Estrategias	Escala de Lickert
		Organizar	Organizar es establecer procesos, su número está sujeto a reglas, orden, armonía y dependencia de las partes que componen un todo.	Procesos	Escala de Lickert
				Instrumento de gestión	Escala de Lickert
				Orden	Escala de Lickert
				Integración de personal	Escala de Lickert
		controlar	Es una etapa del proceso que permite inspeccionar, fiscalizar, comprobar y evaluar que las tareas se realicen de acuerdo a lo establecido para que se alcancen los objetivos planteados.	Inspeccionar	Escala de Lickert
				Fiscalizar	Escala de Lickert
				Comprobar	Escala de Lickert
				Evaluar	Escala de Lickert

VARIABLE DEPENDIENTE		Definición operacional			Escala de medición
		DIMENSIONES		INDICADORES	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
BENEFICIOS DE LAS MYPES	Busca lograr su mejor desempeño mediante la productividad y la competitividad que producen rentabilidad para la organización. (Hernández y Rodríguez, 2006)	Productividad	La productividad es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor utilizado (trabajador, capital, tiempo, costes, etc.) durante un periodo determinado.	Motivación	Escala de Lickert
				Externalización	Escala de Lickert
				Tecnología	Escala de Lickert
				Mejora de Procesos	Escala de Lickert
		Rentabilidad	La rentabilidad es el criterio que mueve el desarrollo de las empresas de capitales y las empuja a la innovación constante, a la búsqueda de nuevos mercados, nuevas oportunidades de negocios, etc.	Innovación	Escala de Lickert
				Expansión	Escala de Lickert
				Oportunidades	Escala de Lickert
		Desarrollo Organizacional	El desarrollo organizacional es el conjunto de técnicas, herramientas y prácticas destinadas a mantener un correcto funcionamiento de una empresa, grupo u organización, dinamizando los procesos y generando un favorable ámbito de trabajo.	Técnicas	Escala de Lickert
				Herramientas	Escala de Lickert
				Prácticas	Escala de Lickert

4.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.3.1. Técnica

Se utilizó la técnica de encuesta de 22 preguntas, enfocadas en la gestión de calidad y los beneficios de las MYPES.

4.3.2. Instrumento

El instrumento que se utilizó para conseguir los datos de la investigación fue el cuestionario estructurado de (22) preguntas cerradas, de los cuales (12) preguntas relacionados a la gestión de calidad y (10) preguntas relacionados a los beneficios de las MYPES, el cuestionario posee cinco alternativas de respuesta (escala de Likert): Nunca (1), casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4), siempre (5).

4.4. Plan de análisis

Se utilizó técnicas y medidas de la estadística descriptiva, porque se clasificó, organizó, representó y resumió (en suma hacer entendible) la información obtenida de las variables observadas sobre una muestra representativa, lo cual permitió emitir conclusiones para toda una población a partir de la información obtenida en la muestra.

En cuanto a la estadística descriptiva, se utilizaron: tablas de frecuencia absoluta y relativa (porcentual). Estas tablas servirán para la presentación de los datos procesados y ordenados según sus categorías, niveles o clases correspondiente.

4.5. Matriz de consistencia

ENUNCIADO	OBJETIVOS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	HIPOTESIS	METODOLOGÍA	INSTRUMENTOS
<p>¿Cuál es influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del sector servicio – rubro Salón de Belleza, de Urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho Lima, 2018?</p>	<p>OBJETIVOS GENERALES</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del sector servicio – rubro Salón de Belleza, de urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018. <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar las características de una Gestión de Calidad en las MYPES del sector servicio – rubro Salón de Belleza, de la urbanización Canto Rey, San Juan de Lurigancho, Lima 2018. Determinar los beneficios que se logra con la aplicación de una gestión de calidad en las MYPES del sector servicio – rubro Salón de Belleza, de urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018. Determinar si la Gestión de calidad influye en los beneficios de las MYPES del sector servicio – rubro Salón de Belleza, de urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018. 	<p>VARIABLES INDEPENDIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> Gestión de Calidad <p>VARIABLES DEPENDIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Beneficios 	<p>POBLACIÓN:</p> <p>estuvo conformada por 16 MYPES del sector servicio – rubro salón de belleza, de Urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018.</p> <p>MUESTRA:</p> <p>16 MYPES</p>	<p>La gestión de calidad si influye a los beneficios.</p>	<p>Tipo:</p> <p>El tipo de investigación será de enfoque cuantitativo y nivel descriptivo.</p> <p>Nivel:</p> <p>El nivel de investigación será descriptivo; porque la recolección de datos se realizara en la realidad natural, sin manipular ninguna variable (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).</p> <p>Diseño:</p> <p>El diseño será descriptivo no experimental, transaccional o transversal.</p>	<p>Técnica:</p> <p>La encuesta.</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p> <p>Escala:</p> <p>Likert</p>

4.6. Principios éticos

El presente estudio que se realizó, tiene la finalidad de dar a conocer al emprendedor la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES rubro salón de belleza, de urbanización Canto Rey, del distrito San Juan de Lurigancho, Lima 2018, se realizó bajo los parámetros de ética que menciona las normas de la ULADECH, en el reglamento de investigación versión 11 del artículo respetando las metodologías de la investigación científica, bajo el comportamiento ético del investigador. (Domínguez, 2015).

- Principios de Confidencialidad: donde se guardará la confidencialidad, no exponiendo los resultados y guardando la intimidad de las personas, así mismo solo se publicará la información que desee se publique el dueño de las MYPES quien proporciona la información.
- Principios de confiabilidad: los datos que se presenten son reales y contundentes.
- Respecto a la persona humana: se respetará las ideas, creencias de las personas, para la elaboración del trabajo de investigación siempre buscando el bien común.
- El principio de justicia: que se cumplirá mediante el trato adecuado antes, durante, después del proceso de recolección de datos.
- El conocimiento informado: que se cumplirá informando los elementos de la muestra sobre el objetivo del cuestionario estructurado.
- Honestidad: cuidando que los resultados solamente se utilizarán para los efectos del trabajo de investigación.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Sobre las características de la gestión de calidad

a) Indicador Planificar

Tabla 1.

La empresa establece los objetivos y políticas

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	0	0.0%
a veces	0	0.0%
casi siempre	7	43.8%
siempre	9	56.3%
total	16	100.0%

Interpretación: Del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 56.3% manifiestan que siempre establecen los objetivos y políticas, mientras que el 43.8% indican que casi siempre establecen los objetivos y políticas.

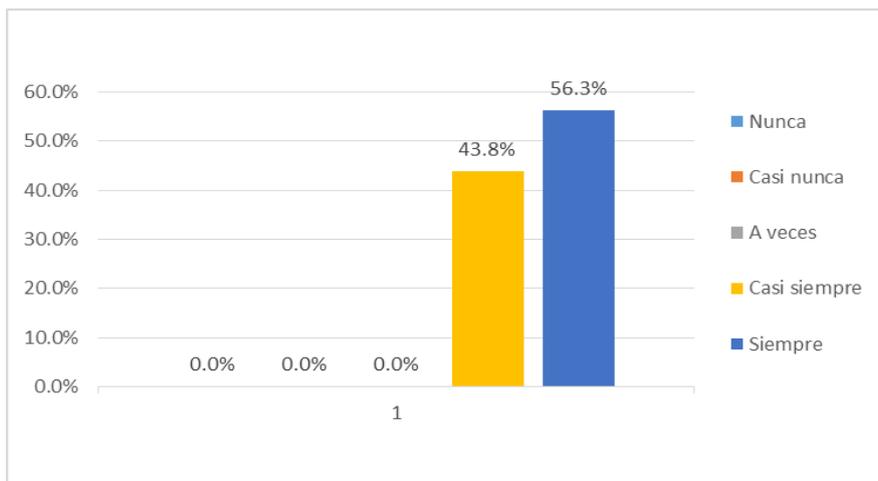


Figura 1. Objetivos

Tabla 2.

La empresa planifica las metas que quiere lograr

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	0	0.0%
a veces	2	12.5%
casi siempre	7	43.8%
siempre	7	43.8%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 43,8% manifiestan que siempre planifican las metas que quieren lograr, asimismo el 43.8% indican que casi siempre, mientras que el 12.5% indican que a veces planifican las metas que quieren lograr.

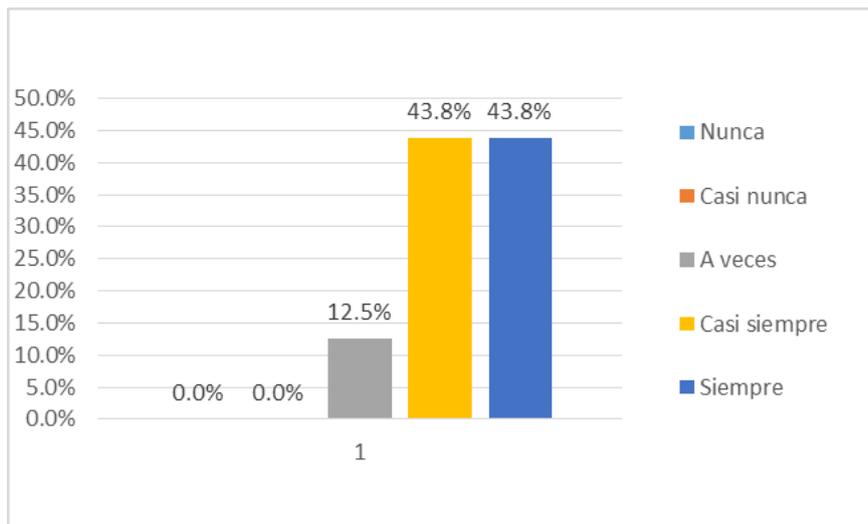


Figura 2. Metas

Tabla 3.

La empresa se rige a las políticas establecidas

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	6	37.5%
a veces	3	18.8%
casi siempre	4	25.0%
siempre	3	18.8%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 37,5% manifiestan que casi nunca se rigen a las políticas establecidas, mientras que el 25.0% indican que casi siempre, seguido el 18.8% indican que siempre, y un 18.8% indican que a veces se rigen a las políticas establecidas.

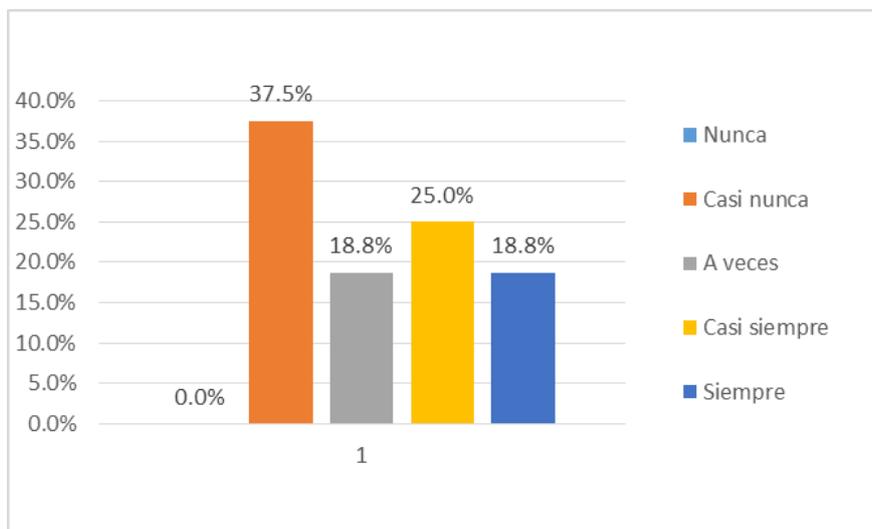


Figura 3. Políticas

Tabla 4.

La empresa cuenta con estrategias para cumplir objetivos de calidad

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	0	0.0%
a veces	0	0.0%
casi siempre	7	43.8%
siempre	9	56.3%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 56.3% manifiestan que siempre cuentan con estrategias para cumplir objetivos de calidad, mientras que el 43.8% indican que casi siempre cuentan con estrategias para cumplir objetivos de calidad.

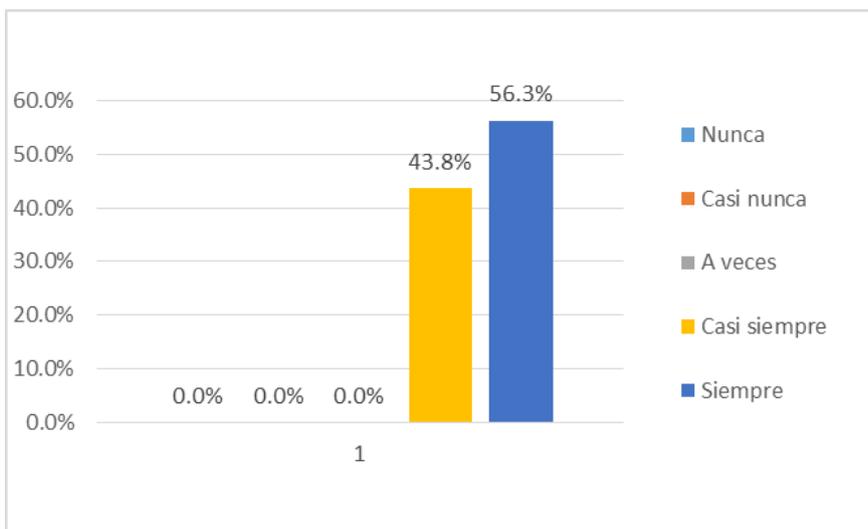


Figura 4. Estrategias

b) Indicador Organizar

Tabla 5.

La empresa emplea mapa de procesos en la organización para una buena gestión de calidad

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	3	18.8%
a veces	4	25.0%
casi siempre	6	37.5%
siempre	3	18.8%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 37,5% manifiestan que casi siempre emplean mapa de procesos en la organización para una buena gestión de calidad, mientras que un 25.0% que indican a veces, asimismo un 18.8% que manifiestan siempre, y un 18.8% que indican casi nunca emplean mapa de procesos en la organización para una buena gestión de calidad.

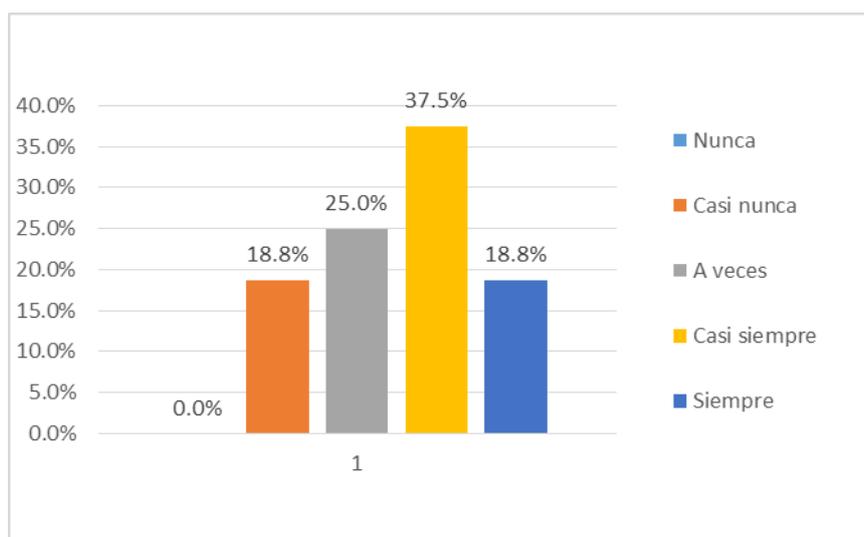


Figura 5. Procesos

Tabla 6.

Sus colaboradores tienen conocimientos sobre los instrumentos de gestión (MOF, ROF), que la empresa posee

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	0	0.0%
a veces	0	0.0%
casi siempre	6	37.5%
siempre	10	62.5%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 62.5% manifiestan que siempre sus colaboradores tienen conocimientos sobre los instrumentos de gestión (MOF, ROF), que la empresa posee, mientras que el 37.5% indican que casi siempre sus colaboradores tienen conocimientos sobre los instrumentos de gestión (MOF, ROF), que la empresa posee .

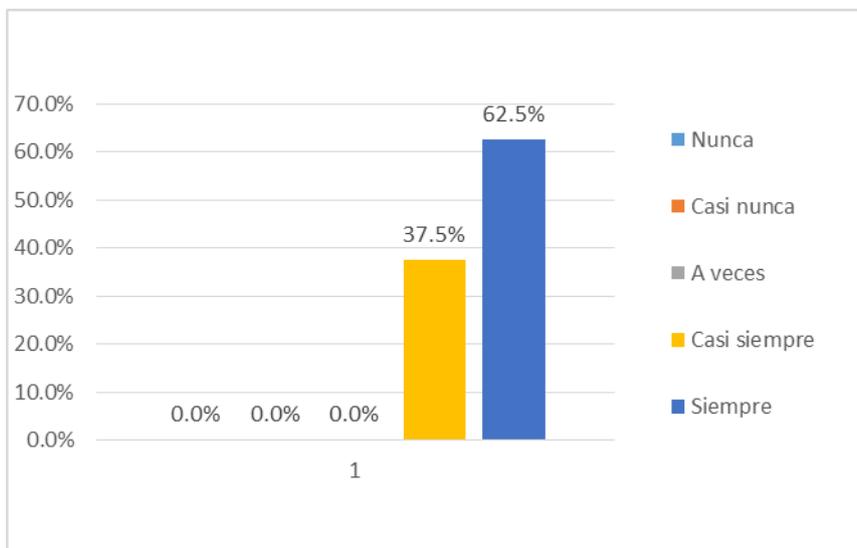


Figura 6. Instrumento de gestión

Tabla 7.

La empresa dispone de una descripción escrita de los puestos de trabajo

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	2	12.5%
a veces	4	25.0%
casi siempre	3	18.8%
siempre	7	43.8%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 43.8% manifiestan que siempre disponen de una descripción escrita de los puestos de trabajo, mientras que un 25.0% indican que a veces, seguido de un 18.8% que manifiestan casi siempre, y un 12.5% que indican casi nunca disponen de una descripción escrita de los puestos de trabajo.

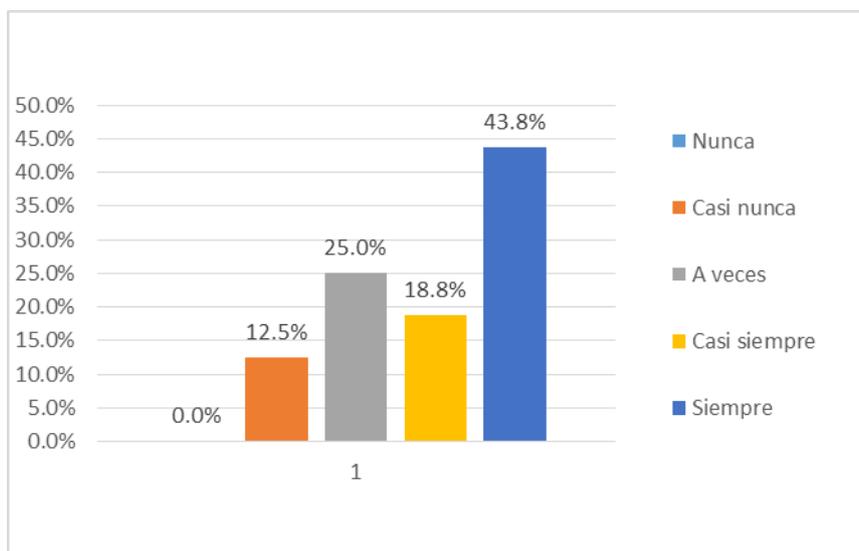


Figura 7. Orden

Tabla 8.

La empresa se preocupa por el clima laboral de sus empleadores

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	0	0.0%
a veces	0	0.0%
casi siempre	3	18.8%
siempre	13	81.3%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 81.3% manifiestan que siempre la empresa se preocupa por el clima laboral de sus colaboradores, mientras que el 18.8% indican que casi siempre la empresa se preocupa por el clima laboral de sus colaboradores.

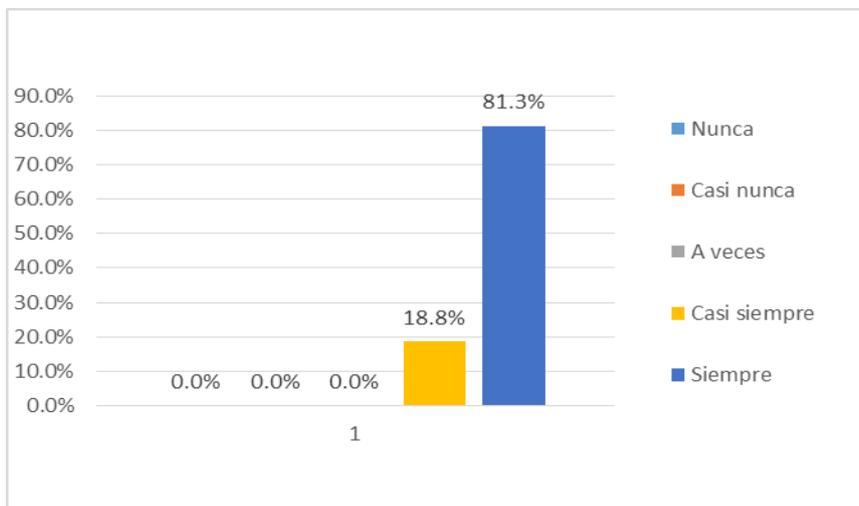


Figura 8. Integración de personal

c) Indicador Control

Tabla 9.

La empresa inspecciona las metas y objetivos propuestos, a fin obtener una buena gestión de calidad

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	1	6.3%
casi nunca	5	31.3%
a veces	2	12.5%
casi siempre	8	50.0%
siempre	0	0.0%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 50.0% manifiestan que casi siempre inspeccionan las metas y objetivos propuestos, a fin de obtener una buena gestión de calidad, mientras que un 31.3% indican que casi nunca, asimismo un 12.5% manifiestan que a veces, y un 6.3% indican que nunca inspeccionan las metas y objetivos propuestos, a fin de obtener una buena gestión de calidad.

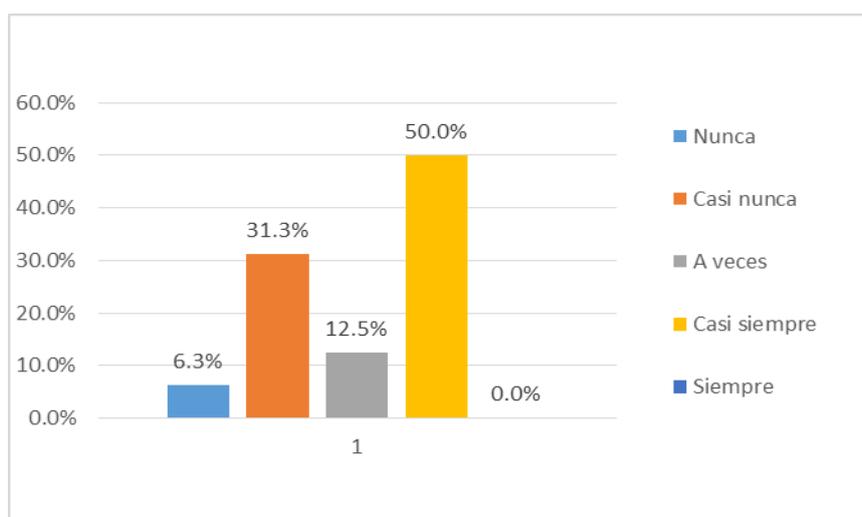


Figura 9. Inspeccionar

Tabla 10

La empresa examina sus actividades para comprobar si cumple con las normativas vigentes

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	3	18.8%
a veces	5	31.3%
casi siempre	8	50.0%
siempre	0	0.0%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 50.0% manifiestan que casi siempre examinan sus actividades para comprobar si cumplen con las normativas vigentes, mientras que un 31.3% indican que a veces, seguido de un 18.8% indican que casi nunca examinan sus actividades para comprobar si cumplen con las normativas vigentes.

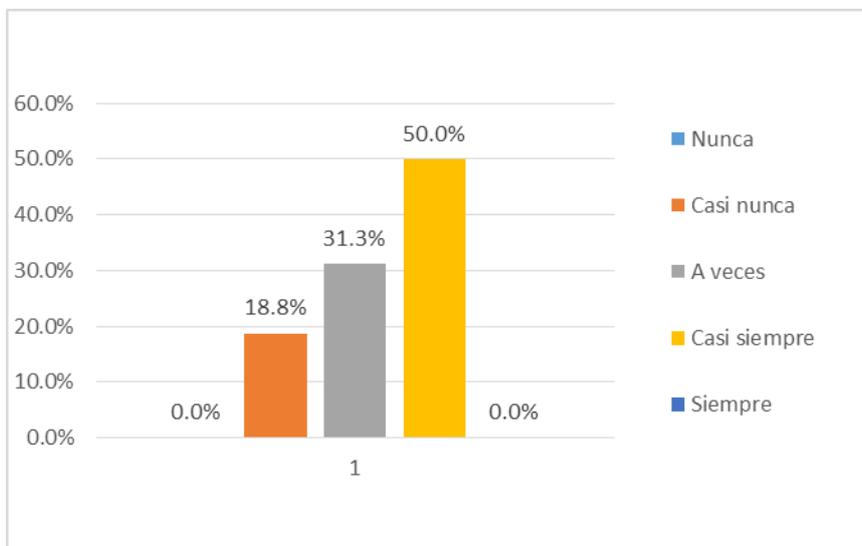


Figura 10. Fiscalizar

Tabla 11.

La empresa evalúa la gestión de calidad del servicio que brinda

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	3	18.8%
a veces	7	43.8%
casi siempre	5	31.3%
siempre	1	6.3%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 43.8% manifiestan que a veces evalúan la gestión de calidad del servicio que brinda, mientras que un 31.3% indican que casi siempre, seguido un 18.8% indican que casi nunca, y un 6.3% que indican siempre evalúan la gestión de calidad de los servicios que brindan.

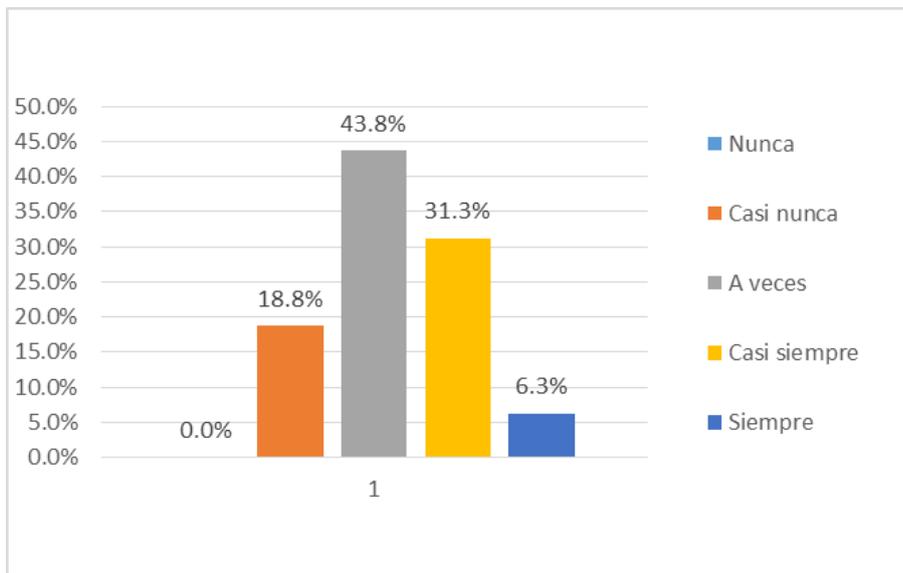


Figura 11. Comprobar

Tabla 12.

La empresa evalúa la calidad de servicio que brindan sus colaboradores

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	1	6.3%
a veces	5	31.3%
casi siempre	7	43.8%
siempre	3	18.8%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 43.8% manifiestan que casi siempre evalúan la calidad de servicio que brindan sus colaboradores, mientras que un 31.3% indican que a veces, no obstante un 18.8% indican que siempre, y un 6.3% indican que casi nunca evalúan la calidad de servicio que brindan sus colaboradores.

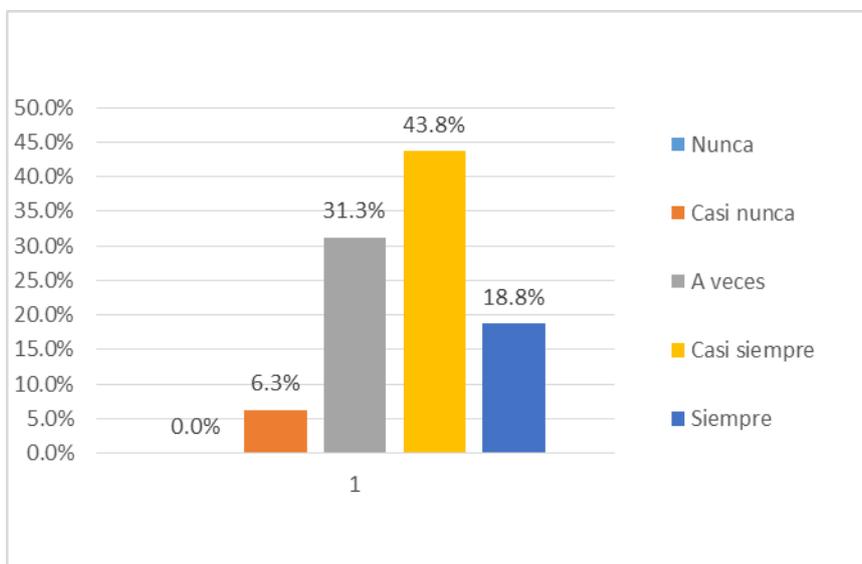


Figura 12. Evaluar

Sobre las características de los beneficios de las MYPES

d) Indicador Productividad

Tabla 13.

La empresa reconoce el desempeño de sus colaboradores

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	2	12.5%
a veces	5	31.3%
casi siempre	7	43.8%
siempre	2	12.5%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 43.8% manifiestan que casi siempre reconocen el desempeño de sus colaboradores, mientras que un 31.3% indican que a veces, del mismo modo un 12.5% indican que casi nunca, y un 12.5% indican que siempre reconocen el desempeño de sus colaboradores.

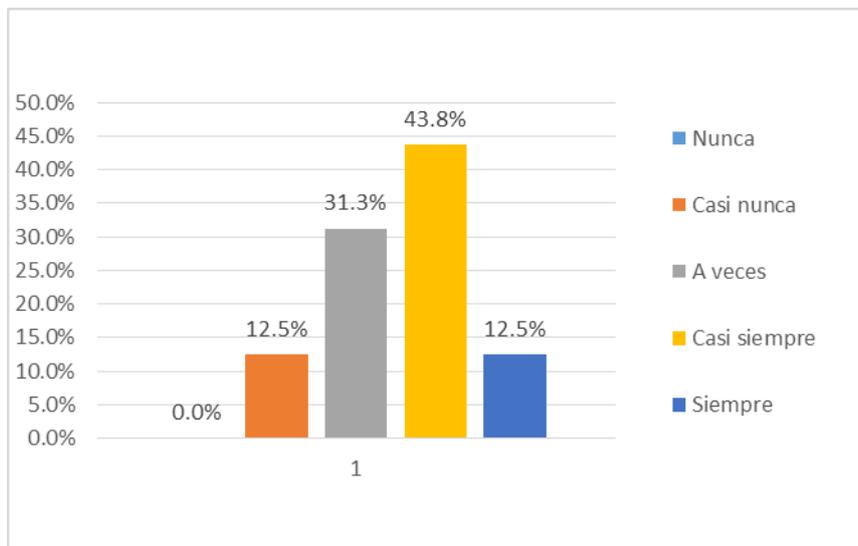


Figura 13. Motivación

Tabla 14.

Cree que es bueno que la empresa cuente con los servicios de terceras a fin de reducir costos

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	4	25.0%
casi nunca	5	31.3%
a veces	6	37.5%
casi siempre	1	6.3%
siempre	0	0.0%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 37.5% manifiestan que a veces creen que es bueno que se cuente con los servicios de terceros a fin de reducir costos, seguido de un 31.3% indican que casi nunca, del mismo modo un 25.0% indican que nunca, y sólo un 6.3% indican que casi siempre creen que es bueno que se cuente con los servicios de terceros a fin de reducir costos.

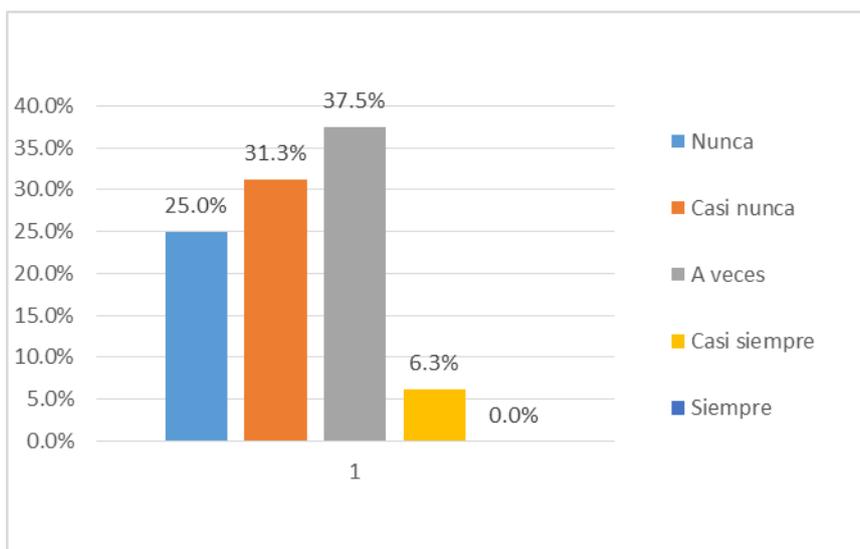


Figura 14. Externalización

Tabla 15.

La empresa cuenta con tecnología de punta, para el servicio que ofrece

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	2	12.5%
casi nunca	7	43.8%
a veces	6	37.5%
casi siempre	1	6.3%
siempre	0	0.0%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 43.8% manifiestan que casi nunca cuentan con tecnología de punta, asimismo un 37.5% indican que a veces, seguido de un 12.5% que manifiestan nunca, mientras que un 6.3% indican que casi siempre cuentan con tecnología de punta.

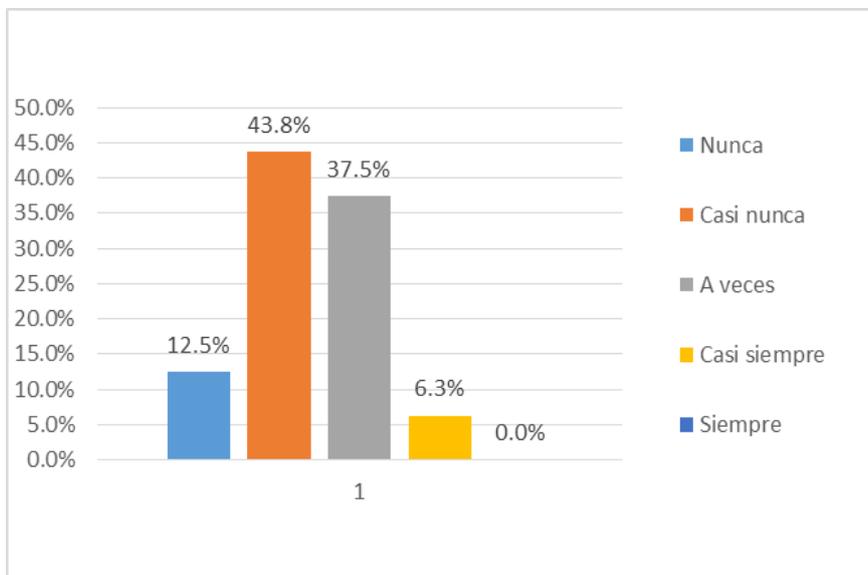


Figura 15. Tecnología

Tabla 16.

La empresa realiza mejora continua en los servicios que ofrece

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	2	12.5%
casi nunca	7	43.8%
a veces	6	37.5%
casi siempre	1	6.3%
siempre	0	0.0%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 43.8% manifiestan que casi nunca realizan mejora continua en los servicios que ofrecen, asimismo un 37.5% indican que a veces, seguido de un 12.5% que manifiestan nunca, mientras que un 6.3% indican que casi siempre realizan mejora continua en los servicios que ofrecen.

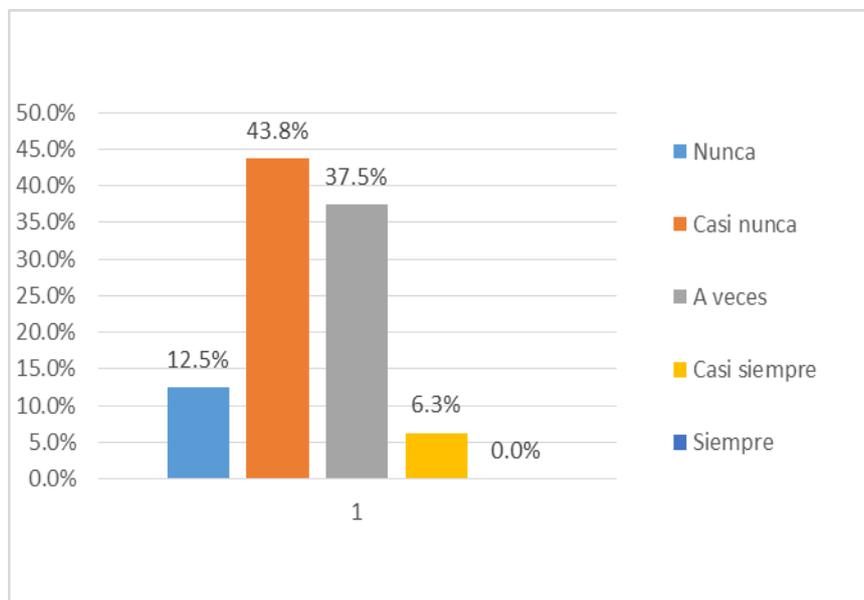


Figura 16. Mejora de parecos

e) Indicador Rentabilidad

Tabla 17.

La empresa innova los servicios que brinda en un tiempo determinado

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	2	12.5%
a veces	5	31.3%
casi siempre	6	37.5%
siempre	3	18.8%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 37.5% manifiestan que casi siempre innovan los servicios que brindan en un tiempo determinado, mientras que un 31.3% indican que a veces, no obstante un 18.8% indican que siempre, y un 12.5% indican que casi nunca innovan los servicios que brindan en un tiempo determinado.

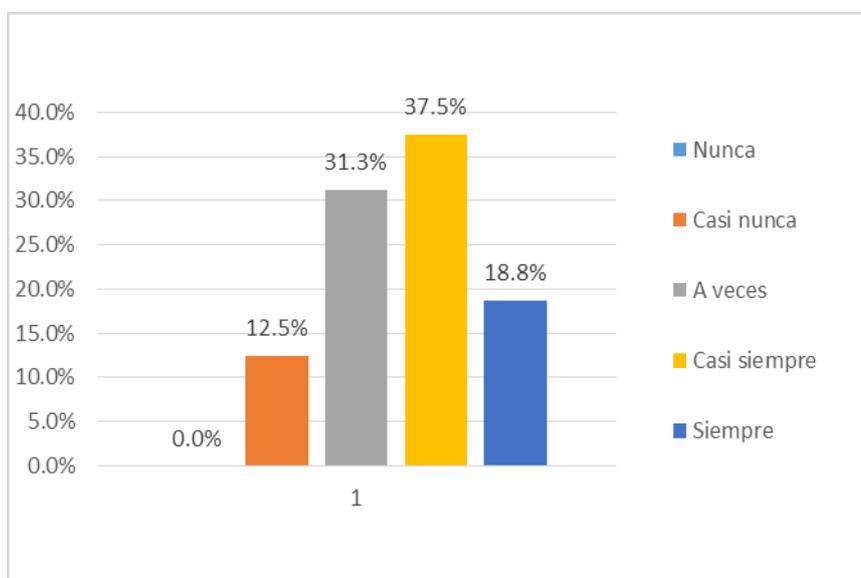


Figura 17. Innovación

Tabla 18.

La empresa ha logrado expandir su mercado

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	6	37.5%
casi nunca	3	18.8%
a veces	4	25.0%
casi siempre	2	12.5%
siempre	1	6.3%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 37.5% manifiestan que nunca han logrado expandir su mercado, seguido de un 25.0% indican que a veces, asimismo un 18.8% indican que casi nunca, mientras que un 12.5% indican que casi siempre, y un 6.3% manifiestan que siempre han logrado expandir su mercado.

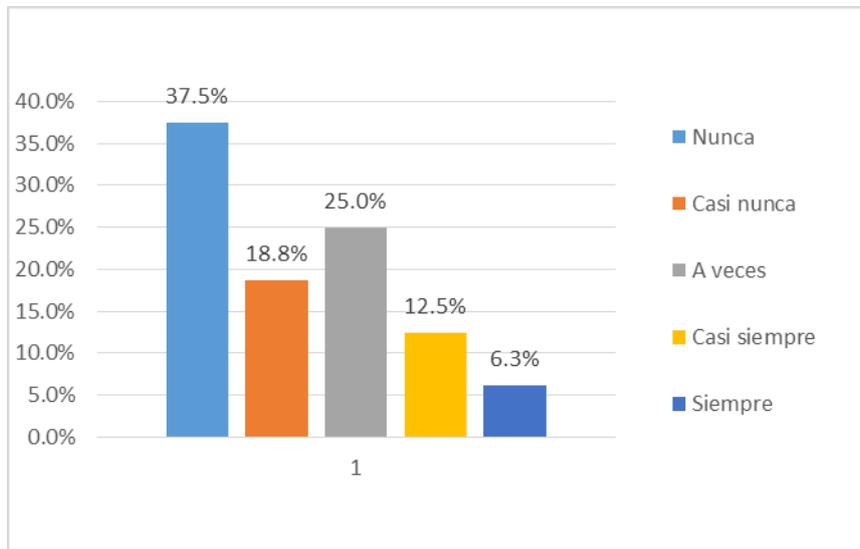


Figura 18. Expansión

Tabla 19.

La empresa ha logrado obtener nuevas oportunidades

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	0	0.0%
a veces	2	12.5%
casi siempre	10	62.5%
siempre	4	25.0%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 62.5% manifiestan que casi siempre han logrado obtener nuevas oportunidades, mientras que un 25.0% indican que siempre, seguido de un 12.5% indican que a veces han logrado obtener nuevas oportunidades.

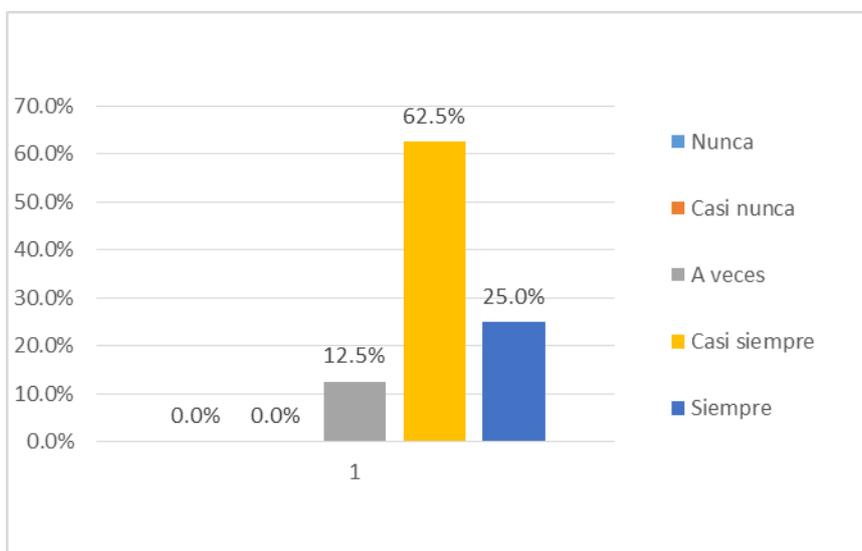


Figura 19. Oportunidades

f) Indicador Desarrollo Organizacional

Tabla 20.

Las técnicas empleadas han ayudado al desarrollo de la empresa

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	0	0.0%
a veces	5	31.3%
casi siempre	5	31.3%
siempre	6	37.5%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 37.5% manifiestan que siempre las técnicas empleadas ha ayudado al desarrollo de la empresa, asimismo un 31.3% indican que casi siempre, y un 31.3% indican que a veces las técnicas empleadas ha ayudado al desarrollo de la empresa.

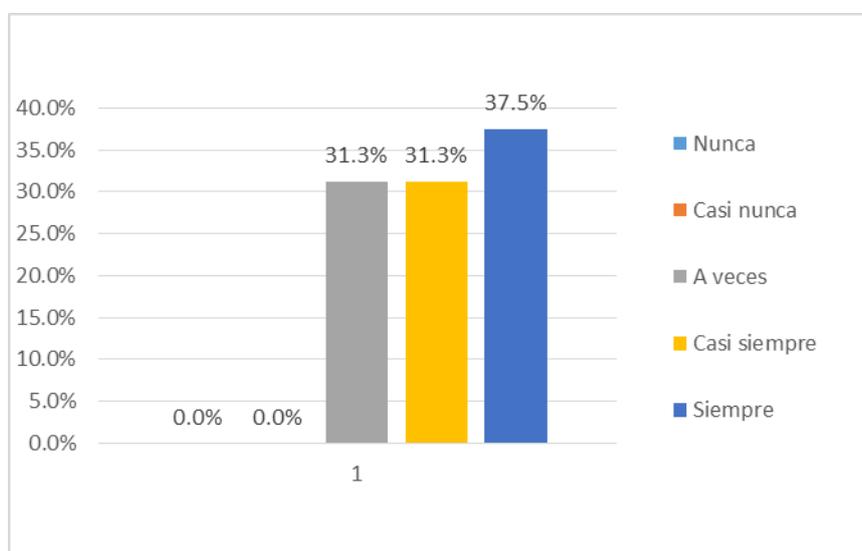


Figura 20. Técnicas

Tabla 21.

La empresa emplea herramientas de gestión para lograr sus objetivos

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	3	18.8%
a veces	5	31.3%
casi siempre	5	31.3%
siempre	3	18.8%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 31.3% manifiestan que casi siempre cuentan con herramientas de gestión para lograr sus objetivos, asimismo un 31.3% indican que a veces, seguido de un 18.8% que indican casi nunca, mientras que un 18.8% manifiestan que siempre cuentan con herramientas necesarias para lograr una buena gestión de sus objetivos.

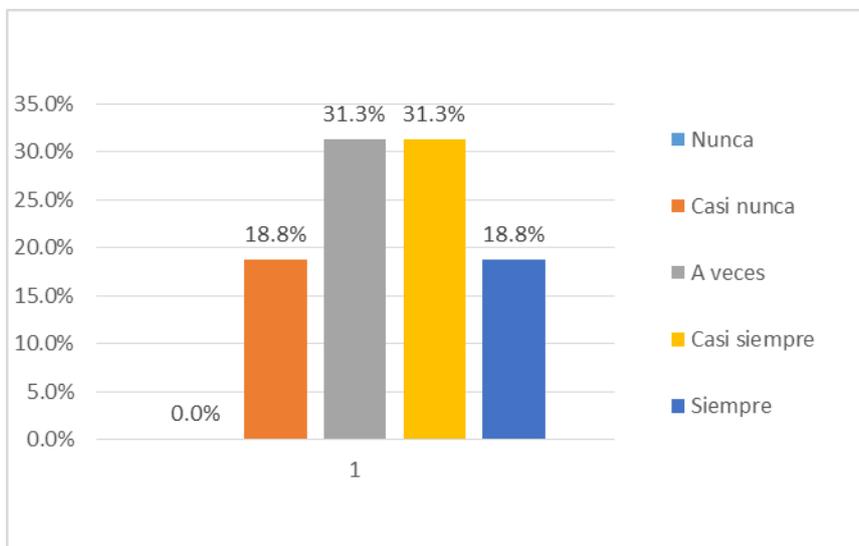


Figura 21. Herramientas

Tabla 22.

La empresa se preocupa por la satisfacción de sus clientes

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
nunca	0	0.0%
casi nunca	0	0.0%
a veces	4	25.0%
casi siempre	5	31.3%
siempre	7	43.8%
total	16	100.0%

Interpretación: del total de empresarios encuestados de las MYPES se observa que el 43.8% manifiestan que siempre se preocupan por la satisfacción de sus clientes, asimismo un 31.3% indican que casi siempre y un 25.0% indican que a veces se preocupan por la satisfacción de sus clientes.

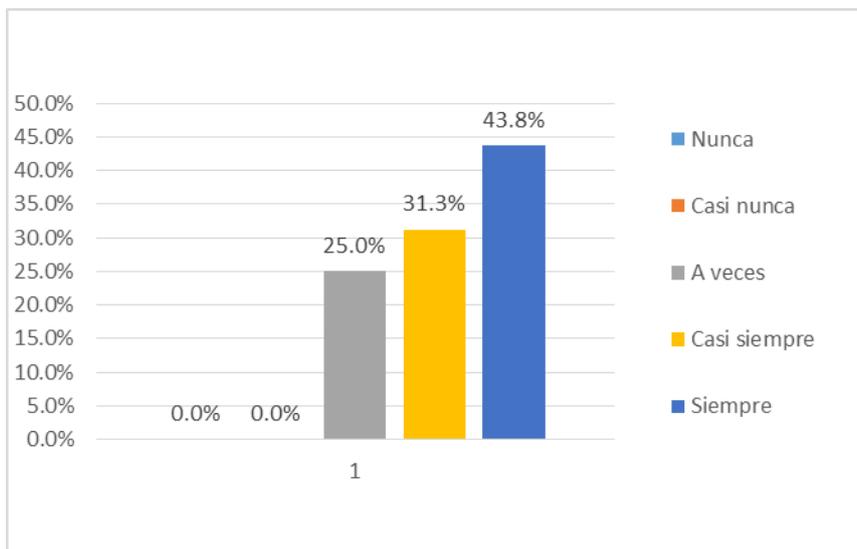


Figura 22. Prácticas

5.2. Análisis de los resultados

Análisis de los resultados respecto de la gestión de calidad de las MYPES del sector servicio – rubro salón de belleza, urbanización Canto Rey, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2018.

a. Respecto al indicador planificar

- ✓ En la tabla 01. Objetivos. El 56.3% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que siempre establecen los objetivos y políticas de la empresa (ver gráfico 01). Investigación que contrasta con los resultados obtenidos por Angúlo, (2018) que indica que el 58,3% determinan sus políticas y objetivos las mismas que cumplen tal como se estableció.
- ✓ En la tabla 02. Metas. El 12.5% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que a veces planifican las metas que quieren cumplir (ver gráfico 02). En la investigación desarrollado por Auccacusi, (2016) contrastamos que sólo el 8% de los encuestados señalaron cumplir con los objetivos de la empresa.
- ✓ En la tabla 03. Políticas. El 37.5% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que casi nunca se rigen a las políticas establecidas (ver gráfico 03). Investigación que contrasta con los resultados obtenidos por Auccacusi, (2016) que el 48% de los encuestados señalaron que casi nunca toman en cuenta la política de calidad.
- ✓ En la tabla 04. Estrategias. El 56.3% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que siempre cuentan con estrategias para cumplir objetivos de calidad (ver gráfico 04). Esto se contradice con los resultados obtenidos por Quiñones, (2015) que indica el 92,86% refirió que no tenían definido los objetivos de calidad.

b. Respecto al indicador organizar

- ✓ En la tabla 05. Procesos. El 37.5% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que casi siempre emplean mapa de procesos en la organización para una buena gestión de calidad (ver gráfico 05). Esta investigación guarda realización con los resultados obtenidos por Herrera, (2015) que todo sistema de calidad en la atención al cliente se implanta para asegurar que se cumplan las políticas de calidad total de la organización y debe tener en cuenta el servicio que se va a suministrar al cliente y el proceso de entrega del servicio al cliente; no obstante se contradice con los resultados obtenidos por Villaorduña, (2016) quien concluye indicando que no se da una buena gestión de calidad en las empresas ya que un alto porcentaje de desconocimiento en llegar a cabo una adecuada mezcla promocional, motivo por el cual en su mayoría no logran alcanzar las expectativas deseadas.
- ✓ En la tabla 06. Instrumento de gestión. El 62.5% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que siempre sus colaboradores tienen conocimientos sobre los instrumentos de gestión (MOF, ROF), que la empresa posee (ver gráfico 06). Esta investigación se contradice con los resultados obtenidos por Quiñones, (2015) que indica el 46,43% no cumplen con manejar adecuadamente los documentos y registros respectivamente.
- ✓ En la tabla 07. Orden. El 43.8% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que siempre disponen de una descripción escrita de los puestos de trabajo (ver gráfico 07). Esta quiere decir que los colaboradores conocen sus obligaciones, así poder cumplir con las labores encomendadas por los empleadores.
- ✓ En la tabla 08. Integración de personal. El 81.3% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que siempre la empresa se preocupa por el clima laboral de sus

colaboradores (ver gráfico 08). Esto demuestra que los trabajadores son importantes en toda organización, por ello es necesario incentivarlo ya que un trabajador motivado genera rentabilidad de la MYPE.

c. Respecto al indicador control

- ✓ En la tabla 09. Inspeccionar. El 81.3% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que casi siempre inspeccionan las metas y objetivos propuestos, a fin de obtener una buena gestión de calidad (ver gráfico 09). Esto demuestra que la mayoría de los empresarios si se preocupan por lograr una gestión de calidad en los servicios que brindan.
- ✓ En la tabla 10. Fiscalizar. El 50.0% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que casi siempre examinan sus actividades para comprobar si cumplen con las normativas vigentes (ver gráfico 10). Esto demuestra que los empresarios están sujetos al cumplimiento a las normativas vigentes estipuladas, a fin de evitar incidentes.
- ✓ En la tabla 11. Comprobar. El 43.8% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que a veces evalúan la gestión de calidad de los servicios que brindan (ver gráfico 11). Mientras que Herrera, (2015) concluye que para lograr la calidad en la atención al cliente se debe tener en cuenta la prestación que busca el cliente y la experiencia que vive en el momento que hace uso del servicio.
- ✓ En la tabla 12. Evaluar. El 43.8% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que casi siempre evalúan la calidad de servicio que brindan sus colaboradores (ver gráfico 12). Esta investigación guarda relación con Herrera, (2015) que concluye para lograr la calidad en la atención al cliente se debe tener en cuenta la prestación que busca el cliente y la experiencia que vive en el momento que hace uso del servicio.

Análisis de los resultados respecto a los beneficios de las MYPES del sector servicio – rubro salón de belleza, urbanización Canto Rey, Distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, 2018.

a. Respecto al indicador productividad

- ✓ En la tabla 13. Motivación. El 43.8% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que casi siempre reconocen el desempeño de sus colaboradores (ver gráfico 13). Esto demuestra que los trabajadores son importantes en toda organización, por ello es necesario incentivarlo ya que un trabajador motivado genera rentabilidad de la MYPE. Es de precisar Herrera, (2015) concluye que una de las claves que asegura una buena calidad en el servicio consiste en satisfacer o sobrepasar las expectativas que tienen los clientes respecto a la empresa.
- ✓ En la tabla 14. Externalización. El 37.5% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que a veces creen que es bueno que se cuente con los servicios de terceros a fin de reducir costos (ver gráfico 14). Esto quiere decir que aún no requieren de servicios terceros, debido que muchas de las MYPES están conformados de 2 a 3 colaboradores y ello abastece con la atención de su mercado.
- ✓ En la tabla 15. Tecnología. El 43.8% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que casi nunca cuentan con tecnología de punta (ver gráfico 15). Esto demuestra que si las empresas contaran con tecnología de punta se ahorraría dinero, el cual podría ser empleado para otras actividades.
- ✓ En la tabla 16. Mejora de Procesos. El 43.8% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que casi nunca realizan mejora continua en los servicios que ofrecen (ver gráfico 16). Mientras que Bonilla, (2017) nos manifiesta que el programa de sensibilización se realiza con la finalidad de mantener el Sistema de Gestión de la calidad en la empresa y

esto esté enfocado a satisfacer el aumento de las necesidades de los clientes y también tener una mejora continua de los procesos internos.

b. Respecto al indicador rentabilidad

- ✓ En la tabla 17. Innovación. El 37.5% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que casi siempre innovan los servicios que brindan en un tiempo determinado (ver gráfico 17). Esto quiere decir que las MYPES están pendientes a las necesidades que sus clientes.
- ✓ En la tabla 18. Mercado. El 37.5% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que nunca han logrado expandir su mercado (ver gráfico 18). Esto debido a que las MYPES encuestadas tienen un aproximado de 2 a 6 años de antigüedad, los que lograron expandirse son las MYPES que tienen 6 años funcionando.
- ✓ En la tabla 19. Oportunidades. El 62.5% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que casi siempre han logrado obtener nuevas oportunidades (ver gráfico 19). La investigación se relaciona con la conclusión obtenida de López, (2014) que manifiesta a lo largo de este trabajo se ha podido evidenciar que los salones de belleza es un negocio que tiene rentabilidad, pero para que tenga más rentabilidad deberían solicitar préstamos a los bancos y así mejorar sus locales o comprar activos fijos, esto beneficiaría, porque mejoraría la atención a los clientes dándoles mejores condiciones de servicio.

c. Respecto al indicador desarrollo organizacional

- ✓ En la tabla 20. Técnicas. El 37.5% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que siempre las técnicas empleadas han ayudado al desarrollo de la empresa (ver gráfico 20). Esto quiere decir que las MYPES se preocupan por el desarrollo de la empresa y el cual desean que el servicio que brindan sea de calidad por ello emplean siempre técnicas.

- ✓ En la tabla 21. Herramientas. El 31.3% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que casi siempre cuentan con herramientas de gestión para lograr sus objetivos (ver gráfico 21). Es de precisar Bonilla, (2017) manifiesta que la finalidad de ejecutar desarrollos formativos a todos los trabajadores del laboratorio, y sometiendo a prueba esta herramienta de gestión, para dirigir y posteriormente evaluar el desempeño de los procesos de la empresa y así lograr satisfacer las necesidades y las exigencias de los clientes.

- ✓ En la tabla 22. Prácticas. El 43.8% de empresarios encuestados de las MYPES, indican que siempre se preocupan por la satisfacción de sus clientes (ver gráfico 22). Esta investigación contrasta con los resultados obtenidos por Angúlo, (2018) que manifiesta el 75% mide la satisfacción del cliente analizando sus ventas, asimismo López, (2014) concluye que otro aspecto que deben mejorar es capacitar a sus empleados, lo que conllevaría a mejorar un mejor servicio para sus clientes y llegar a la satisfacción de los mismos.

CONCLUSIONES

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

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

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

Referencias

- Alcívar, y Moreira, (2014). *La Calidad del Servicio que brindan las Cooperativas de transportes de pasajeros intercantonales y su influencia en la satisfacción de los usuarios del Cantón Rocafuerte, 2012*. (Tesis titulación) Universidad Técnica de Manabí, Ecuador.
- Angúlo, Y. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro-restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015*. (Tesis titulación) Universidad los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3766>
- Armand, L. (2013). *El PBI de EEUU*. Stanpa. Washington D. C., EE.UU. Recuperado de <http://www.beautymarket.es/estetica/perfumeria-y-cosmetica-europeas-dan-empleo-a-cientificos-estetica-7812.php>
- Auccacusi, M. (2016). *Programa de gestión de calidad mediante la aplicación de la norma ISO 9001: 2008 para incrementar la calidad percibida de los huéspedes del hotel Antiguo Miraflores durante el año 2015*. (Tesis maestría) Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú. Recuperado de www.repositorio.academico.usmp.edu.pe:usmp/2343
- Bonilla, K. (2017). *En programa de sensibilización y capacitación basadas en el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015*. Universidad Militar Nueva Granada Facultad de Ingeniería Bogotá, Colombia. Recuperado de [https:// repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14875/bonilla%20arteaga%20kelly%20del%20pilar%202016.pdf?sequence=1](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14875/bonilla%20arteaga%20kelly%20del%20pilar%202016.pdf?sequence=1)
- Cámara de comercio España, (2017). *La importancia de implementar normas de calidad en tu empresa: ISO 9001*. Cámara de comercio España. Recuperado de:

<https://www.camara.es/blog/innovacion-y-competitividad/la-importancia-de-implementar-normas-de-calidad-en-tu-empresa-iso>

Coello, (2013). *Concepto de gestión de calidad*. Estados Unidos: Facultad de ciencias de la documentación. Recuperado de <http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento9854.pdf>

Conexión esan, (2018). *Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad*. Conexión esan. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>

El peruano, (31 de julio de 2013). *Crecerán MYPES exportadoras*. Diario Oficial El Peruano. Recuperado de <http://www.elperuano.com.pe/edición/noticia-creceran-MYPES-exportadoras-8499.aspx>.

Flores, (2014): *Diseño y desarrollo del Sistema de Gestión de la Calidad según la Norma ISO 9001:2008 para mejorar las actividades de los Servicios Administrativos que ofrece la Empresa Consolidated Group del Perú S.A.C.* (Tesis titulación) Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú. Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/701/1/flores_ghersi_sistema_gesti%c3%93n_consolidated.pdf

Gestión, (27 de abril de 2010). *Izaguirre, la avenida con el metro más caro del cono norte*. Gestión. Recuperado de <http://gestion.pe/noticia/468288/Izaguirre-avenida-metro-cuadrado-mas-caroo-norte>.

Hernández, y Pulido, (2015). *Fundamentos de gestión empresarial*. México: The McGraw-Hill. Recuperado el 22 de Junio de 2018.

Herrera, I. (2015). *La gestión de la calidad por procesos y la creación de una ventaja competitiva en la empresa ImporQuiven SA en la Ciudad de Ambato*, realizada en la Universidad Técnica De Ambato Facultad de Ciencias Administrativas. – Ecuador.

Hernández y Rodríguez, S. (2006). *Introducción a la administración: teoría general administrativa, origen, evolución y vanguardia*. Recuperado de <https://cucjonline.com/biblioteca/items/show/102>

Inga, C. (2016). *Salones de belleza. El comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/salones-belleza-son-preferidos-263507>

ISO 9001: 2000, (2000). Normas para la Gestión de la Calidad y el Aseguramiento de la calidad.

La república, (2017). *En el Perú, las cadenas de salones de belleza facturan más de S/ 8 millones al año*. La república. Recuperado de: <https://larepublica.pe/economia/1046521-en-el-peru-las-cadenas-de-salones-de-belleza-facturan-mas-de-s-8-millones-al-ano>

Lastra, E. (2010). *Lo que debe hacerse en el mundo de las micro y pequeña empresa*. Mundo MYPE. Recuperado de <http://www.mundoMYPE.com/pages/articulo.php?id=470>.

López, (2014). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio–rubro salón de belleza-SPA del Distrito de Lince, provincia de Lima, departamento de Lima –período 2012 –2013*. (Tesis Titulación) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe>

Maldonado, (2014). *El PBI de Ecuador*. Revista Gestión. Quito, Ecuador. Extraído de: <http://www.revistagestion.ec/wpcontent/uploads/2014/02/Edicion-233-Empresarial.pdf>

Martínez, (2012). Martínez, (Ed) *las Mypes en el Perú* (pp188-189). Lima, L: Martínez.

Ministerio de la producción, (2012). *Dirección General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad Territorial: MYPE 2011*. Estadísticas de la micro y pequeña empresa. Lima. Perú.

Ochoa, V. (2013). *El 43% de los 15 mil centros de belleza en Lima es informal*. Diario Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/43-15-mil-centros-belleza-lima-informal-31513>

Organización Internacional del Trabajo (OIT) y proyecto centroamericano de apoyo a programas de microempresa. *La Microempresa en América Central*. San José, Costa Rica 200. Web. <http://www.oit.or.cr/oitpapers/promicro/microempresa.shtml>

Pola, A. (2016). *Gestión de la calidad*. Barcelona, ES: Marcombo, 1988. ProQuest ebrary. Web. 15 October 2016.

Quiñones, (2015). *El sistema de gestión de la calidad basada en la norma internacional organization for standardization ISO 9001-2015 y su implementación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro enseñanza, nivel inicial -Chimbote, 2016*. (Tesis Titulación) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe>

Villaorduña, D. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz 2016*. (Tesis titulación) Universidad los Ángeles de Chimbote, Huaraz, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3766>

Zavala (2013). *Teoría de gestión de calidad*. México. Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de <https://prezi.com/vn5mbeo3ceko/teoria-de-gestion-de-calidad/>

ANEXOS

Anexo N° 01: Directorio de las MYPES del sector servicio – rubro salón de belleza de la urbanización Canto Rey, del distrito de San Juan de Lurigancho, Lima.

N°	Nombre comercial	Tipo	Tamaño	Ubicación
1	SALÓN & SPA LUCIANA	E.I.R.L.	Micro empresa	Jr. Rio Ucayali N° 544 Urb. Canto Rey
2	SALÓN BRIGITTE & B	E.I.R.L.	Micro empresa	Jr. Rio Huallaga N° 491 Urb. Canto Rey
3	ERIKA SPA STILO Y COLOR	S.A.C.	Micro empresa	Jr. Rio Huallaga N° 467 Urb. Canto Rey
4	SOLÓN DE BELLEZA PRETTY WOMAN	E.I.R.L.	Micro empresa	Jr. Rio Huallaga N° 466 Urb. Canto Rey
5	SALÓN BLAK & WHITE	S.A.C.	Micro empresa	Jr. Rio Huallaga N° 455 Urb. Canto Rey
6	SALÓN DE BELLEZA MIA	S.A.C.	Micro empresa	Jr. Rio Huallaga N° 448 Urb. Canto Rey
7	SALÓN & SPA ZOUS	S.A.	Micro empresa	Jr. Rio Huallaga N° 435 Urb. Canto Rey
8	SALÓN YUMICO	S.A.	Micro empresa	Jr. Rio Huallaga N° 426 Urb. Canto Rey
9	SALÓN & SPA GRACE KELLY	S.A.C.	Micro empresa	Jr. Rio Amazonas N° 3281 Urb. Canto Rey
10	SALÓN & SPA ENCANTOS	E.I.R.L.	Micro empresa	Jr. Rio Amazonas N° 3266 Urb. Canto Rey
11	SALÓN & SPA MARIBEL'LAS	E.I.R.L.	Micro empresa	Jr. Rio Huallaga N° 412 Urb. Canto Rey
12	SALÓN DE BELLEZA STYLE	S.A.	Micro empresa	Av. Canto Rey N° 422 Urb. Canto Rey
13	SALÓN & SPA ANCORA	S.A.C.	Micro empresa	Av. Canto Rey N° 445 Urb. Canto Rey
14	SALÓN SILVIA	S.A.	Micro empresa	Av. Canto Rey N° 453 Urb. Canto Rey
15	SALÓN & SPA MORISON	E.I.R.L.	Micro empresa	Av. Canto Rey N° 478 Urb. Canto Rey
16	SALÓN & SPA CORAINA	E.I.R.L.	Micro empresa	Av. Canto Rey N° 495 Urb. Canto Rey

Población: 16 MYPES del sector servicio – rubro salón de belleza de la urbanización Canto Rey, del distrito de San Juan de Lurigancho, Lima.

Encuestados: 16 gerentes MYPES del sector servicio – rubro salón de belleza de la urbanización Canto Rey, del distrito de San Juan de Lurigancho, Lima.

Fuente: SUNAT-Lima.

Anexo N° 2: Encuesta



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

FILIAL – LIMA

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LOS BENEFICIOS DE LAS
MYPES DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO SALÓN DE BELLEZA, DE
URBANIZACIÓN CANTO REY, DEL DISTRITO SAN JUAN DE LURIGANCHO,
LIMA 2018.**

INSTRUCCIONES: a continuación, le presentamos 22 preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con una equis (x) en la hoja de respuestas.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

N°	Ítems	Alternativa				
V1:	Gestión de Calidad					
D1:	Planificar					
1	¿La empresa establece los objetivos y políticas?	1	2	3	4	5
2	¿La empresa planifica las metas que quiere lograr?	1	2	3	4	5
3	¿La empresa se rige a las políticas establecidas?	1	2	3	4	5
4	¿La empresa cuenta con estrategias para cumplir objetivos de calidad?	1	2	3	4	5

D2:	Organizar					
5	¿La empresa emplea mapa de procesos en la organización para una buena gestión de calidad?	1	2	3	4	5
6	¿Sus colaboradores tienen conocimientos sobre los instrumentos de gestión (MOF, ROF), que la empresa posee?	1	2	3	4	5
7	¿La empresa dispone de una descripción escrita de los puestos de trabajo?	1	2	3	4	5
8	¿La empresa se preocupa por el clima laboral de sus colaboradores?	1	2	3	4	5
D3:	Control					
9	¿La empresa inspecciona las metas y objetivos propuestos, a fin de obtener una buena gestión de calidad?	1	2	3	4	5
10	¿La empresa examina sus actividades para comprobar si cumple con las normativas vigentes?	1	2	3	4	5
11	¿La empresa evalúa la gestión de calidad de los servicios que brinda?	1	2	3	4	5
12	¿La empresa evalúa la calidad de servicio que brindan sus colaboradores?	1	2	3	4	5
V2:	Beneficios de las MYPES					
D1:	Productividad					
13	¿La empresa reconoce el desempeño de sus colaboradores?	1	2	3	4	5
14	¿Cree que es bueno que la empresa cuente con los servicios de terceros a fin de reducir costos?	1	2	3	4	5
15	¿La empresa cuenta con tecnología de punta, para los servicios que ofrece?	1	2	3	4	5
16	¿La empresa realiza mejora continua en los servicios que ofrece?	1	2	3	4	5
D2:	Rentabilidad					
17	¿La empresa innova los servicios que brinda en un tiempo determinado?	1	2	3	4	5
18	¿La empresa ha logrado expandir su mercado?	1	2	3	4	5
19	¿La empresa ha logrado obtener nuevas oportunidades?	1	2	3	4	5
D3:	Desarrollo Organizacional					
20	¿Las técnicas empleadas han ayudado al desarrollo de la empresa?	1	2	3	4	5
21	¿La empresa emplea herramientas de gestión para lograr sus objetivos?	1	2	3	4	5
22	¿La empresa se preocupa por la satisfacción de sus clientes?	1	2	3	4	5