# UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

**Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas**

**Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas**

# LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR ARTESANAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA, AÑO 2020.

**Bach. Cerna Julcamoro, Doris Victoria**

**Bach. Ríos Pastor, María Esther**

**Asesor:**

**Mg. Fernando Guerrero Figueroa**

**Cajamarca – Perú**

**2021**

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**

Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas

# LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR ARTESANAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA, AÑO 2020.

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para optar el Título Profesional de Contador Público

**Bach. Cerna Julcamoro, Doris Victoria**

**Bach. Ríos Pastor, María Esther**

**Asesor**

**Mg. Fernando Guerrero Figueroa**

**Cajamarca – Perú**

**2021**

COPYRIGHT © 2019 by
**CERNA JULCAMORO, DORIS VICTORIA**
**RIOS PATOR, MARIA ESTHER**
Todos los derechos reservados

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**

***FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS***

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

# LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR ARTESANAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA, AÑO 2020.

**Presidente : Mg. Carlos Paredes Romero**

**Secretario : Mg. Manuel Zelada Chavarry**

**Vocal : Dr. Andrés Gil Jáuregui**

# DEDICATORIA

A:

A mis padres Honorato y Petronila quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, A mis hermanos por su cariño y apoyo incondicional, hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

**Maria Esther Rios Pastor**

A mi esposo Luis, mis hijos Sebastián y Mariana quienes con su comprensión y paciencia me han permitido hoy cumplir otro de mis objetivos, a mis padres y hermanos por sus palabras de aliento en mis momentos más débiles, y por supuesto a Dios que guía mi camino.

**Doris Victoria Cerna Julcamoro**

# AGRADECIMIENTO

A mis docentes, a mis compañeros de estudios y de manera especial a mi compañera de tesis por sus consejos, enseñanzas, apoyo y sobre todo amistad brindada en los momentos más difíciles de mi vida, además a mis asesores de tesis quienes con su experiencia, conocimiento y motivación hicieron posible la elaboración de la presente tesis.

**Doris Victoria Cerna Julcamoro** **Maria Esther Rios Pastor**

# RESUMEN

La presente investigación “La Gestión de Calidad y la Rentabilidad en las Empresas del Sector Artesanal en el Centro Histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020”, se efectuó con el fin de responder a la pregunta principal ¿Cuál es la relación entre la gestión de calidad y la rentabilidad en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020? lo que se desea explicar es la relación entre la Gestión de la calidad en la rentabilidad de las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca.

Se puntualizó como tipo de investigación de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, correlacional, con un diseño no experimental de corte transversal, se tomó como muestra a toda la población de empresas del sector artesanal que se encuentran la Ciudad de Cajamarca. Se utilizó como técnicas de recolección la observación directa y la encuesta, como instrumentos la ficha de observación y cuestionario.

La principal conclusión es que, existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y la rentabilidad en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de Cajamarca, año 2020, con un coeficiente de Pearson = 0,821. Según la evaluación de las dimensiones se concluyó que; existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y la rentabilidad económica, con un coeficiente de Pearson = 0,332; y existe una relación significativa entre el control de la calidad y la rentabilidad financiera, con un coeficiente de Pearson = 0,740.



**Palabras Claves:** Gestión, Calidad y Rentabilidad

# ABSTRACT

The present investigation "The Quality Management and Profitability in the Companies of the Artisanal Sector in the Historic Center of the city of Cajamarca, year 2020", was carried out in order to answer the main question: What is the relationship between management quality and profitability in companies in the artisanal sector in the historic center of the city of Cajamarca, year 2020? what we want to explain is the relationship between quality management in the profitability of companies in the artisanal sector in the historic center of the city of Cajamarca.

It was specified as a type of research with a quantitative approach, of a descriptive, correlational level, with a non-experimental cross-sectional design, the entire population of companies in the artisanal sector that are located in the City of Cajamarca was taken as a sample. Direct observation and survey were used as collection techniques, as instruments the observation sheet and questionnaire.

The main conclusion is that there is a significant relationship between quality management and profitability in companies in the artisanal sector in the historic center of Cajamarca, year 2020, with a Pearson coefficient = 0.821. According to the evaluation of the dimensions it was concluded that; there is a significant relationship between quality management and economic profitability, with a Pearson coefficient = 0.332; and there is a significant relationship between quality control and financial profitability, with a Pearson coefficient = 0.740.



**Keywords:** Management, Quality and Profitability.

# ÍNDICE

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN ..... 12
1 Planteamiento del Problema ..... 12
1.1 Descripción de la Realidad Problemática ..... 12
1.2 Formulación del problema ..... 14
1.2.1 Problema general ..... 14
1.2.2 Problemas específicos ..... 15
1.3 Objetivos ..... 15
1.3.1 Objetivo general ..... 15
1.3.2 Objetivos específicos ..... 15
1.4 Justificación de la investigación ..... 16
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO ..... 17
2 Fundamentos teóricos de la investigación ..... 17
2.1 Antecedentes Teóricos ..... 17
2.1.1 Antecedentes Internacionales ..... 17
2.1.2 Antecedentes Nacionales ..... 19
2.1.3 Antecedentes Regionales ..... 21
2.2 Bases Teóricos ..... 22
2.2.1 Trilogía de Juran ..... 22
2.2.2 Teoría de la calidad total (TQM – Total Quality Management) ..... 24
2.2.3 Teoría de la calidad total de los japoneses ..... 28
2.2.3.1 Filosofía de la mejora continua “método Kaizen” ..... 28
2.3 Marco Conceptual ..... 30
2.3.1 Gestión de la calidad ..... 30
2.3.1.2.2 Control de calidad ..... 38
2.3.1.2.3 Mejora de la calidad ..... 39
2.3.2 Rentabilidad ..... 41
2.3.2.3.1 Rentabilidad económica ..... 44
2.3.2.3.2 Rentabilidad financiera ..... 46
2.4 Hipótesis de la Investigación ..... 47
2.4.1 Hipótesis general ..... 47
2.4.2 Hipótesis específicas ..... 47

2.5 Operacionalización de variables ..... 47
CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN ..... 49
3.1 Tipo de investigación ..... 49
3.1.1 Según su enfoque: cuantitativo ..... 49
3.1.2 Según el nivel: descriptivo – correlacional ..... 49
3.1.3 Según la manipulación de las variables: No experimental ..... 50
3.1.4 Según el periodo y secuencia: Transversal ..... 50
3.2 Diseño de investigación ..... 50
3.3 Unidad de análisis ..... 51
3.4 Población ..... 51
3.5 Muestra ..... 52
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos ..... 53
3.6.1 Técnicas de recolección de datos ..... 53
3.6.2 Instrumentos ..... 54
3.7 Técnicas para el procesamiento y análisis de datos ..... 55
3.8 Aspectos éticos de la investigación ..... 55
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS ..... 56
4.1 Presentación de los resultados ..... 56
4.2 Prueba de normalidad ..... 77
4.3 Prueba de hipótesis ..... 78
4.3.1 Hipótesis general ..... 78
4.3.2 Hipótesis específicas ..... 79
4.4 Discusión de los resultados ..... 81
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ..... 85
5.1 Conclusiones ..... 85
5.2 Recomendaciones ..... 87
REFERENCIAS ..... 88
Anexo : ..... 106

# ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables ..... 48
Tabla 2 Empresas artesanales en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca.. 52
Tabla 3 Balance General de la empresa Artesanía "Los Frailones" ..... 55
Tabla 4 Balance General de la empresa Textiles & Artesanía "Quinde Ex" ..... 56
Tabla 5 Balance General de la empresa Artesanos "Don Bosco"..... 57
Tabla 3 los objetivos propuestos sobre calidad del producto ..... 62
Tabla 4 los materiales y la mano de obra aseguran la calidad del producto ..... 63
Tabla 5 un buen nivel de aseguramiento de la calidad del producto para una porción del mercado ..... 64
Tabla 6 los mecanismos utilizados por la empresa para controlar la calidad del producto son eficientes y eficaces..... 65
Tabla 7 la orientación al personal que labora en la empresa es adecuada ..... 66
Tabla 8 la supervisión al personal de la empresa es constante ..... 67
Tabla 9 Implementa mejoras en el proceso de producción..... 68
Tabla 10 implementa la mejora continua para fidelizar a sus clientes..... 69
Tabla 11 el cliente queda satisfecho con la calidad del producto ..... 70
Tabla 12 la inversión en activos mejora la producción y la calidad del producto 71
Tabla 13 se ha incrementado el margen por ventas empleando una parte del capital de la empresa..... 72
Tabla 14 la empresa realiza el cálculo de la rentabilidad económica para conocer el beneficio de la inversión y del capital..... 73
Tabla 15 el capital utilizado es repuesto en un periodo de medio plazo..... 74
Tabla 16 emplea parte del capital de la empresa para cubrir con sus obligaciones ..... 75
Tabla 17 el dueño realiza el análisis financiero para conocer el retorno del capital de la empresa..... 76
Tabla 18 Prueba de normalidad..... 77
Tabla 19 Correlación entre las variables Gestión de calidad y Rentabilidad..... 78
Tabla 20 Correlación entre la variable Gestión de Calidad y la dimensión rentabilidad económica ..... 79
Tabla 21 Correlación entre la variable gestión de calidad y rentabilidad financiera ..... 80

# ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Trilogía de Juran. Fuente: Calidad de gestión en las unidades de información de la Universidad del Zulla ..... 23
Figura 2 Principios Total Quality Managment ..... 26
Figura 3 Cinco S del método Kaizen. Fuente: (Becerra, 2003) administración de la mejora continua. ..... 29
Figura 4 los objetivos propuestos sobre calidad del producto se están cumpliendo ..... 62
Figura 5 los materiales y la mano de obra aseguran la calidad del producto ..... 63
Figura 6 un buen nivel de aseguramiento de la calidad del producto para una porción del mercado ..... 64
Figura 7 los mecanismos utilizados por la empresa para contralar la calidad del producto son eficientes y eficaces ..... 65
Figura 8 la orientación al personal que labora en la empresa es adecuada ..... 66
Figura 9 la supervisión al personal de la empresa es constante ..... 67
Figura 10 Implementa mejoras en el proceso de producción para mejorar la calidad del producto ..... 68
Figura 11 Implementa la mejora continua para fidelizar a sus clientes ..... 69
Figura 12 el cliente queda satisfecho con la calidad del producto ..... 70
Figura 13 la inversión en activos mejora la producción y la calidad del producto 71
Figura 14 Se ha incrementado el margen por ventas empleando una parte del capital de la empresa ..... 72
Figura 15 realiza el cálculo de la rentabilidad económica para conocer el beneficio de la inversión y del capital ..... 73
Figura 16 el capital utilizado es repuesto en un periodo de medio plazo ..... 74
Figura 17 emplea parte del capital de la empresa para cubrir con sus obligaciones ..... 75
Figura 18 realiza el análisis financiero para conocer el retorno del capital de la empresa ..... 76

# CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

## 1 Planteamiento del Problema

### 1.1 Descripción de la Realidad Problemática

En los últimos tiempos, las teorías o modelos de la gestión de calidad han cambiado la perspectiva de las empresas en el mundo, dicha orientación está enfocada a elevar el rendimiento de las actividades y la permanencia en el mercado, a través de reglas y medidas necesarias para desempeñar con las necesidades del cliente. En la cual, la gestión de calidad se ha convertido en un elemento indispensable para cumplir con los estándares de calidad y competir en un mercado cada vez más competitivo (González, 2017).

En el Perú, el mercado de productos ha sufrido diversos cambios en el proceso de administrar y mejorar la calidad de sus bienes o servicios. De la misma manera, muchas empresas decidieron implementar el estándar y conseguir las certificaciones ISO 9001. Con el propósito de mejorar las cualidades y requisitos implícitos y explícitos del bien o servicio a ofrecer. (Benzaquen, 2019).

Al mismo tiempo, se ha demostrado del impacto de la gestión de la calidad en la rentabilidad de las empresas, a través de los indicadores, dentro de los cuales rescatamos, la rentabilidad económica, rentabilidad de activos, rentabilidad de inversión, rentabilidad financiera entre otros. Conforme a (Jara, Sánchez, & García, 2018) define a la rentabilidad como la capacidad que tiene las organizaciones para crear beneficios a través del uso de los recursos en sus operaciones.

Por lo tanto, se ha evidenciado que la gestión de calidad es una herramienta gerencial que ha tenido un impacto positivo en el desempeño financiero de las empresas incrementando la rentabilidad. Según (Ferguson, 2005) en su estudio titulado “Cuando la calidad significa negocio” afirma que la gestión de la calidad genera mejores márgenes de rentabilidad siempre y cuando la calidad se encuentre involucrada dentro de una estrategia de negocio, conclusión que realizo después de publicar los resultados de un estudio en el Centro Médico Universitario de Hackensack en el que se implementaron mejoramientos de la calidad en el servicio, a un de costo de US80.000, generando estos un incremento en la utilidad neta de US554.936 por año.

De la misma manera, (Guevara, Gestión de la calidad y la rentabilidad de las MYPES del sector comercial rubro venta de motocicletas del distritio de Pichanaqui, 2019., 2020) en su estudio Gestión de la calidad y la rentabilidad de las MYPES del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019. En la cual concluyo que: el coeficiente hallado de r = 0,817 el cual cuantificó la relación entre las variables Gestión de Calidad y Rentabilidad, demuestra que ambas Variables se relacionan de manera positiva perfecta que se representa en un 66,74%. Pudiendo así determinar que la Gestión de Calidad definido como las características del producto dirigido a la necesidad del cliente y su satisfacción tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad definido como estrategias competitivas que busca ofrecer buenos servicios y productos a un bajo costo de recursos y

materiales en las MYPES del sector comercial rubro venta de motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019.

En la ciudad de Cajamarca las empresas de artesanía que se encuentran alrededor del centro histórico tienen como principal actividad económica la creación de objetos realizados por los artesanos.

Los problemas se enfocan en los colaboradores que trabajan en las empresas, debido a que tienen poco conocimiento y aplicación sobre la gestión de la calidad, la falta de responsabilidad en sus funciones causa que los productos tengan fallas. Los operarios no realizan el control de calidad adecuado a los productos que elaboran debido a que no cuentan con políticas de calidad en la cual definan y especifiquen de manera se debe trabajar. Todo este proceso de elaboración provoca que los costos de producción aumenten, debido a las pérdidas excesivas de mermas y coladas, devoluciones de productos en mal estado y sobrecosto del proceso; trayendo como consecuencia un impacto en la rentabilidad de las empresas de artesanía. Por lo tanto, la presentes investigación tiene como propósito determinar la relación existente entre la gestión de la calidad y la rentabilidad.

## 1.2 Formulación del problema

### 1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre la gestión de calidad y la rentabilidad en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020?

### 1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre la gestión de calidad y la rentabilidad económica en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020?
- ¿Cuál es la relación entre la gestión de calidad y la rentabilidad financiera en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020?

## 1.3 Objetivos

### 1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación entre la gestión de calidad y la rentabilidad en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.

### 1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la gestión de calidad y la rentabilidad económica en las empresas de sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.
- Determinar la relación entre la gestión de calidad y la rentabilidad financiera en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.

## 1.4 Justificación de la investigación

La investigación se desarrolla con la finalidad de aportar nuevos conocimientos a los ya existentes con relación a la gestión de la calidad y la rentabilidad de las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca. De la misma manera, nos permitirá conocer el uso de herramientas gerenciales que nos permitan manejar de manera eficiente los costos con el fin de aumentar la rentabilidad. La buena gestión de calidad es vital para la efectividad de corte estructural en la relación de los recursos humanos que debe ser relevante para lograr competitividad y ampliar posteriormente el giro del negocio, lo que ameritará que se evalúe constantemente la rentabilidad económica y exista la captación de nuevos compradores.

Por otra parte, la investigación aporta a las empresas artesanales los elementos más resaltantes de la gestión de calidad (optimización del proceso de producción, innovación, orientación al cliente, etc.) que usados de la mejor forma permiten reducir los costos, mayor producción en menor tiempo y mayores ventas, que a su vez tendrán un impacto en la rentabilidad y en el patrimonio de la empresa.

A la vez este proyecto permitirá llenar los vacíos que existen acerca de este tema en el campo de la investigación, constituyéndose en un material de consulta para posteriores investigaciones relacionadas.

# CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

## 2 Fundamentos teóricos de la investigación

### 2.1 Antecedentes Teóricos

#### 2.1.1 Antecedentes Internacionales

De acuerdo con Cruz, Valencia , & Tipanquiza (2019) en su tesis titulada*: "La Gestión de la Calidad y la Rentabilidad de las Empresas del Sub Sector Comercial- Quito",* tuvo como objetivo mostratar el grado de relación entre la Gestión de la Calidad y la Rentabiliad de las Empresas de Comercio. La metologia utlizada precisa un enfoque cualitativo y cuantitativo, un estudio de nivel descriptivo – Correlacional. La población y muestra estuvo constituida por 189 empresas, a los cuales se les aplico una encuesta. Los resultados muestran que, 50% de las empresas que no cuentan con un modelo de Gestión de calidad disminuye los pasivos, las ventas y por ende reduce la rentabilidad de la empresa. El 88% de las empresas estudiadas no cuentan con un sistema de Gestión de Calidad.

Conforme a Hernández & Pinda (2017) en su tesis titulada: *"Modelo de Gestión de Calidad en la Administración Financiera, y su incidencia en la Rentabilidad de las Compañias de Transporte de Carga y Encomiendas Ultra Rapido"*, tuvo como fin diseñar un Modelo de Gestión de Calidad en la Administración Financiera, y su incidencia en la Rentabilidad de las Compañias de Transporte de Carga y Encomiendas. La metodologia precisa una investigación aplicada, con

un nivel descriptivo, con método análitico y sintético. Se han manipulado las técnicas de la encuesta y la entrevista, como instrumentos el cuestionario y la guia de entrevista. Los resulatados concluyeron que, el modelo de gestión de calidad se relacionan de manera positiva (r = 0.89) en la administración de la empresa, de la misma manera se pudo demostrar que los fondos invertidos en la empresa se relacionan de manera moderada (r = 0.21) con el modelo de gestión de calidad.

De acuerdo con Ortiz (2016) en su tesis titulada*: "Modelo de gestión de Calidad y su efecto en las ventas de la Finca el Moral de la Parroquia el Triunfo del Cantón Patate"*, tuvo como finalidad establecer el impacto en el nuevo modelo de Gestión de Calidad diseñando estrategias que permitan incrementar las ventas. La metodologia precisa un enfoque constructivista social, con un nivel descriptivo – exploratorio. La población y muestra estuvo conformada por 31 clientes. Los resultados obtenidos evidencia una que la propuesta de un modelo de Gestión de calidad permite mejorar (78%) el desempeño del proceso de producción y por ende la calidad del producto y genera una mejora continua para la empresa. En relación a las dimensiones control de calidad y mejora de calidad se pudo evidenciar que tienen un impacto del 85% en el incremento de la ventas y la rentabilidad.

### 2.1.2 Antecedentes Nacionales

De acuerdo con Muñoz (2020) en su tesis *"Gestión de calidad y su influencia en la Rentabilidad de las Mypes de Construcción de la ciudad de Trujillo"*, tuvo como fin determinar la influencia de la Gestión de la Calidad y la rentabilidad de las Mypes de Construcción. La investigación precisa un nivel descriptivo – correlacional. La población y muestra estuvo constituida por 12 Mypes, como técnica se utilizaron la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados obtenidos muestran que, que la variable Gestión de la calidad a través de su dimensión planificación influye de manera positiva en la rentabilidad de la empresa, con un coeficiente de correlación r = 0.848; su dimensión control de calidad influye positiva mente en la rentabilidad de la empresa, con un coeficiente de correlación de r = 0.96; en relación al objeto general se demostró que la gestión de la calidad influye de manera positiva en la rentabilidad de la empresa, con un coeficiente de correlación de 0,821.

Conforme a Guevara, (2020) en su tesis titulada: "*Gestión de Calidad y Rentabilidad de las Mypes del Sector Comercial Rubro Venta de Motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019".* Tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión de calidad y rentabilidad en la MYPES del sector comercial rubro de venta motocicletas. Se preciso como metodologia una investigación de nivel descriptiva – correlacional, se constituyo una población y muestra de 8 mypes. Como instrumento de manejo el cuestionario de tipo escala Likert. Los

resulatdos obtenidos muestran una relación positiva perfecta entre las variables Gestión de Calidad y Rentabilidad, el cual es demostrado por el coeficiente de Correlación de Pearson r = 0,817. Por lo tanto, la Gestión de la Calidad expresada como los elementos del producto enfocados a satisfacer las necesidades del consumidor tuvo una correlacion positiva perfecta con la Rentabilidad expresada como utilidad obtenida por ofrecer buenos productos de calidad y a bajos precios .

Según Valle (2019) en su tesis titulada: *"La Gestión de Calidad y la Rentabilidad de las Mypes del Sector Comercio rubro Boticas del distrito de Satipo, 2019*". Tuvo como proposito determinar la relación entre la Gestion de Calidad y la Rentabilidad de las Mypes del Sector Comercio rubro Boticas. La metodología utilizada preciso una investigación de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, con un diseño no experimental – correlacional, la muestra estuvo conformada por 5 boticas. Se utilizo como instrumento el cuestionario de tipo escala de Likert. Los resultados obtenidos muestran, una correlación positiva perfecta entre las variables Gestión de Calidad y Rentabilidad, la cual es demostrada por el coeficiente r = 0,990. De la misma manera, en relacion a la hipotesis especifica 1, se demostro una correlacion positiva muy fuerte entre la variable Gestión de Calidad y la dimensión Rentabilidad Economica, con un coefieciente r = 0,786. En relación a la hipotesis 2, se evidencio una correlación positiva perfecta entre la variable Gestión de Calidad y Rentabilidad Financiera, la cual es

demostrada por el coeficiente r = 0,943. en su tesis: “Gestión de Calidad para Incrementar la rentabilidad en la Empresa GM Fiori Industrial SRL, 2017”.

### 2.1.3 Antecedentes Regionales

Conforme a Cruzado & Silva, (2020) en su tesis titulada: *“Gestión de la calidad del servicio y satisfacción del cliente en las Agencias de Viajes y Turismo ubicadas en el perímetro de la plaza de armas de la provincia de Cajamarca, 2019”*, tuvo como fin determianr la Gestión de la Calidad y su incidencia en la satisfacción del cliente en la agencia de viajes y turismo. La metodologia precisa un tipo de investigación básica, de nivel correlacional, con un diseño no experimental. La población estuvo conformada por 280 turistas y la muestra por 162 turistas. Los resulatados muestran, que no existe una incidencia significativa (rs =0.076) entre las variables Gestión de Calidad y Satisfacción al cliente, se pudo evidenciar que la variable Gestión de Calidad a través de sus dimensiones: planifiación, control de calidad y mejora de calidad inciden de manera leve (rs= 0.150) en la satisfacción del cliente.

De acuerdo con Valdivia (2019) en su tesis titulada *“La política de créditos y su efecto en la rentabilidad económica y financiera de la Caja Municipal de Trujillo, Agencia Cruz de Piedra de Cajamarca, 2018”*, tuvo como objetivo establecer el efecto de la aplicación de la

politica de créditos en la Rentabilidad economica y Financiera de la Caja Municipal Trujillo Agencia Cruz de Piedra Cajamarca. La metodologia evidencia una investigación de tipo aplicada, con un nivel descriptivo, con un diseño no experimental de corte transversal. La población y muestra esta conformda por los 384 creditos. El instrumento de recolección de información es la guia de cotejo. Los resulatdos obtenidos muestran que, las políticas de créditos influyen en la rentabilidad financiera, con coeficineente de 0,17, de la misma manera, las políticas de crédito influye de manera leve en la rentabildiad economica, con un coeficiente de 0.18.

## 2.2 Bases Teóricos

### 2.2.1 Trilogía de Juran

De acuerdo con (Fernández & Ortega, 2008, pág. 220) la teoría encamina a las empresas a poner hincapié en la calidad en el proceso de bien o servicio que va desde el proveedor hasta el cliente. De la misma manera el modelo Juran se orienta a la mejora de la calidad en base a tres procesos que han sido nombrado generalmente como trilogía de Juran.

La teoría de la trilogía de Juran se basa en un gráfico en el cual el eje horizontal se coloca el tiempo y en el eje vertical el costo de mala calidad (insuficiencias de la calidad).

La trilogía de la calidad de Juran manifiesta que cualquier tipo de empresa que se encamine a la gestión de la calidad deberá pasar por tres

procesos en camino, que son: planeación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad. Los cuales se pueden apreciar en la figura1.

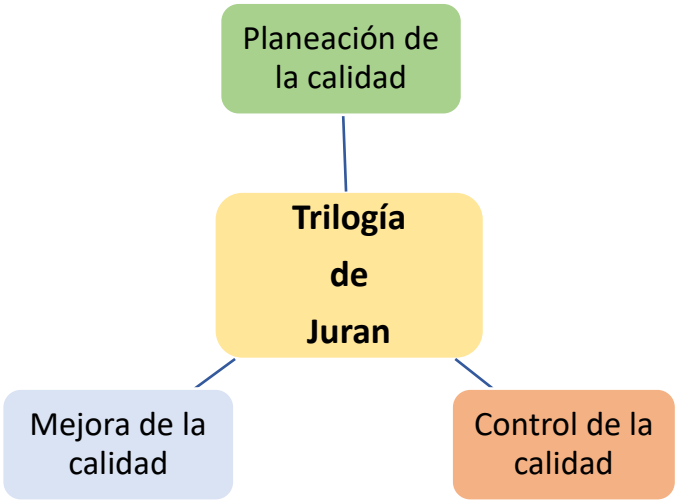



Figura 1 Trilogía de Juran. Fuente: Calidad de gestión en las unidades de información de la Universidad del Zulla

- **Planeación de la calidad**

  Esta fase de la trilogía nos muestra el desarrollo de los productos y procesos que con lleva cumplir con las necesidades de los clientes. Esta fase contempla una serie de actividades como se muestra a continuación:

- Establecer los clientes del bien o servicio.
- Establecer la necesidad de los consumidores.
- Exponer las características del producto.
- Exponer cada uno de los procesos.
- Difundir los planes a los trabajadores operativos.

- **Control de la calidad**

  Esta fase permite inspeccionar cada uno de los pasos desde la obtención de los problemas hasta la prevención de cada una de las actividades. Dentro de las actividades que se desarrollan en el control de calidad podemos mencionar:

- Medir el rendimiento actual de la calidad.
- Contrastar el rendimiento actual con las metas de calidad.
- Corregir las falencias que se pudieran evidenciar al comparar el rendimiento.

- **Mejora de la calidad**

  En esta fase busca que las metas establecidas se cumplan en su totalidad. En tal sentido, se busca mejorar los niveles de rendimiento concurren, esbozar los medios y las formas de cumplir con las metas y que las nuevas metas se lleguen a implementar con éxito.

### 2.2.2 Teoría de la calidad total (TQM – Total Quality Management)

Conforme a (Carro & González, 2016, pág. 6) la Gestión de la Calidad Total, conocida como TQM (Total Quality Management) por sus siglas en ingles comenzó a desarrollarse en las décadas de 1950 y 1960 en las industrias japonesas. Los impulsores, no obstante, fueron Joseph Duran y, sobre todo, Edwards Deming,

un experto en materia de control de calidad. Fue él, por ejemplo, quien promovió los Círculos de Calidad en el país asiático.

La TQM está enfocada en crear conciencia de calidad en todos los procesos de organización. Su extensión ha hecho que sea utilizada por todos los sectores, desde la manufactura a la educación, pasando por el gobierno y las industrias de servicios. Su definición como Total se debe a que involucra a la organización de la empresa considerada como un todo, incluidas las personas que trabajan en ella.

Implantar la Gestión de Calidad Total supone que la empresa tenga que cambiar profundamente su cultura de funcionamiento. La TQM, a diferencia de otras herramientas de desarrollo de la calidad, pone el énfasis en las personas y no en otros elementos.

Además, el concepto “calidad “se ha convertido en omnipresente en todos los productos y es demandado por los clientes para dar su confianza. No obstante, calidad no es solo tener un producto eficiente. Para la TQM, es necesario alcanzar la calidad total, o sea, el conjunto de una buena organización en todos los procesos de producción, además de la ya mencionada cultura de mejora continua.

De esta forma, la TQM afirma que, para conseguir una verdadera calidad en los productos, es necesaria la participación de toda la empresa, desde el proveedor hasta el consumidor, sin

olvidar al diseñador, al operario, a los administrativos o a los gerentes.

Podemos resumir la TQM en cinco principios clave para el éxito en su aplicación, como se muestra a continuación:

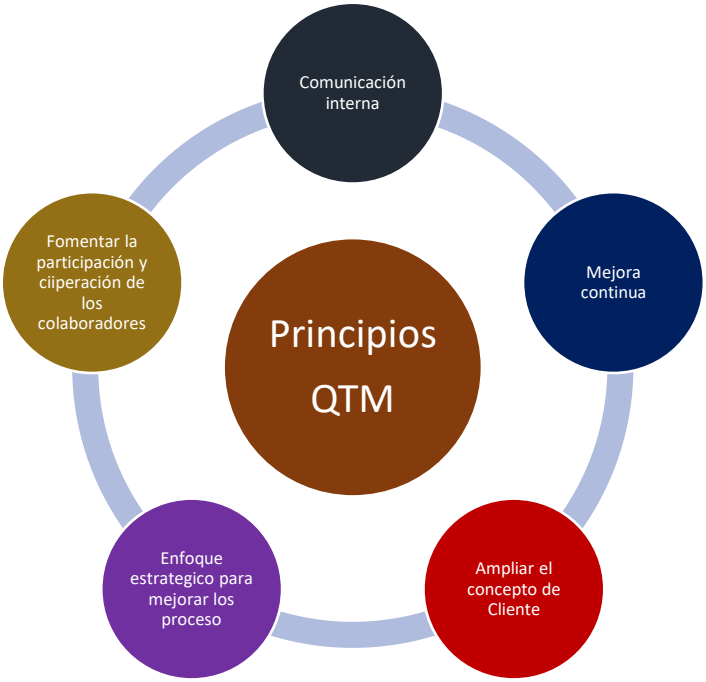



Figura 2 Principios Total Quality Managment

- **La Mejora Continua**

  La Mejora Continua encarna un enfoque sistemático de la gestión de la calidad total. Su uso tiene que ser continuo en la gestión y en todas las actuaciones de la organización.

  Es obvio que es imposible lograr un sistema perfecto, pero siempre es posible encontrar las vías para hacer las cosas mejor. Por eso, la mejora continua tiene que integrarse en la rutina diaria de la empresa, en su cultura, y ser asumida como un valor fundamental.

- **Ampliar el Concepto de Cliente**

  El TQM cambia el concepto de cliente al concebir a la empresa como un sistema integrado por proveedores y clientes internos. Al aplicar la Calidad, se deben satisfacer, también, las necesidades de dicho estos últimos.

  El cliente interno es aquella persona de la organización que recibe productos y servicios provenientes de la misma organización. Un ejemplo serían los empleados del departamento financiero. Estos, para poder realizar su labor correctamente, necesitan información sobre las nóminas, las posibles dietas o viajes, etc. Por lo tanto, según la TQM, se convertirían en clientes internos que deben de ser satisfechos en sus necesidades para poder hacer su trabajo.

  Por otra parte, los procesos de trabajo están formados por cadenas de proveedor-cliente internos. Así, para que estos fluyan bien, se necesita atender a las necesidades de los clientes de dichas cadenas.

- **Fomentar la participación y la cooperación entre los miembros de la organización.**

  La empresa tiene que crear las condiciones ideales para que los empleados se sientan comprometidos y motivados para contribuir aportando ideas de mejora.

- **Enfoque Estratégico para mejorar los procesos**

  Es fundamental que la empresa esté atenta a las tendencias que aparezcan en el mercado (incluso, si es posible, adelantarse a ellas). De esta forma, su competitividad será mucho mayor, adelantándose a la competencia.

- **Comunicación interna**

  Uno de los principales pilares del TQM es la comunicación interna. De su buen funcionamiento depende que el personal se involucre para lograr los objetivos deseados. En la Gestión de Calidad Total, cada miembro de la empresa tiene que aportar sus opiniones para conseguir el control de calidad.

  Una buena comunicación es fundamental para que todos trabajen según los mismos estándares de calidad, adoptando la misma cultura de mejora perene plasmada en cada tarea, ya sean operativas o de gerencia.

### 2.2.3 Teoría de la calidad total de los japoneses

#### 2.2.3.1 Filosofía de la mejora continua "método Kaizen"

Esta metodología se basa en la idea de pequeñas acciones, realizadas de modo organizado y continua, los cuales nos permiten lograr los objetivos. El propósito de esta técnica Kaizen es cumplir las metas y objetivos de forma progresiva y sin interrupciones. En la cual, se excluyen aquellas actividades que generan pérdidas de

tiempo y pueden ocasionar una deficiente gestión de los métodos fructuosos (Becerra, 2003, pág. 7).

La metodología Kaizen utiliza 5 técnicas que nos ayudan a dar importancia a pequeños cambios diarios antes de la introducción de mejoras repentinas o primordiales. El nombre de las 5S nace de cinco palabras japonesas que son; Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu y Shitsuke. Siendo estos los 5 pasos primordiales para realizar el proceso Kaizen de manera interna dentro de la organización.

Figura 3 Cinco S del método Kaizen. Fuente: (Becerra, 2003) administración de la mejora continua.

- **Clasificar**: distinguir entre los servible y lo inservible, con el fin de contar solo con lo necesario y mover todos los elementos que son inservibles para realizar una actividad.

- **Organizar**: se ordena lo servible con un nombre y se da lugar fijo a cada objeto y acción. De esta manera, se logra minimizar los tiempos de investigación y se evitan actividades innecesarias.
- **Limpiar:** los ambientes de trabajo deben estar pulcros, con el fin de mejorar el bienestar de los colaboradores, minimizar incidentes y optimizar la calidad de los productos.
- **Estandarizar:** poner énfasis al cuidado personal para impedir la suciedad y desorden. Teniendo como efecto, el incremento del bienestar de los trabajadores y maximizar su productividad.
- **Autodisciplina:** fomentar la autodisciplina, para que los colaboradores generen una costumbre de empleo de la metodología Kaizen y acojan las 5S en su trabajo como en el hogar.

## 2.3 Marco Conceptual

### 2.3.1 Gestión de la calidad

Consiste en transformar las necesidades y expectativas del cliente de manera cuantificable y medible, convirtiéndose esto en la única vía para diseñar y desarrollar productos por los cuales el cliente estará dispuesto a pagar, logrando así su plena satisfacción; en consecuencia, se desprende de esta concepción

que la calidad solo puede medirse desde la perspectiva del cliente (Hernández, Barrios, & Martónez, David, 2018).

Por su parte, (Mejias, Gutiérrez, Duque, & Cannarozzo, 2018, pág. 8) , presenta ocho dimensiones de la calidad: Rendimiento, Características, Confiabilidad, Conformidad, Durabilidad, Capacidad de Servicio, Estética y Calidad Percibida. Estas dimensiones, son una de las referencias más discutidas en la revisión de literatura de gestión de la calidad, sobre todo en el proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos, y constituyen un punto de partida para la identificación o caracterización del concepto de calidad para un determinado producto o contexto.

Desde el punto de vista de la innovación y su relación con la gestión de la calidad, para los clientes y/o consumidores de productos y/o servicios, es importante porque desarrolla productos de alta calidad y valor agregado para el consumidor; mejora la eficiencia del servicio (público o privado) y la calidad de vida (Arraut, 2010, pág. 27).

Según (Bolaños, 2015, pág. 36) observa la calidad desde el punto de vista del análisis de la Norma ISO 9001. La calidad tiene que ver con cuán adecuado es un producto o servicio para el uso que se pretende hacer de él; en otras palabras, para aquello que desea el cliente. Implica tratar de satisfacer las necesidades de los consumidores y, en la medida de lo posible, superar sus expectativas.

#### 2.3.1.1 Los principios de gestión de la calidad

Los principios de gestión de la calidad están vinculados con aquella la empresa moderna que busque consolidarse, crecer y desarrollarse para tener éxito. Cuando se implanta la norma ISO 9001, para que sea útil el certificado, es necesario que estos principios sirvan para la mejora continua de la organización.

Según (Gabarró, 2021) nos presenta los siguientes principios de la gestión de la calidad.

##### *2.3.1.1.1 Principio 1: Orientación al cliente*

La orientación al cliente es una actitud permanente para detectar y satisfacer las necesidades y prioridades de los clientes internos y externos. Cuando estamos orientados al cliente, cumplimos éstos 3 requisitos:

- Conocemos las cualidades de los productos y servicios de la empresa.
- Detectamos las necesidades y prioridades de los clientes, buscando la mejor opción para satisfacerlas.
- Comunicamos a los clientes los beneficios que les aportamos (reducción de costes, aumento de ingresos, mejora organizativa, etc.) y medimos su satisfacción.

#### *2.3.1.1.2 Principio 2: Liderazgo*

El liderazgo es el conjunto de habilidades directivas (tomar iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar un proyecto, de forma eficaz y eficiente) que un individuo tiene para influir a la forma de ser las persones o a un equipo de personas, logrando que el equipo esté motivado en lograr los objetivos y metas.

#### *2.3.1.1.3 Principio 3: Compromiso con las personas*

El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su compromiso sincero hace que sus habilidades se utilicen para el beneficio de la organización. La participación del personal es uno de los principios de gestión de la calidad que se aplica a partir de que el personal:

- Conoce sus competencias y responsabilidades en la resolución de incidencias. Si es necesario deberá recibir formación ISO específica.
- Comparten sus conocimientos y experiencias.
- Es consciente del que implica su contribución a la organización, y son evaluados de acuerdo con los objetivos.

#### *2.3.1.1.4 Principio 4: Enfoque a procesos*

La gestión por procesos de actividades y recursos es uno de los principios de gestión de la calidad que ayuda a lograr de forma más eficaz los resultados esperados. Para aplicarlo, se debe:

- Definir correctamente los procesos y responsabilidades. La organización ha dejado de ser una organización por departamentos o áreas funcionales para ser una organización por procesos.
- Están definidas las interfases entre procesos y funciones.
- Evaluar los riesgos, sus consecuencias e impactos a cualquier parte interesada. Para lograrlo se puede utilizar como guía la norma ISO 31000.

#### *2.3.1.1.5 Principio 5: Mejora continua*

La mejora continua, como uno de los principios de gestión de la calidad, debe ser un objetivo permanente de la organización. Se logra siguiendo el "Ciclo de Deming" o ciclo de Mejora Continua. Para demostrar la aplicación de este principio, normalmente:

- Se da un enfoque comprometido a la mejora. El personal deberá tener la competencia y formación para aplicar la mejora.

- La mejora continua será el objetivo de todos, implicándose a la mejora de productos, procesos y sistemas.
- Se realizan auditorías y evaluaciones para detectar nuevas áreas de mejora.

#### *2.3.1.1.6 Principio 6: Toma de decisiones*

Se debe ser consciente que aquello que no se puede medir, no se puede controlar es un caos. Por eso, las decisiones más eficaces están fundamentadas con el análisis de datos e información. Para demostrar que se aplique el sexto de los principios de gestión de la calidad, del:

- Tener información y datos precisas y fiables.
- Son accesibles tanto la información como los datos.
- Se analizan los datos, experiencia y se toman decisiones para la mejora continua en función de los resultados.

#### *2.3.1.1.7 Principio de Gestión de las relaciones*

El último de los principios de gestión de la calidad aumenta la capacidad de crear valor en la organización y al proveedor. Se demuestra la aplicación de este principio a partir de:

- Se identifican y seleccionan proveedores clave para la organización y se crean relaciones entre los dos. Se necesita desarrollar alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad y rentabilidad. En las alianzas gana tanto la organización como los proveedores.
- Se instaura un fondo común de competencias, recursos y actividades conjuntas para la mejora.
- Se dispone de una comunicación clara y abierta.

#### 2.3.1.2 Dimensiones de la gestión de la calidad

##### *2.3.1.2.1 Planeación de la calidad*

La planificación de la calidad otorga un enfoque estructurado y participativo en la planificación de nuevos productos, procesos y servicios. Integra e involucra a todos los grupos para que asuman un papel significativo en el desarrollo y la entrega, de tal forma que todos participan en conjunto como un gran equipo y no como una serie de expertos individuales.

Esta planificación de la calidad no pasa a sustituir a otras actividades críticas que forman parte de dicha planificación. En realidad, representa un marco o entorno, dentro del cual otras actividades pueden

llegar a ser incluso más efectivas. Se considera que un proceso de planificación de la calidad debe contar con las siguientes etapas:

- **Etapa 1:** Establecer un objetivo. El equipo debe contar con un objetivo concreto, debe revisarlo y asegurarse de que su definición es clara y detallada.
- **Etapa 2**: Tener identificados a los clientes. Se debe tener en cuenta a los clientes finales, pero también a los clientes internos, puesto que de todos ellos dependerá el éxito del trabajo realizado.
- **Etapa 3:** Establecer las necesidades de los clientes. El equipo tiene que ser capaz de determinar y diferenciar entre las necesidades que expresan los clientes y las necesidades reales. Muchas veces éstas no se manifiestan en forma clara o explícita.
- **Etapa 4**: Elaboración del producto. Cuando se trate de bienes y servicios, una vez comprendidas las necesidades de los clientes, el equipo deberá identificar lo que dicho producto requiere para satisfacer esas necesidades.
- **Etapa 5**: Llevar a cabo el proceso. Se considera capaz a un proceso que satisface, en todo momento, las características y objetivos detallados del producto.

- **Etapa 6:** El traslado a la operativa diaria. Este será un proceso planificado y ordenado que buscará maximizar la eficacia de las operaciones a la vez que minimizará la aparición de problemas.
La forma de crear una estructura y la participación en la planificación de la calidad, puede parecer quizás, una forma de aumentar en exceso el tiempo necesario para la planificación, pero en realidad estará reduciendo el tiempo total necesario para llegar a la operación completa. Esto es así porque una vez que la empresa u organización aprende a planificar la calidad, el margen de tiempo total que transcurre entre el concepto inicial y las operaciones concretas es mucho menor. (Guerrero, 2017)

#### 2.3.1.2.2 Control de calidad

El control de calidad es una etapa crucial en cualquier proceso productivo, ya que es a través de éste que se garantiza la correcta realización de los procesos llevados a cabo y se asegura que lo producido cumpla con sus correspondientes legislaciones y objetivos planteados.

El control de calidad es sumamente importante, dadas las características actuales del mercado a nivel

competencia. Las empresas de jerarquía internacional poseen especialistas y maquinaria, junto a un sistema de software de elevado nivel para poder evaluar todo lo que es producido en sus fábricas.

El concepto de control de calidad, si bien es más común en el ámbito de la producción, también se encuentra presente en las empresas destinadas a brindar servicios. Mediante encuestas y otras técnicas se intenta evaluar cuáles fueron las impresiones de los destinatarios en cuanto a los servicios prestados, cuáles son los puntos por mejorar, etc. (Empresa y Negocio, 2020).

#### 2.3.1.2.3 Mejora de la calidad

La mejora de la calidad o mejora en la calidad está asociado a un sistema de gestión de la calidad, y orientado a la búsqueda continuada del nivel de excelencia sobre la base de un contrato entre el candidato y un organismo comercial de certificación.

La filosofía de este proceso se distingue y se opone a las normas oficiales de calidad, a los concursos, a las emulaciones, a los diplomas, y a las etiquetas

oficiales acordadas unilateralmente por alguna autoridad. El término mejoramiento en la calidad con frecuencia designa las tentativas y las acciones desarrolladas en vistas de la obtención de una certificación o a efectos de conservar la misma, por ejemplo, la certificación ISO 9001 (Costarrica & Morón, 2009).

Las certificaciones de calidad obtenidas a través de este proceso, su correspondiente símbolo y su denominación, son contempladas y sentidas como un interesante elemento de marketing, y como una forma de mejoramiento del perfil de una institución o de un producto en el seno de la clientela y de la población en general.

La mejora en la calidad puede aplicarse a cualquiera de las empresas ya sean públicas y privadas con el propósito de lucro o no, y con sede y actividades en cualquier parte del mundo. Actualmente, este proceso de mejora en la calidad principalmente se basa en la norma ISO 9001,1 cuya certificación implica entre otras cosas la visita anual de un auditor (Secretaria General de la Asociación Latinoamerica de Integración [ALADI], 2010).

El mejoramiento en la calidad implica las siguientes funciones al interior de una empresa o institución :

- estrategia empresarial ; estrategia de marketing ; estrategia directiva ; recursos humanos, organización, gestión de competencias ;
- mantenimiento de recursos materiales
- gestión de proyectos
- comunicaciones internas y externas
- planificación de la producción y de los servicios

### 2.3.2 Rentabilidad

#### 2.3.2.1 Definición

De acuerdo con (Tapia, 200) expresa que es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia. Un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos. Una definición más precisa de la rentabilidad es la de un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla.

De la misma manera, para (Hoz & Ferrer, 2008) la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y financieros con el fin de obtener ciertos resultados. En la literatura económica, aunque el término se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de esta, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo produsen los capitales utilizados en el mismo.

Por otro lado, (Aguirre, Baroma, & Dávila, 2020) expresan que la rentabilidad no es uno de los indicadores financieros más relevantes, sino el más importante, para medir el éxito de un negocio; agrega que una rentabilidad sostenida combinada con una política de dividendos cautelosa conlleva a un fortalecimiento del patrimonio. De la misma manera podemos manifestar que habitualmente, en una empresa el beneficio es el objetivo más importante, por lo tanto, es tan necesario el cálculo de la rentabilidad. Es por ello por lo que, los indicadores financieros aplicados por las empresas, en esta investigación la rentabilidad es la principal herramienta para la toma de decisiones.

#### 2.3.2.2 La rentabilidad en el análisis contable

La base del análisis económico-financiero se encuentra en la cuantificación del binomio rentabilidad-riesgo, que se presenta desde una triple funcionalidad:

- Análisis de la rentabilidad.
- Análisis de la solvencia, entendida como la capacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones financieras (devolución de principal y gastos financieros), consecuencia del endeudamiento, a su vencimiento.
- Análisis de la estructura financiera de la empresa con la finalidad de comprobar su adecuación para mantener un desarrollo estable de la misma.

Es decir, los límites económicos de toda actividad empresarial son la rentabilidad y la seguridad, normalmente objetivos contrapuestos, ya que la rentabilidad, en cierto modo, es la retribución al riesgo y, consecuentemente, la inversión más segura no suele coincidir con la más rentable. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que, por otra parte, el fin de solvencia o estabilidad de la empresa está íntimamente ligado al de rentabilidad, en el sentido de que la rentabilidad es un condicionante decisivo de la solvencia, pues la obtención de rentabilidad es un requisito necesario para la continuidad de la empresa (EcuRed, 2020).

#### 2.3.2.3 Dimensiones de la rentabilidad

##### 2.3.2.3.1 Rentabilidad económica

Según (Bizkaia, 2015) enuncia que la rentabilidad es la dependencia entre el beneficio antes de intereses e impuestos (beneficio bruto) y el activo total. Este tipo de rentabilidad tiene que ver con la media de beneficios conseguidos en relación con el total de operaciones realizadas a lo largo de un determinado periodo de tiempo o ejercicio. Se sobreentiende que ese total de operaciones realizadas va encaminado a obtener rentabilidad. Con lo cual, la rentabilidad económica se entiende también como una tasa de retorno de activos -ROA, por sus siglas en inglés, R (eturn) O (n) A (ssets)- y es el indicador básico para evaluar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, lo que suele determinar que una empresa sea o no rentable en términos económicos.

Conforme se vayan optimizando la actividad y las operaciones de la empresa, la rentabilidad económica obtenida será mayor. Las dos formas básicas de aspirar a ello son:

- Procurar aumentar el número de ventas.

- Aumentar el margen de beneficio correspondiente a cada venta.

Aun así, todo/a emprendedor/a debe tener en cuenta que tanto la rentabilidad económica como la financiera condicionan la viabilidad de toda empresa.

De acuerdo con (Chiriboga, 2019) señala que se refiere a la media que indica la obtención de beneficio por las inversiones realizadas para ejecutar las actividades comerciales. Igualmente se refiere a una rentabilidad de activos, que son el producto obtenido de los recursos financieros, algo que se presenta en contraste ante las acciones para cubrir las demandas de los clientes, así como el requisito de la empresa en permanecer durante el tiempo en el mercado al cual pertenece. De este modo, al tratarse de ser considerada como una métrica que sirve para señalar con precisión el comportamiento financiero de una organización durante un período determinado de tiempo, que generalmente es de un año; califica como una unidad que mide la obtención de utilidades por las inversiones realizadas para ejecutar las actividades comerciales

#### 2.3.2.3.2 Rentabilidad financiera

Conforme a (Mantilla, 2018) consiste en el beneficio logrado por la inversión monetaria de capital por parte de los propietarios que invierten en la empresa. Sirve de indicador para calcular las ganancias de los socios como suministradores de recursos financieros.

Según él (Centro Europeo de Postgrado [CEUPE], 2019). El término que hace referencia a la rentabilidad financiera tiene relación con la medida en que un inversor va a lograr por su aporte de dinero en un mercado específico, más una prima de riesgo como accionista. No obstante, existen variaciones en esta definición que obedecen al hecho de que la rentabilidad financiera, menciona una determinada empresa y no al accionista, debido a que consiste en el análisis de los beneficios logrado por la inversión monetaria de capital por parte de los propietarios que invierten en la empresa. Sirve de indicador para calcular las ganancias de inversionistas como fuentes de capital de trabajo, estando como elemento fijo las inversiones, las cuales deben dar como resultado un beneficio o en este caso, como se ha señalado

expresamente se trataría en efecto de lo que se denomina la obtención de una rentabilidad financiera

## 2.4 Hipótesis de la Investigación

### 2.4.1 Hipótesis general

Existe una relación significativa entre la gestión de calidad y la rentabilidad en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.

### 2.4.2 Hipótesis específicas

- Existe una relación significativa entre la gestión de calidad y la rentabilidad económica en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.
- Existe una relación significativa entre el control de la calidad y la rentabilidad financiera en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.

## 2.5 Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de las variables*

| Variable | Definición | Dimensiones | Indicador | Instrumento |
|---|---|---|---|---|
| Gestión de Calidad | Consiste en transformar las necesidades y expectativas del cliente de manera cuantificable y medible, convirtiéndose esto en la única vía para diseñar y desarrollar productos por los cuales el cliente estará dispuesto a pagar, logrando así su plena satisfacción (Hernández, Barrios, & Martínez, David, 2018). | Planificación de la calidad | • Establecer objetivos de calidad<br>• Consignar recursos óptimos<br>• Proporción de artículos en el mercado | Encuesta |
| | | Control de calidad | • Control<br>• Orientación<br>• Supervisión | |
| | | Mejora de la calidad | • Productividad<br>• Satisfacción | |
| Rentabilidad | para (Hoz & Ferrer, 2008) la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y financieros con el fin de obtener ciertos resultados. | Rentabilidad económica | • Rentabilidad de los activos (ROA)<br>• Rentabilidad de capital propio (RCP) | |
| | | Rentabilidad financiera | • Rentabilidad financiera (ROE) | |

# CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

## 3.1 Tipo de investigación

### 3.1.1 Según su enfoque: cuantitativo

Nos permite obtener información objetiva de las variables gestión de calidad y rendimiento a través del cuestionario, para luego ser procesadas por la estadística.

Según (Sanchez, 2019) el enfoque cuantitativo estudia problemas que se puedan medir a través de la asignación de un número (edad, sexo, rendimiento, gestión, entre otros), mediante el uso de la estadística descriptiva.

### 3.1.2 Según el nivel: descriptivo – correlacional

Este tipo de investigación nos ayuda a describir cada una de las variables en estudio, a través de la observación, así mismo, nos permite analizar el nivel de relación existente entre la gestión de calidad y la rentabilidad. Es decir, se investiga la correspondencia entre las variables.

De acuerdo con (Alvarez, 2017) manifiesta que la investigación correlacional tiene como fin evaluar la correspondencia que existe entre dos o más categorías, tales correspondencias se formulan en hipótesis supeditadas a prueba.

Conforme a (Barnet, Arbonés, & Pérez, 2017, pág. 7) la investigación descriptiva explora las propiedades, elementos y complementos de un grupo de personas, objetos, etc., los cuales son sujetos a un análisis.

### 3.1.3 Según la manipulación de las variables: No experimental

La investigación no experimental, permitirá observar la situación actual de las variables (Gestión de Calidad y Rentabilidad) tal cual se están dando en dichas empresas, con el fin de analizarlas y sacar conclusiones.

Según (Dzul, 2017) el diseño no experimental estudia el comportamiento de las variables tal cual se encuentran en su ambiente sin la manipulación de estas, de la misma manera, la recolección de datos se hace un periodo determinado.

### 3.1.4 Según el periodo y secuencia: Transversal

Las variables: Gestión de la Calidad y Rentabilidad se estudian en el periodo 2020.

El estudio transversal se encamina analizar los datos de las variables en un periodo de tiempo especifico (Maguiña, Soto, Valdivia, & Correa, 2021, pág. 180)**.**

## 3.2 Diseño de investigación

**Investigación correlacional, no experimental, transversal, de enfoque cuantitativo.**

En este sentido, el diseño de investigación nos permite determinar la relación entre la Gestión de la Calidad y la Rentabilidad; en el periodo 2020; de la misma manera, la recopilación y análisis de la información se realiza sin ningún tipo de intervención de los investigadores.

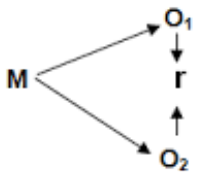
**Donde:**

M = muestra

$0_1$ = gestión de la calidad

$0_2$ = Rendimiento

r = Correlación entre las variables




## 3.3 Unidad de análisis

Empresas del sector artesanal que se encuentran en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca.

## 3.4 Población

La población está constituida por todas las empresas de artesanía que se encuentran en el centro histórico de la Ciudad de Cajamarca.

De acuerdo con (López, 2004) manifiesta que la población es el grupo de personas u objetos, de los cuales se quiere conocer algo.

La población está conformada por 19 empresas artesanales que se encuentran en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca (Guía artesanal Perú, 2020).

**Tabla 2**

*Empresas artesanales en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca*

| Nº | Empresa | Dirección |
|---|---|---|
| 1 | Artesanías “El Inca” | Jirón Belén 672 |
| 2 | Artesanías “El Búho” | Jirón Belén 684 |
| 3 | Artesanías “Belén” | Jirón Dos de mayo 300 |
| 4 | Artesanías “Yanacocha” | Jirón Dos de mayo 379 |
| 5 | Artesanías “La Celendina” | Jirón Dos de mayo 294 |
| 6 | Juguetes y Artesanía “Principia” | Jirón Dos de mayo 237 |
| 7 | Artesanías “Linda” | Jirón Dos de mayo 213, |
| 8 | Cajamarca Colors & Creations | Jirón Belén 628 |
| 9 | Artesanos “El Rescate” | Jirón del Comercio 1029 Stand 1 |
| 10 | Artesanía “Caxas” | Jirón del Comercio 1029 Stand 3 |
| 11 | Artesanilla “Quilla” | Jirón del Comercio 1029 Stand 9 |
| 12 | Artesanos “Nuevo Mundo” | Jirón del Comercio 1029 Stand 12 |
| 13 | Artesanos “El Molino” | Jirón del Comercio 1029 Stand 16 |
| 14 | Arte caj | Jirón dos de mayo 261 Stand 21 |
| 15 | Artesanía “Los Frailones” | Jirón dos de mayo 254 |
| 16 | Textiles y & Artesanía “Quinde Ex” | Jirón dos de mayo 264 |
| 17 | Artesanía “El Cajacho” | Jirón dos de mayo 305 |
| 18 | Artesanos “Don Bosco” | Jirón Amalia Puga 562 |
| 19 | Artesanía “KusKa” | Jirón Amalia Puga 515 |

Fuente: (Guía artesanal Perú, 2020).

## 3.5 Muestra

Se utilizó un muestreo aleatorio simple según (Gómez, Villasis, & Novales, 2016) es una técnica de muestreo en la que todos los elementos que forman

parte del universo, y por lo tanto están incluidos en el marco muestral, además, tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

$$\text{n} = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2) + p * q}$$

$$\text{n} = \frac{19 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (19-1) + (1.96^2) + 0.5 * 0.5}$$

$$\text{n} = \frac{18.248}{1.005} = 18.1$$

Por lo tanto: la muestra está conformada por 18 empresas artesanales que se encuentran alrededor de la plaza de armas.

## 3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 3.6.1 Técnicas de recolección de datos

- **Observación directa:** nos permite tener una visión general del entorno del entorno de estudio, de la misma manera, se puede apreciar las características y cualidades del ámbito de estudio (Gonzáles, 2005).

  Esta técnica nos permite entender visualizar los rasgos de la gestión de la calidad y rentabilidad de las empresas de artesanía en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca.

- **Encuesta:** es un procedimiento que se realiza sobre una población con el propósito de realizar una medición cuantitativa de los elementos imparciales e individuales de la población (Chiner, 2018).

Esta técnica nos permite recoger información de las empresas artesanales a través de interrogantes para con el propósito de medir la relación entre las variables gestión de calidad y rentabilidad.

- **Análisis documental:** nos permite narrar los puntos más importantes de una obra, libro, revista o contenidos de un artículo (Barboza, 2006).

  Esta técnica nos permite analizar los contenidos sobre gestión de calidad y rendimiento que permitan responder a las interrogantes.

### 3.6.2 Instrumentos

- **Ficha de Observación:** nos permite realizar una representación detalla de objetos o individuos, con la finalidad de registrar los datos (Tipos de fichas, 2019).

  Se registrará toda la información referente a la gestión de calidad y rendimiento de las empresas de artesanía.

- **Cuestionario:** el grupo de interrogantes enfocadas a una o más variables a medir (Hernandez, 1991).

  Se precisó una serie de preguntas enfocadas a las variables de estudio, con el fin de determinar la relación entre la gestión de calidad y rendimiento de las empresas de artesanía. Así mismo, se validó el cuestionario a través del ALFA DE CROMBACH, el cual dio un resultado de 0,851 determinando el cuestionario es confiable. (Ver anexo 3).

## 3.7 Técnicas para el procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de los datos se utilizará el proceso estadístico descriptivo e inferencial, a través del uso del sistema SPSS.

- **Estadística descriptiva:** nos permite acopiar, acumular, los datos de forma ordenada con el propósito de elaborar tablas y figuras que nos ayuden a interpretar de una mejora manera la información recolectada.
- **Estadística inferencial:** nos permite valorar medidas de las variables de estudio, con el fin de contrastar la hipótesis. De la misma manera, se utilizará el coeficiente de Pearson para determinar la relación entre las variables.

## 3.8 Aspectos éticos de la investigación

Al ser una investigación de autoría propia, se tendrá que comprobar la autenticidad de la información que se recolectara, para la cual se brindarán las evidencias (fotos, encuesta, etc.) que comprueben toda la información recolectada. Así mismo, la investigación cumple con la uniformidad de las normas APA y la estructura brindada por la universidad.

# CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

## 4.1 Presentación de los resultados

***Tabla 3*** *Balance General de la empresa Artesanía "Los Frailones"*

**Empresa Artesanía "Los Frailones"**

**Balance General al 31/12/2020 (en moneda nacional)**

| **ACTIVO** | | | **PASIVO** | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **ACTIVO CORRIENTE** | **Análisis Vertical** | | **PASIVO CORRIENTE** | **Análisis Vertical** | |
| **EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO** | **24196.00** | **79.28%** | **TRIBUTOS Y APORTES AL SISTEMA DE PENSIONES Y SALUD** | | |
| Caja | 15960.00 | 52.29% | **POR PAGAR** | **1898** | **19.46%** |
| Cuentas Corrientes Operativas | 8236.00 | 26.99% | IGV cuenta propia | 1690 | 17.33% |
| Cuenta de Detracciones M.N | 0.00 | 0.00% | Renta de tercera categoría | 208 | 2.13% |
| **CUENTAS POR COBRAR COMERCIAL - TERCEROS** | **6324.30** | **20.72%** | **REMUNERACIONES Y PARTICIPACIONES POR PAGAR** | | |
| Facturas por Cobrar Emitidas en cartera | 6324.30 | 20.72% | **CUENTAS POR PAGAR COMERCIAL - TERCEROS** | **1287** | **13.20%** |
| **CUENTAS POR COBRAR DIVERSAS TERCEROS** | **0.00** | **0.00%** | Facturas por pagar emitidas M.N | 1287 | 13.20% |
| IGV por acreditar en compras | 0.00 | 0.00% | Recibos por honorarios por pagar | 0 | 0.00% |
| **TOTAL ACTIVO CORRIENTE** | **30520.30** | **100%** | **OBLIGACIONES FINANCIERAS** | **6567** | **67.34%** |
| | | | Préstamo de Instituciones Financieras | 6567 | 67.34% |
| **ACTIVO NO CORRIENTE** | | | **TOTAL PASIVO CORRIENTE** | **9752** | **100%** |
| **INMUEBLE MAQUINARIA Y EQUIPO** | **0.00** | **0.00%** | | | |
| Unidades de transporte | 0 | 0.00% | **TOTAL PASIVO** | **9752** | **100%** |
| Equipos diversos | 0 | 0.00% | | | |
| **ACTIVO DIFERIDO** | **0.00** | **0.00%** | **PATRIMONIO** | | |
| Intereses no devengados en transacciones con terceros | 0.00 | 0.00% | **CAPITAL** | **12136.3** | **72.23%** |
| **DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN ACUMULADA** | **0.00** | **0.00%** | Participaciones | 15000 | 72.23% |
| Depreciación de unidades de transporte | 0 | 0.00% | **RESULTADOS ACUMULADOS** | **8632** | **41.56%** |
| Depreciación equipos diversos | 0 | 0.00% | Utilidades acumuladas | 0 | 0.00% |
| **TOTAL, ACTIVO NOCORRIENTE** | **0.00** | **0.00%** | Pérdidas acumuladas | 0 | 0.00% |
| | | | Resultado al 31/12/2020 | 8632 | 41.56% |
| | | | **TOTAL DE PATRIMONIO** | **20768.3** | **114%** |
| **TOTAL, DE ACTIVO** | **30520.30** | **100.00%** | **TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO** | **30520.30** | **114%** |

Según los resultados obtenidos en la tabla 3, se puede evidenciar que los activos corrientes tienen un valor de S/30,520.30 y los pasivos corrientes tiene un valor de S/. 9,752. Demostrando que los activos corrientes son mayores que los pasivos corrientes, lo cual refleja que la empresa no tiene problema de liquidez a corto plazo.

A continuación, se presentan la rentabilidad económica y financiera:

**Rentabilidad Económica (ROA)**

$$ROA = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Activo}}\ x\ 100$$

$$ROA = \frac{19{,}984.34}{30{,}520.00}\ x\ 100$$

$$ROA = 65.5\%$$

La ganancia generada por la inversión en activos fue de 65.5%. Es decir, que por cada S/ 100 soles invertidos se obtuvo una ganancia de 65.5 soles. Por lo tanto, la inversión de activos aumenta la rentabilidad de la empresa.

**Rentabilidad financiera (ROE)**

$$RCP = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Patrimonio neto}}\ x\ 100$$

$$RCP = \frac{19{,}984.34}{20{,}768.30}\ x\ 100$$

$$RCP = 96.2\%$$

La rentabilidad obtenida por los dueños sobre sus recursos propios fue de 96.2%. Es decir, por cada S/100 soles invertido se obtuvo 96.2 soles de ganancia. Por lo tanto, los recursos propios de los accionistas han aumentado incrementando la rentabilidad.

***Tabla 4*** *Balance General de la empresa Textiles & Artesanía "Quinde Ex"*

## Empresa Textiles & Artesanía "Quinde Ex"

## Balance General al 31/12/2020 (en moneda nacional)

| ACTIVO | SIN DETRACCIÓNES | |
|---|---|---|
| **ACTIVO CORRIENTE** | **Análisis Vertical** | |
| **EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO** | **20095.00** | **90.36%** |
| Caja | 20095.00 | 47.88% |
| Cuentas Corrientes Operativas | 0.00 | 0.00% |
| Cuenta de Detracciones M.N | 0.00 | 0.00% |
| **CUENTAS POR COBRAR COMERCIAL - TERCEROS** | **2145.00** | **9.64%** |
| Facturas por Cobrar Emitidas en cartera | 2145.00 | 5.11% |
| **CUENTAS POR COBRAR DIVERSAS TERCEROS** | **0.00** | **0.00%** |
| IGV por acreditar en compras | 0.00 | 0.00% |
| **TOTAL, ACTIVO CORRIENTE** | **22240.00** | **53%** |
| **ACTIVO NO CORRIENTE** | | |
| **INMUEBLE MAQUINARIA Y EQUIPO** | **15200.00** | **36.22%** |
| Unidades de transporte | 0 | 0.00% |
| Equipos diversos | 15200 | 36.22% |
| **ACTIVO DIFERIDO** | **3006.71** | **7.16%** |
| Intereses no devengados en transacciones con terceros | 3006.71 | 7.16% |
| **DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN ACUMULADA** | **1520.00** | **3.62%** |
| Depreciación de unidades de transporte | 0 | 0.00% |
| Depreciación equipos diversos | 1520 | 3.62% |
| **TOTAL, ACTIVO NOCORRIENTE** | **19726.71** | **47.01%** |
| **TOTAL, DE ACTIVO** | **41966.71** | **100.00%** |

| PASIVO | SIN DETRACCIÓNES | |
|---|---|---|
| **PASIVO CORRIENTE** | **Análisis Vertical** | |
| **TRIBUTOS Y APORTES AL SISTEMA DE PENSIONES Y SALUD** | | |
| **POR PAGAR** | **3292.72** | **19.82%** |
| IGV cuenta propia | 1830 | 18.30% |
| Renta de tercera categoría | 152.54 | 1.53% |
| Es salud | 0 | 0.00% |
| ONP | 0 | 0.00% |
| SCTR | 0 | |
| AFPs | 1310.18 | |
| **REMUNERACIONES Y PARTICIPACIONES POR PAGAR** | **0** | **0.00%** |
| Remuneraciones por pagar | 0 | 0.00% |
| Gratificaciones por pagar | 0 | 0.00% |
| CTS por pagar | 0 | 0 |
| **CUENTAS POR PAGAR COMERCIAL - TERCEROS** | **5180.99** | **51.81%** |
| Facturas por pagar emitidas M.N | 5180.99 | 51.81% |
| Recibos por honorarios por pagar | 0 | 0.00% |
| **OBLIGACIONES FINANCIERAS** | **1527** | **15.27%** |
| Préstamo de Instituciones Financieras | 1527 | 15.27% |
| **TOTAL, PASIVO CORRIENTE** | **10000.71** | **87%** |
| **TOTAL, PASIVO** | **10000.71** | **87%** |
| **PATRIMONIO** | | |
| **CAPITAL** | **27030** | **84.56%** |
| Participaciones | 27030 | 84.56% |
| **RESULTADOS ACUMULADOS** | **4936** | **15.44%** |
| Utilidades acumuladas | 0 | 0.00% |
| Pérdidas acumuladas | 0 | 0.00% |
| Resultado al 31/12/2020 | 4936 | 15.44% |
| **TOTAL, DE PATRIMONIO** | **31966** | **100%** |
| **TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO** | **41966.71** | **100%** |

Según los resultados obtenidos en la tabla 4, se puede evidenciar que los activos corrientes tienen un valor de S/22,240.00 y los pasivos corrientes tiene un valor de S/. 10,000.71. Demostrando que los activos corrientes son mayores que los pasivos corrientes, lo cual refleja que la empresa no tiene problema de liquidez a corto plazo.

A continuación, se presentan la rentabilidad económica y financiera:

**Rentabilidad Económica (ROA)**

$$ROA = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Activos}}\ x\ 100$$

$$ROA = \frac{23{,}645.45}{41{,}996.71}\ x\ 100$$

$$ROA = 56\%$$

La ganancia generada por la inversión en activos fue de 56%. Es decir, que por cada S/ 100 soles invertidos se obtuvo una ganancia de 56 soles. Por lo tanto, la inversión de activos aumenta la rentabilidad de la empresa.

**Rentabilidad financiera (ROE)**

$$RCP = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Patrimonio neto}}\ x\ 100$$

$$RCP = \frac{23{,}645.45}{31{,}996.00}\ x\ 100$$

$$RCP = 73.9\%$$

La rentabilidad obtenida por los dueños sobre sus recursos propios fue de 73.9%. Es decir, por cada S/100 soles invertido se obtuvo 73.9 soles de ganancia. Por lo tanto, los recursos propios de la empresa han provocado un aumento de la rentabilidad financiera para los accionistas.

***Tabla 5*** *Balance General de la empresa Artesanos "Don Bosco"*

## Empresa Artesanos "Don Bosco"

## Balance General al 31/12/2020 (en moneda nacional)

| ACTIVO | SIN DETRACCIÓNES | | PASIVO | SIN DETRACCIÓNES | |
|---|---|---|---|---|---|
| **ACTIVO CORRIENTE** | **Análisis Vertical** | | **PASIVO CORRIENTE** | **Análisis Vertical** | |
| **EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO** | **13572.00** | **35.00%** | **TRIBUTOS Y APORTES AL SISTEMA DE PENSIONES Y SALUD** | | |
| Caja | 13146.00 | 34.02% | **POR PAGAR** | **64** | **0.64%** |
| Cuentas Corrientes Operativas | 426.00 | 1.10% | IGV cuenta propia | 64 | 0.64% |
| Cuenta de Detracciones M. N | 0.00 | 0.00% | Renta de tercera categoría | 0 | 0.00% |
| **CUENTAS POR COBRAR COMERCIAL - TERCEROS** | **0.00** | **0.00%** | Es salud | 0 | 0.00% |
| Facturas por Cobrar Emitidas en cartera | 0.00 | 0.00% | ONP | 0 | 0.00% |
| **CUENTAS POR COBRAR DIVERSAS TERCEROS** | **0.00** | **0.00%** | SCTR | 0 | |
| IGV por acreditar en compras | 0.00 | 0.00% | AFPs | 0 | |
| **TOTAL, ACTIVO CORRIENTE** | **13572.00** | **35%** | **REMUNERACIONES Y PARTICIPACIONES POR PAGAR** | **0** | **0.00%** |
| | | | Remuneraciones por pagar | 0 | 0.00% |
| | | | Gratificaciones por pagar | 0 | 0.00% |
| **ACTIVO NO CORRIENTE** | | | CTS por pagar | 0 | 0 |
| **INMUEBLE MAQUINARIA Y EQUIPO** | **25066.00** | **64.87%** | **CUENTAS POR PAGAR COMERCIAL - TERCEROS** | **2708** | **26.94%** |
| Unidades de transporte | 0 | 0.00% | Facturas por pagar emitidas M. N | 2708 | 26.94% |
| Equipos diversos | 25066 | 64.87% | Recibos por honorarios por pagar | 0 | 0.00% |
| **ACTIVO DIFERIDO** | **0.00** | **0.00%** | **OBLIGACIONES FINANCIERAS** | **7281** | **72.43%** |
| Intereses no devengados en transacciones con terceros | 0.00 | 0.00% | Préstamo de Instituciones Financieras | 7281 | 72.43% |
| **DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN ACUMULADA** | **0.00** | **0.00%** | | | |
| Depreciación de unidades de transporte | 0 | 0.00% | **TOTAL, PASIVO CORRIENTE** | **10053** | **100%** |
| Depreciación equipos diversos | 0 | 0.00% | | | |
| **TOTAL, ACTIVO NOCORRIENTE** | **25066.00** | **64.87%** | **TOTAL, PASIVO** | **10053** | **100%** |
| | | | **PATRIMONIO** | | |
| **TOTAL, DE ACTIVO** | **38638.00** | **100.00%** | **CAPITAL** | **18002** | **62.98%** |
| | | | Participaciones | 18002 | 62.98% |
| | | | **RESULTADOS ACUMULADOS** | **10583** | **37.02%** |
| | | | Utilidades acumuladas | 0 | 0.00% |
| | | | Pérdidas acumuladas | 0 | 0.00% |
| | | | Resultado al 31/12/2021 | 10583 | 37.02% |
| | | | **TOTAL, DE PATRIMONIO** | **28585** | **100%** |
| | | | **TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO** | **38638** | **100%** |

Según los resultados obtenidos en la tabla 5, se puede evidenciar que los activos corrientes tienen un valor de S/13,572.00 y los pasivos corrientes tiene un valor de S/. 10,053.00. Demostrando que los activos corrientes son mayores que los pasivos corrientes, lo cual refleja que la empresa no tiene problema de liquidez a corto plazo.

A continuación, se presentan la rentabilidad económica y financiera:

**Rentabilidad Económica (ROA)**

$$ROA = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Activos}}\ x\ 100$$

$$ROA = \frac{26{,}904.86}{38{,}638.00}\ x\ 100$$

$$ROA = 69.6\%$$

La ganancia generada por la inversión en activos fue de 69.6%. Es decir, que por cada S/ 100 soles invertidos se obtuvo una ganancia de 69.6 soles. Por lo tanto, la inversión de activos aumenta la rentabilidad de la empresa.

**Rentabilidad financiera (ROE)**

$$RCP = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Patrimonio neto}}\ x\ 100$$

$$RCP = \frac{26{,}904.86}{28{,}585.00}\ x\ 100$$

$$RCP = 94.1\%$$

La rentabilidad obtenida por los dueños sobre sus recursos propios fue de 94.1 %. Es decir, por cada S/100 soles invertido se obtuvo 94.1 soles de ganancia. Por lo tanto, los recursos propios de la empresa han provocado un aumento de la rentabilidad financiera para los accionistas.

## 4.2 Resultados por objetivos

En relación con el primer objetivo se pudo evidenciar que la variable Gestión de Calidad se encuentra relacionada con la dimensión rentabilidad económica con una correlación de Pearson de 0,332; de la misma manera, la dimensión rentabilidad financiera tuvo una correlación de Pearson de 0,74. Por otro lado, se evidencia que las dimensiones: planificación de la calidad, control de calidad y mejora de la calidad se relación con la rentabilidad de la empresa.

**Tabla 6**

*Los objetivos propuestos sobre calidad del producto se están cumpliendo*

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|
| Nunca | 7 | 38,9 | 38,9 | 38,9 |
| Casi nunca | 5 | 27,8 | 27,8 | 66,7 |
| A veces | 4 | 22,2 | 22,2 | 88,9 |
| Casi siempre | 2 | 11,1 | 11,1 | 100,0 |
| Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

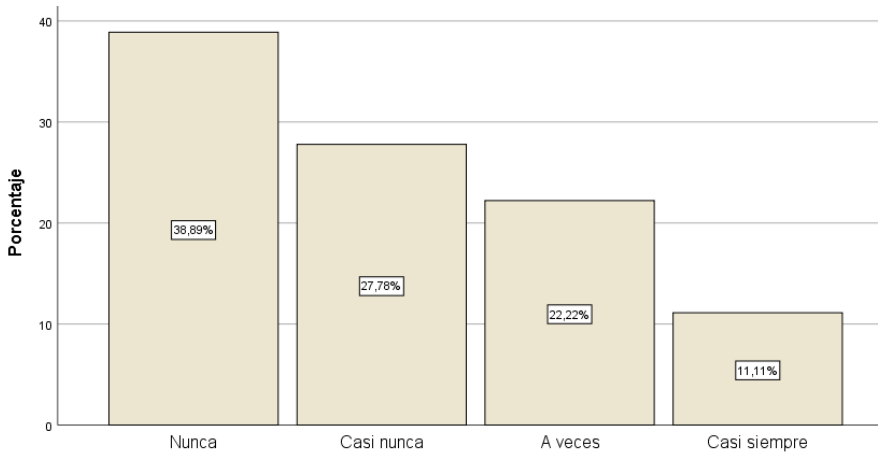



*Figura 4 los objetivos propuestos sobre calidad del producto se están cumpliendo*

Los resultados obtenidos en la tabla 6 y figura 4 muestran, que la opción más marcada con un 38,89% es nunca y la segunda con 27,78% casi nunca, dando un total de 66.67% de encuestados creen que los objetivos propuestos sobre la calidad del producto no se están cumpliendo, mientras que un 22,22% se encuentra indeciso frente a la pregunta y un 11,11% opina que si se cumple los objetivos.

***Tabla 7***

*Los materiales y la mano de obra aseguran la calidad del producto*

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|
| Nunca | 3 | 16,7 | 16,7 | 16,7 |
| Casi nunca | 6 | 33,3 | 33,3 | 50,0 |
| A veces | 4 | 22,2 | 22,2 | 72,2 |
| Siempre | 5 | 27,8 | 27,8 | 100,0 |
| Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

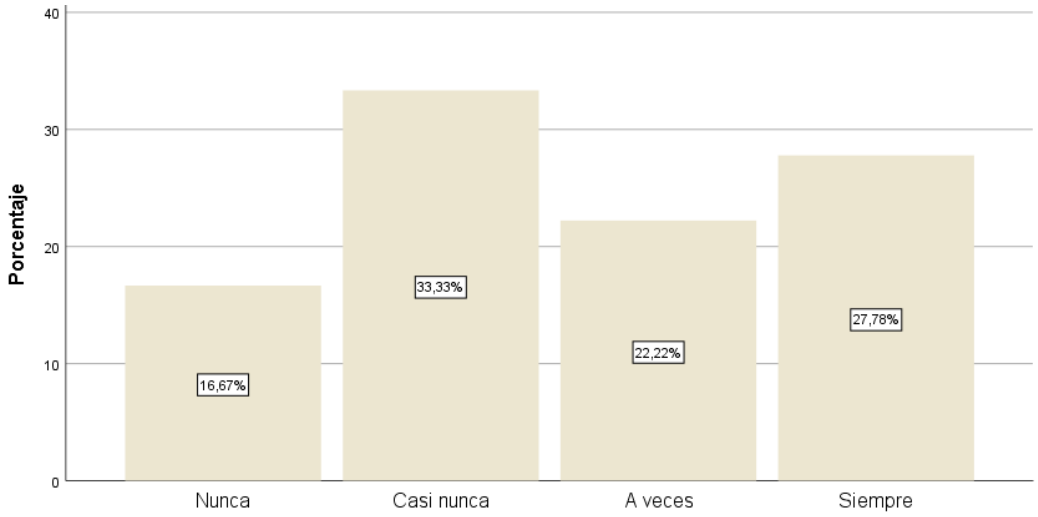



*Figura 5 los materiales y la mano de obra aseguran la calidad del producto*

Los resultados obtenidos en la tabla 7 y figura 5 muestran, que la opción marcada con un 33,33% es casi nunca y con 16,67% nunca, dando un total de 50% de los encuestados que opina que los materiales y la mano de obra no aseguran la calidad del producto, un 22,22% se encuentra indecisa y un 27,78% si están de acuerdo con que los materiales y la mano de obra si aseguran la calidad del producto.

**Tabla 8**

*Un buen nivel de aseguramiento de la calidad del producto para una porción del mercado*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válido | Nunca | 3 | 16,7 | 16,7 | 16,7 |
| | Casi nunca | 3 | 16,7 | 16,7 | 33,3 |
| | A veces | 5 | 27,8 | 27,8 | 61,1 |
| | Casi siempre | 7 | 38,9 | 38,9 | 100,0 |
| | Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

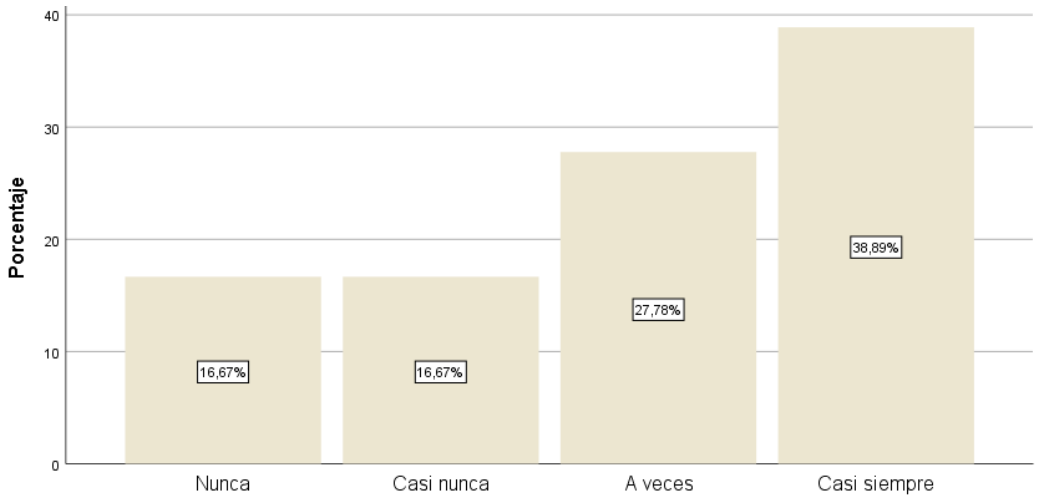



*Figura 6 un buen nivel de aseguramiento de la calidad del producto para una porción del mercado*

Los resultados obtenidos en la tabla 8 y figura 6 muestran, que la opción más marcada es casi siempre con un 38,89% lo cual evidencia que el producto tiene ganado una porción del mercado por su calidad. Sin embargo, un 16,67% opinaron que nunca y otro 16,67% opino casi nunca, dando un total de 33,34% que creen que la calidad no asegura una porción en el mercado, finalmente, un 27,78% opinaron que están indecisos ante la interrogante.

**Tabla 9**

*Los mecanismos utilizados por la empresa para controlar la calidad del producto son eficientes y eficaces*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válido | Nunca | 7 | 38,9 | 38,9 | 38,9 |
| | Casi nunca | 4 | 22,2 | 22,2 | 61,1 |
| | A veces | 3 | 16,7 | 16,7 | 77,8 |
| | Casi siempre | 4 | 22,2 | 22,2 | 100,0 |
| | Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

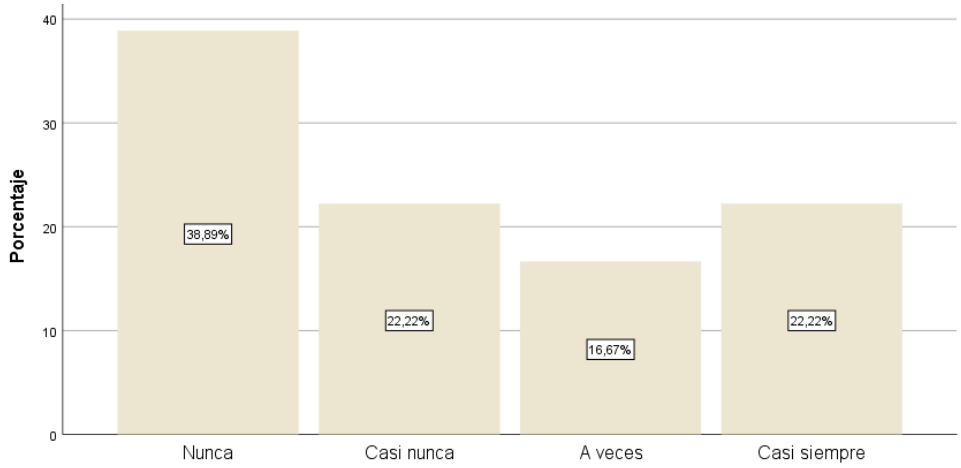



*Figura 7 los mecanismos utilizados por la empresa para contralar la calidad del producto son eficientes y eficaces*

Los resultados obtenidos en la tabla 9 y figura 7 muestran, que la opción más marcada es nunca con un 38,89%, seguida de casi nunca con un 22,22%, dando un total de 61.11% de encuestados que no cree que los mecanismos utilizados por la empresa sean eficientes y eficaces; mientras que un 22,22% si cree que la empresa utiliza mecanismos eficientes y eficaces para controlar la calidad del producto, finalmente, un 16,67% de encuestados se encuentran indecisos ante la pregunta.

**Tabla 10**

*La orientación al personal que labora en la empresa es adecuada*

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|
| Nunca | 2 | 11,1 | 11,1 | 11,1 |
| Casi nunca | 7 | 38,9 | 38,9 | 50,0 |
| A veces | 5 | 27,8 | 27,8 | 77,8 |
| Casi siempre | 1 | 5,6 | 5,6 | 83,3 |
| Siempre | 3 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

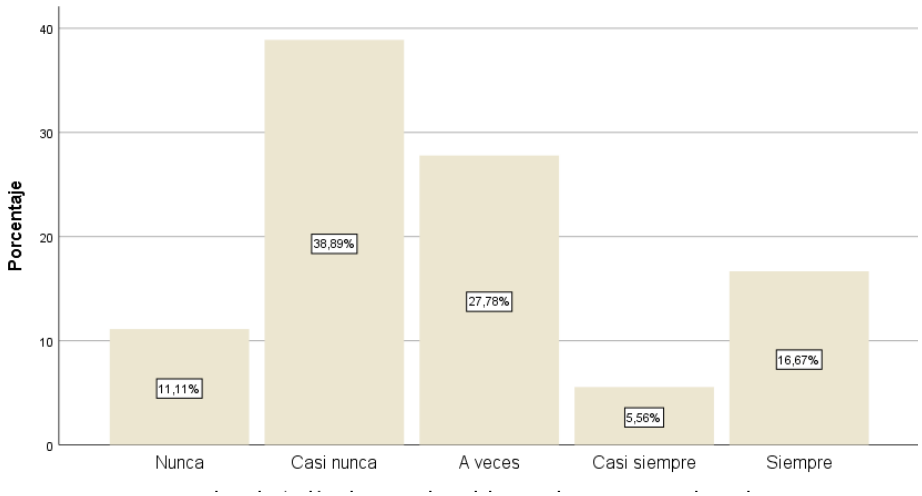



*Figura 8 la orientación al personal que labora en la empresa es adecuada*

Los resultados obtenidos en la tabla 10 y figura 8 muestran, que la opción más marcada es casi nunca con un 38,89%, y la opción nunca tuvo un 11,11%, dando un total de 50% de encuestados que consideran que orientación al personal es adecuada. Sin embargo, un 16,67% marca la opción siempre y un 5,56%, dando un total de 22,27% de encuestados que opinan que la orientación al personal es adecuada, finalmente un 27,78% se encuentra indeciso ante la interrogante.

**Tabla 11**

*La supervisión al personal de la empresa es constante*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válido | Nunca | 5 | 27,8 | 27,8 | 27,8 |
| | Casi nunca | 3 | 16,7 | 16,7 | 44,4 |
| | A veces | 4 | 22,2 | 22,2 | 66,7 |
| | Casi siempre | 5 | 27,8 | 27,8 | 94,4 |
| | Siempre | 1 | 5,6 | 5,6 | 100,0 |
| | Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

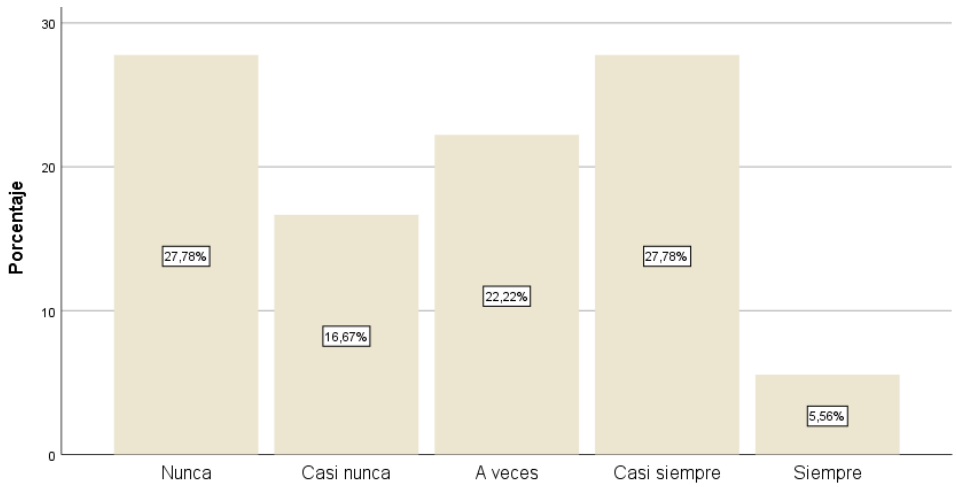



*Figura 9 la supervisión al personal de la empresa es constante*

Los resultados obtenidos en la tabla 11 y figura 9 se muestra, que los encuestados marcaron las opciones nunca con un 27,78% y casi nunca con 16,67%, dando un total de 44,45% de encuestados que consideran que no es constante la supervisión del personal. Por otro lado, un 27,78% marco la opción casi siempre y un 5,56% marco la opción siempre, dando un resultado de 33,34% de encuestados que creen si se realiza una supervisión constante del personal.

**Tabla 12**

*Implementa mejoras en el proceso de producción para mejorar la calidad del producto*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válido | Nunca | 9 | 50,0 | 50,0 | 50,0 |
| | Casi nunca | 1 | 5,6 | 5,6 | 55,6 |
| | A veces | 5 | 27,8 | 27,8 | 83,3 |
| | Casi siempre | 3 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| | Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

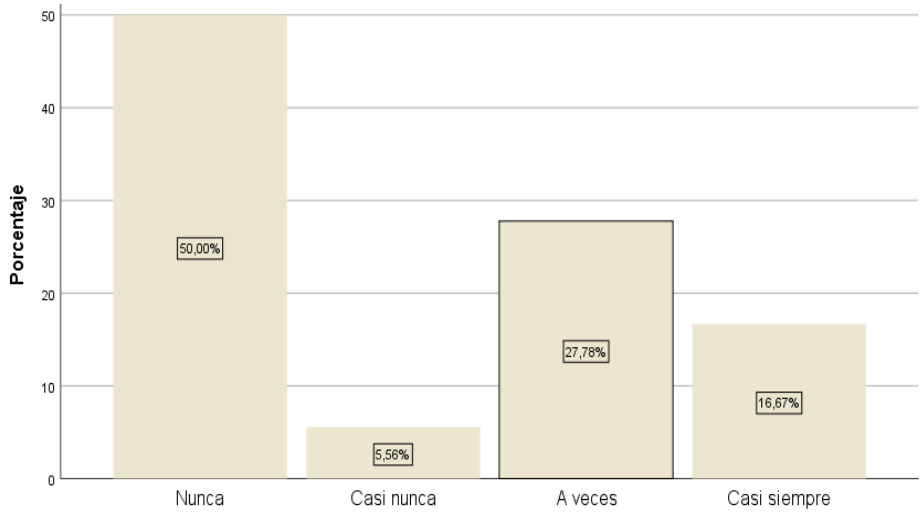



*Figura 10 Implementa mejoras en el proceso de producción para mejorar la calidad del producto*

Los resultados obtenidos en la tabla 12 y figura 10 muestran, que la opción más marcada es nunca con un 50%, y la opción casi nunca con un 5,56%, dando un total de 55,56% de encuestados que consideran que la implementación de mejoraras en el proceso de producción ayuda a mejorar la calidad del producto, mientras que un 27,78% se encuentra indiferente ante la pregunta, finalmente un 16,67% marco la opción casi siempre, los cuales consideran las mejoras ayudan tener productos de calidad.

**Tabla 13**

*Implementa la mejora continua para fidelizar a sus clientes*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válido | Nunca | 7 | 38,9 | 38,9 | 38,9 |
| | Casi nunca | 3 | 16,7 | 16,7 | 55,6 |
| | A veces | 2 | 11,1 | 11,1 | 66,7 |
| | Casi siempre | 1 | 5,6 | 5,6 | 72,2 |
| | Siempre | 5 | 27,8 | 27,8 | 100,0 |
| | Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

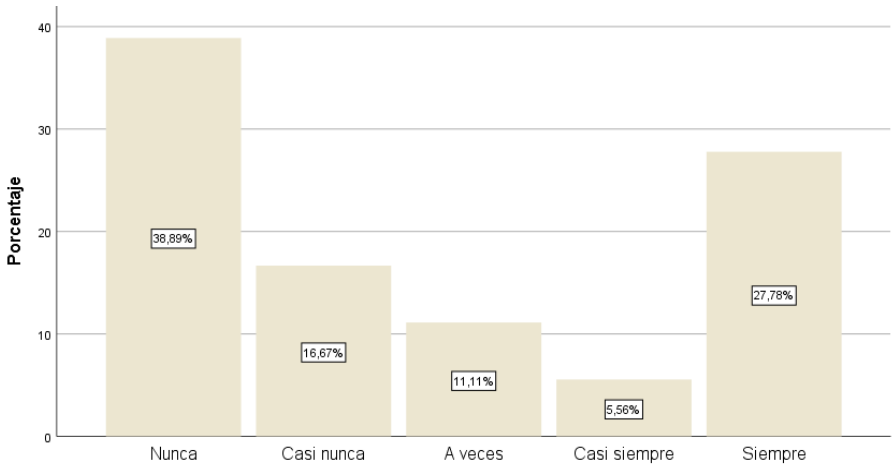



*Figura 11 Implementa la mejora continua para fidelizar a sus clientes*

Los resultados obtenidos en la tabla 13 y figura 11 muestran, que la opción más marca es nunca, con un 38,89%, la opción casi nunca, con un 16,67%, dando un total de 45,56% de los encuestados opinaron que la mejora continua no fideliza a los clientes, mientras que un 27,78% marco la opción siempre y un 5,56% marco la opción casi siempre, dando un total de 33,34% de los encuestados que manifiestan que la mejora continua si contribuye a fidelizar a los clientes, finalmente, un 11,11% de los encuestas se encuentran indiferente ante la pregunta.

**Tabla 14**

*El cliente queda satisfecho con la calidad del producto*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válido | Nunca | 3 | 16,7 | 16,7 | 16,7 |
| | Casi nunca | 6 | 33,3 | 33,3 | 50,0 |
| | A veces | 4 | 22,2 | 22,2 | 72,2 |
| | Siempre | 5 | 27,8 | 27,8 | 100,0 |
| | Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

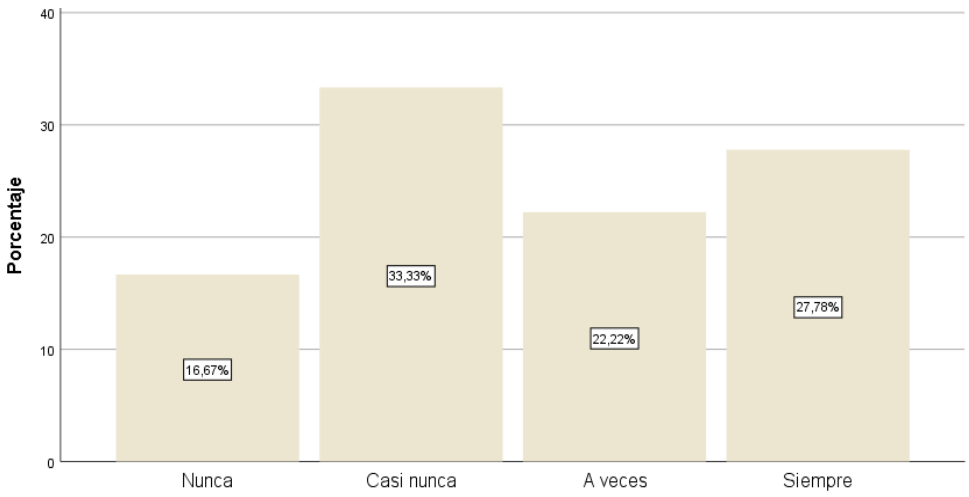



*Figura 12 el cliente queda satisfecho con la calidad del producto*

Los resultados obtenidos en la tabla 14 y figura 12 muestran, que la opción que más se marco es casi nunca, con un 33,33% y la opción nunca, con un 16,67%, dando un total de 50% de encuestados que consideran que los clientes no se encuentran satisfechos con la calidad del producto, mientras que un 27,78% considera que el cliente se encuentra satisfecho con el producto, finalmente un 22,22% se encuentra indiferente con la pregunta.

**Tabla 15**

*La inversión en activos mejora la producción y la calidad del producto*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válido | Nunca | 3 | 16,7 | 16,7 | 16,7 |
| | Casi nunca | 3 | 16,7 | 16,7 | 33,3 |
| | A veces | 4 | 22,2 | 22,2 | 55,6 |
| | Casi siempre | 7 | 38,9 | 38,9 | 94,4 |
| | Siempre | 1 | 5,6 | 5,6 | 100,0 |
| | Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

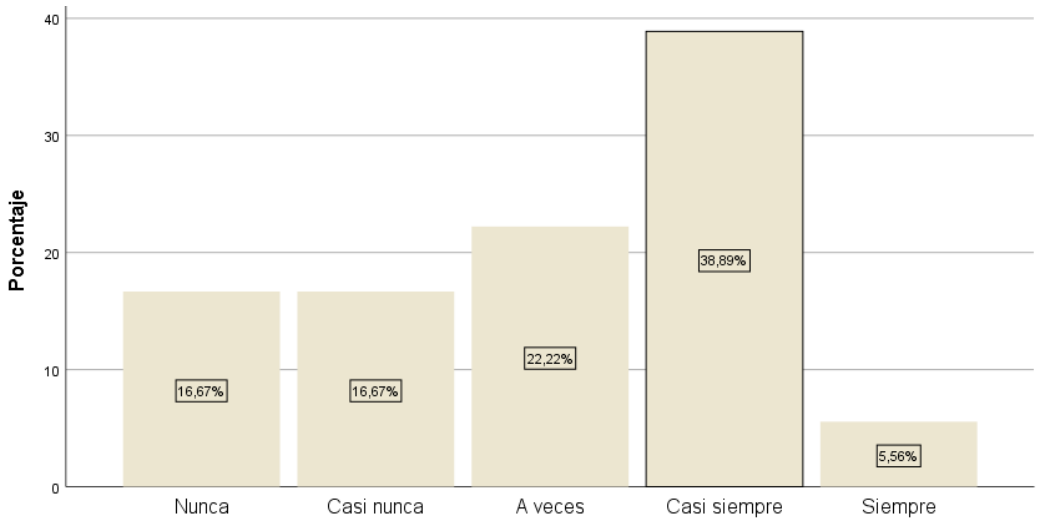



*Figura 13 la inversión en activos mejora la producción y la calidad del producto*

Los resultados obtenidos en la tabla 15 y figura 13 muestran, que la opción más marcada es casi siempre, con un 38,89%, y la opción siempre con 5,56%, dando un total de 44,46% de encuestados que consideran que la inversión en activos genera una mejora de la producción y la calidad. Sin embargo, un 16,67% marca las opciones nunca y casi nunca, dando un total de 33,34% de encuestado que considera que no hay ninguna mejora si realiza una inversión en activos.

**Tabla 16**

*Se ha incrementado el margen por ventas empleando una parte del capital de la empresa*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válido | Nunca | 5 | 27,8 | 27,8 | 27,8 |
| | A veces | 5 | 27,8 | 27,8 | 55,6 |
| | Casi siempre | 4 | 22,2 | 22,2 | 77,8 |
| | Siempre | 4 | 22,2 | 22,2 | 100,0 |
| | Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

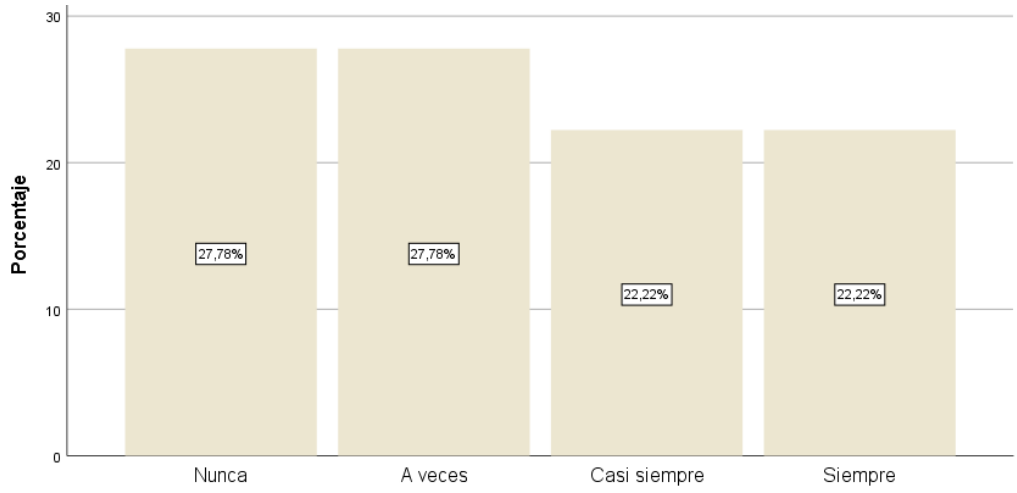



*Figura 14 Se ha incrementado el margen por ventas empleando una parte del capital de la empresa*

Los resultados obtenidos en la tabla 16 y figura 14 muestra, que las opciones casi siempre y siempre obtuvieron un 22,22% respectivamente, dando un total 44,44% de los encuestados que consideran que se ha incrementado el margen de ventas empleando una parte del capital. Sin embargo, un 27,76% de los encuestados considera que nunca hubo un incremento del margen de ventas, y un 27,78% de los encuestados se encuentra indeciso ante la interrogante.

**Tabla 17**

*La empresa realiza el cálculo de la rentabilidad económica para conocer el beneficio de la inversión y del capital*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válido | Nunca | 5 | 27,8 | 27,8 | 27,8 |
| | Casi nunca | 5 | 27,8 | 27,8 | 55,6 |
| | A veces | 3 | 16,7 | 16,7 | 72,2 |
| | Casi siempre | 2 | 11,1 | 11,1 | 83,3 |
| | Siempre | 3 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| | Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

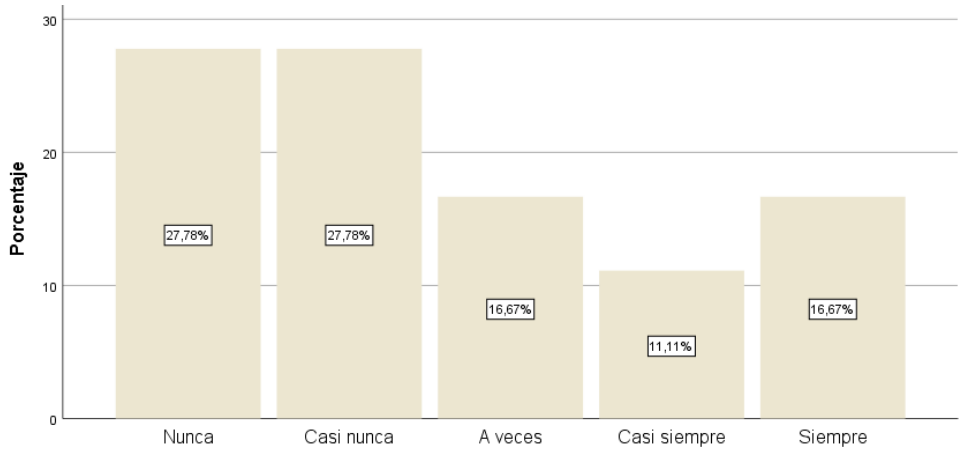



*Figura 15 realiza el cálculo de la rentabilidad económica para conocer el beneficio de la inversión y del capital*

Los resultados obtenidos en la tabla 17 y figura 15 muestran, que las opciones nunca y casi nunca obtuvieron un 27,78% respectivamente, dando un total de 55,56% de encuestados que consideran que no se realiza ningún cálculo para determinar la utilidad, la inversión y el capital. No obstante, un 16,67% marco la opción siempre y un 11,11% marco la opción casi siempre, dando un resultado de 27,78% considera que, si realiza cálculos para determinar la utilidad, la inversión y el capital.

**Tabla 18**

*El capital utilizado es repuesto en un periodo de medio plazo*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válido | Nunca | 3 | 16,7 | 16,7 | 16,7 |
| | Casi nunca | 6 | 33,3 | 33,3 | 50,0 |
| | A veces | 3 | 16,7 | 16,7 | 66,7 |
| | Siempre | 6 | 33,3 | 33,3 | 100,0 |
| | Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

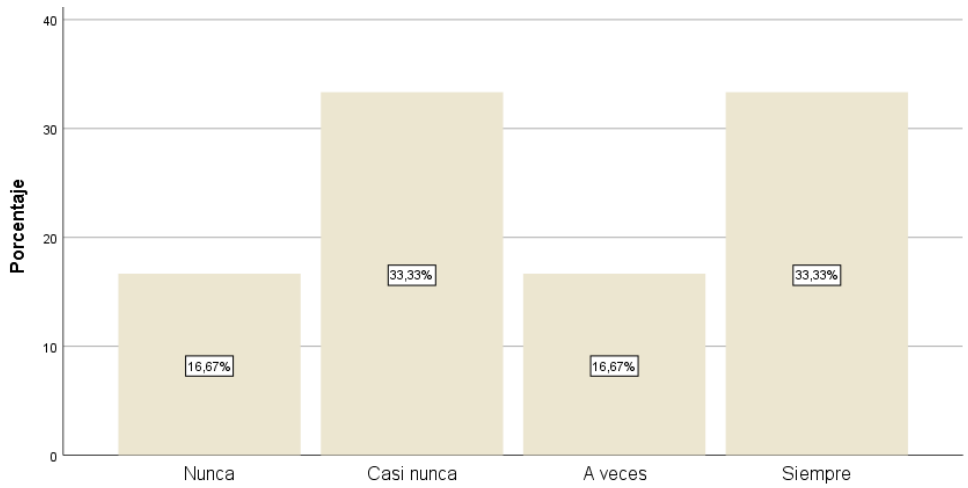



*Figura 16 el capital utilizado es repuesto en un periodo de medio plazo*

Los resultados obtenidos en la tabla 18 y figura 16 muestran, que un 16,67% marco la opción nunca y un 33,33% marco la opción casi nunca, dando un resultado del 50% de encuestados que consideran que no se recupera el capital en medio plazo. Sin embargo, un 33,33% considera que el capital si se recupera en el medio plazo y un 16,67% se muestra indiferentes ante la pregunta.

**Tabla 19**

*Emplea parte del capital de la empresa para cubrir con sus obligaciones*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válido | Nunca | 3 | 16,7 | 16,7 | 16,7 |
| | Casi nunca | 2 | 11,1 | 11,1 | 27,8 |
| | A veces | 2 | 11,1 | 11,1 | 38,9 |
| | Casi siempre | 7 | 38,9 | 38,9 | 77,8 |
| | Siempre | 4 | 22,2 | 22,2 | 100,0 |
| | Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

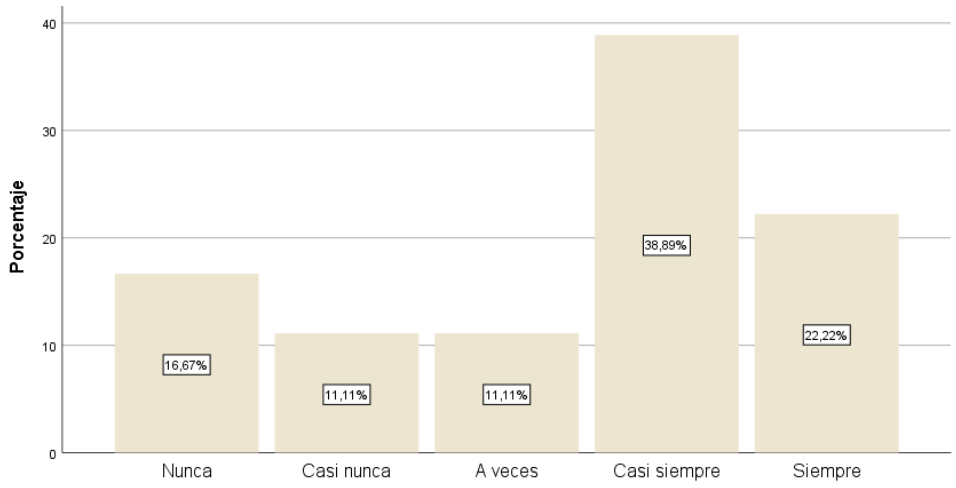



*Figura 17 emplea parte del capital de la empresa para cubrir con sus obligaciones*

Los resultados obtenidos en la tabla 19 y figura 17 muestran, que la opción casi siempre obtuvo un 38,89% y la opción siempre obtuvo un 22,22%, dando un total de 61,11% de encuestados que considera que la empresa utiliza el capital para pagar sus obligaciones. Sin embargo, un 16,67% marco la opción nunca y un 11,11% marco la opción casi nunca, dando un total de 27,68% de encuestados que considera que no se utiliza el capital y un 11,11% se muestra indiferente ante la interrogante.

**Tabla 20**

*El dueño realiza el análisis financiero para conocer el retorno del capital de la empresa*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válido | Nunca | 6 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| | A veces | 5 | 27,8 | 27,8 | 61,1 |
| | Casi siempre | 2 | 11,1 | 11,1 | 72,2 |
| | Siempre | 5 | 27,8 | 27,8 | 100,0 |
| | Total | 18 | 100,0 | 100,0 | |

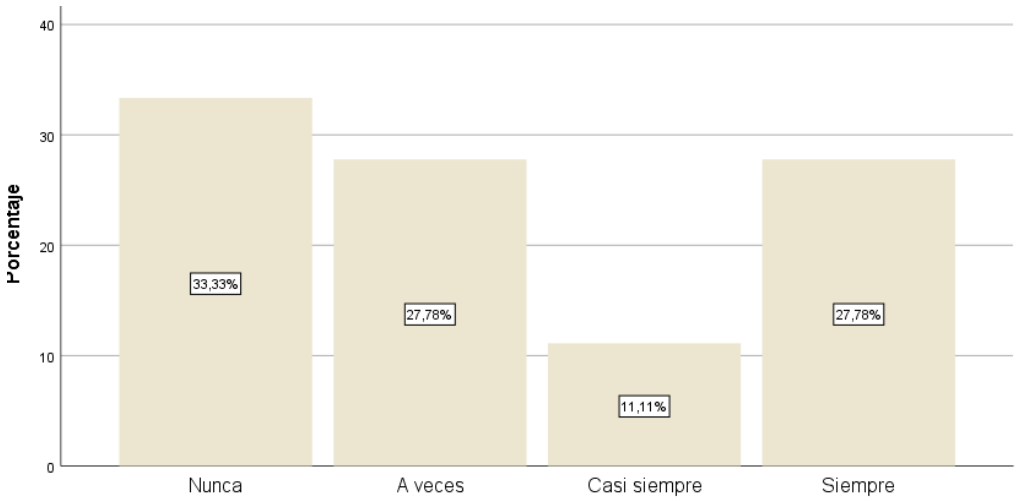



*Figura 18 realiza el análisis financiero para conocer el retorno del capital de la empresa*

Los resultados obtenidos en la tabla 20 y figura 18 muestran, que el 27,78% marco la opción siempre y un 11,11% marco la opción casi siempre, dando un total de 38,89% de encuestados que consideran que si se realiza el análisis financiero para determinar el retorno del capital. No obstante, un 33,33% de los encuestados considera que no se realiza el cálculo financiero y un 27,78% se muestra indiferente ante la pregunta.

## 4.3 Prueba de normalidad

**Tabla 21**

*Prueba de normalidad*

| Prueba de Kolmogórov-Smirnov para una muestra | | |
|---|---|---|
| | | Total |
| N | | 18 |
| Parámetros normales | Media | 41,2778 |
| | Desviación | 7,76724 |
| Máximas diferencias | Absoluto | ,148 |
| extremas | Positivo | ,124 |
| | Negativo | -,148 |
| Estadístico de prueba | | ,568 |
| Sig. asintótica(bilateral) | | ,904 |

a. La distribución de prueba es normal.
b. Se calcula a partir de datos.
c. Corrección de significación de Lilliefors.
d. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

La prueba de normalidad nos muestra un nivel de significancia, si es menor que 0.05 la distribución no es normal, sin embargo, si es mayor que 0.05 la distribución es normal.

En la presente investigación, la prueba de Kolmogórov – Smirnov nos arroba un nivel de significancia de 0,904. Mostrando una distribución normal.

## 4.4 Prueba de hipótesis

### 4.4.1 Hipótesis general

**Formular la hipótesis estadística**

$H_0$: No existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y la rentabilidad en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.

$H_1$: Si existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y la rentabilidad en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.

**Tabla 22**

*Correlación entre las variables Gestión de calidad y Rentabilidad*

**Correlaciones**

| | | Gestión calidad | Rentabilidad |
|---|---|---|---|
| Gestión calidad | Correlación de Pearson | 1 | ,821* |
| | Sig. (bilateral) | | ,0,41 |
| | N | 18 | 18 |
| Rentabilidad | Correlación de Pearson | ,821* | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,041 | |
| | N | 18 | 18 |

*La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

Los resultados de la tabla 22, evidencia un coeficiente Rho de Pearson de 0,821 y conforme al barómetro de estimación de la correlación de Pearson, existe una correlación positiva considerable. Así mismo, el nivel de significancia es menor que 0,05, esto expresa que si existe relación entre las variables. Por lo tanto, podemos concluir que la Gestión de la Calidad se relaciona significativamente con la Rentabilidad en las

empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.

### 4.4.2 Hipótesis específicas 1

**Formular la hipótesis estadística**

$H_0$: No existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y la rentabilidad económica en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.

$H_1$: Si existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y la rentabilidad económica en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.

**Tabla 23**

*Correlación entre la variable Gestión de Calidad y la dimensión rentabilidad económica*

**Correlaciones**

| | | Gestión calidad | Rentabilidad económica |
|---|---|---|---|
| Gestión calidad | Correlación de Pearson | 1 | ,332* |
| | Sig. (bilateral) | | ,049 |
| | N | 18 | 18 |
| Rentabilidad económica | Correlación de Pearson | ,332* | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,049 | |
| | N | 18 | 18 |

*La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

Los resultados de la tabla 23, evidencia un coeficiente Rho de Pearson de 0,332 y conforme al barómetro de estimación de la correlación de Pearson, existe una correlación positiva débil. Así mismo, el nivel de

significancia es menor que 0,05, esto expresa que si existe relación entre las variables. Por lo tanto, podemos concluir que la Gestión de la Calidad se relaciona significativamente con la Rentabilidad económica en las empresas de artesanía en el centro histórico de Cajamarca, 2021.

**Formular la hipótesis estadística**

$H_0$: No existe una relación significativa entre el control de la calidad y la rentabilidad financiera en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.

$H_1$: Si existe una relación significativa entre el control de la calidad y la rentabilidad financiera en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.

**Tabla 24**

*Correlación entre la variable gestión de calidad y rentabilidad financiera*

**Correlaciones**

| | | Gestión calidad | Rentabilidad financiera |
|---|---|---|---|
| Gestión calidad | Correlación de Pearson | 1 | ,740* |
| | Sig. (bilateral) | | ,041 |
| | N | 18 | 18 |
| Rentabilidad financiera | Correlación de Pearson | ,740* | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,041 | |
| | N | 18 | 18 |

*La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

Los resultados de la tabla 24, evidencia un coeficiente Rho de Pearson de 0,740 y conforme al barómetro de estimación de la correlación de Pearson, existe una correlación positiva media. Así mismo, el nivel de significancia es menor que 0,05, esto expresa que si existe relación entre

las variables. Por lo tanto, podemos concluir que la Gestión de la Calidad se relaciona significativamente con la Rentabilidad financiera en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.

## 4.5 Discusión de los resultados

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre la gestión de la calidad y la rentabilidad en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020. Los resultados descriptivos, evidenciaron que el 38,89% de los encuestados opinaron que la calidad del producto ayuda a mantener una porción del mercado (ver tabla 8), un 27,78% de los encuestados está de acuerdo que la supervisión constante ayuda a mejorar la calidad del producto (ver tabla 14), el 38,89% de los encuestados opinaron que la inversión en activos mejora la calidad del producto y la utilidad (ver tabla 15) y un 61,11% opinaron que la empresa utiliza su capital para cubrir sus deudas en un corto plazo (ver tabla 19).

Con relación a la Hipótesis General: Existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y la rentabilidad en las empresas de artesanía en el centro histórico de Cajamarca, 2021. Los resultados de la tabla 19, evidencia un coeficiente Rho de Pearson = 0,821 y conforme al barómetro de estimación de la correlación de Pearson, existe una correlación positiva considerable. Así mismo, el nivel de significancia es menor que 0,05, esto expresa que si existe relación entre las variables. Por lo tanto, podemos concluir que la Gestión de la Calidad se relaciona significativamente con

la Rentabilidad en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020. Consiguiendo así establecer que la Gestión de Calidad definido como el cambio de las necesidades y expectativas del cliente para diseñar y desarrollar productos que satisfagan su necesidad tuvo una relación positiva considerable con la rentabilidad definido como el beneficio conseguido por las operaciones efectuadas en un periodo de tiempo. Estos resultados coinciden con el estudio de Guevara, (2020) en su tesis titulada: "*Gestión de Calidad y Rentabilidad de las Mypes del Sector Comercial Rubro Venta de Motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019".* Los resulatdos obtenidos muestran una relación positiva perfecta entre las variables Gestión de Calidad y Rentabilidad, el cual es demostrado por el coeficiente de Correlación de Pearson r = 0,817. Por lo tanto, la Gestión de la Calidad expresada como los elementos del producto enfocados a satisfacer las necesidades del consumidor tuvo una correlacion positiva perfecta con la Rentabilidad expresada como utilidad obtenida por ofrecer buenos productos de calidad y a bajos precios.

Con relación a la Hipótesis especifica 1: Existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y la rentabilidad económica en las empresas de artesanía en el centro histórico de Cajamarca, 2021. Los resultados de la tabla 20, evidencia un coeficiente Rho de Pearson de 0,332 y conforme al barómetro de estimación de la correlación de Pearson, existe una correlación positiva débil. Así mismo, el nivel de significancia es menor que 0,05, esto expresa que si existe relación entre las variables. Por

lo tanto, podemos concluir que la Gestión de la Calidad se relaciona significativamente con la Rentabilidad económica en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020. Consiguiendo así establecer que la Gestión de Calidad definido como el cambio de las necesidades y expectativas del cliente para diseñar y desarrollar productos que satisfagan su necesidad tuvo una relación positiva considerable con la rentabilidad definido como el beneficio conseguido por las operaciones efectuadas en un periodo de tiempo. Estos resultados coinciden con el estudio de Ortiz (2016) en su tesis titulada:" Modelo *de gestión de Calidad y su efecto en las ventas de la Finca el Moral de la Parroquia el Triunfo del Cantón Patate"* en la cual, los resultados muestran una relación modera del 85% entre la variable Gestión de Calidad y la rentabilidad economico, evidenciado que el control de la calidad y la mejora de la calidad provocan un incremento de la producción debido a la inversión en activos fijos.

Con relación a la Hipótesis especifica 2: Existe una relación significativa entre el control de la calidad y la rentabilidad financiera en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020. Los resultados de la tabla 21, evidencia un coeficiente Rho de Pearson de 0,740 y conforme al barómetro de estimación de la correlación de Pearson, existe una correlación positiva media. Así mismo, el nivel de significancia es menor que 0,05, esto expresa que si existe relación entre las variables. Por lo tanto, podemos concluir que la Gestión de la Calidad se relaciona significativamente con

la Rentabilidad financiera en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020. Consiguiendo así establecer que la Gestión de Calidad definido como el cambio de las necesidades y expectativas del cliente para diseñar y desarrollar productos que satisfagan su necesidad tuvo una relación positiva considerable con la rentabilidad definido como el beneficio conseguido por las operaciones efectuadas en un periodo de tiempo. Los resultados coinciden con Hernández & Pinda (2017) en su tesis titulada: *"Modelo de Gestión de Calidad en la Administración Financiera, y su incidencia en la Rentabilidad de las Compañias de Transporete de Carga y Encomiendas Ultra Rapido",* en la cual, se concluyo que los fondos invertidos tiene una relación modera (r = 0,21) con el modelo de gestión de la calidad incremento las ventas por un periodo determinado.

# CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## 5.1 Conclusiones

- El análisis y evaluación de las empresas de artesanía en el centro histórico de Cajamarca evidenciaron que el 38,89% de los encuestados opina que la calidad del producto es el principal factor que permite ganar una porción del mercado (ver tabla 8); mientras que un 27,78% manifiesta que la supervisión de los trabajadores ayuda a mejorar la calidad el producto (ver tabla 11).
- Con respecto a la rentabilidad económica las empresas estudiadas tuvieron una rentabilidad promedio de 63.7%. Es decir, que por cada S/ 100 soles que invertidos se obtuvo 63.7 soles de ganancia; con relación a la rentabilidad financiera las empresas estudiadas tuvieron una rentabilidad promedio de 87%. Es decir, que por cada S/ 100 invertidos la empresa aumento su patrimonio en 87 soles.
- Con relación al objetivo general, se demostró a través del coeficiente de Rho de Pearson = 0,821 una correlación positiva considerable, por lo tanto, podemos concluir que la Gestión de la Calidad se relaciona significativamente con la Rentabilidad en las empresas del artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.
- En torno, al objetivo específico Nº 1, se demostró a través del coeficiente de Rho de Pearson = 0,332 una correlación positiva débil, por lo tanto, podemos concluir que la Gestión de la Calidad se relaciona significativamente con la Rentabilidad económica en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.

- Con respeto, al objetivo específico Nº 2, de demostró a través del coeficiente de Rho de Pearson = 0,740 una correlación positiva media, por lo tanto, podemos concluir que la Gestión de la Calidad se relaciona significativamente con la Rentabilidad financiera en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.
- Por otra parte, la investigación aporta a las empresas artesanales los elementos más resaltantes de la gestión de calidad (optimización del proceso de producción, innovación, orientación al cliente, etc.) que usados de la mejor forma permiten reducir los costos, mayor producción en menor tiempo y mayores ventas, que a su vez tendrán un impacto en la rentabilidad y en el patrimonio de la empresa. A la vez este proyecto permitirá llenar los vacíos que existen acerca de este tema en el campo de la investigación, constituyéndose en un material de consulta para posteriores investigaciones relacionadas.

## 5.2 Recomendaciones

- Se recomienda a los gerentes de las empresas a seguir invirtiendo en maquinarias, equipos y herramientas, ya que se demostró en el estudio que la inversión en activos incrementa la rentabilidad de la empresa en un mediano y largo plazo.
- Se recomienda a los artesanos capacitarse en gestión de calidad e innovación (acabados, presentación, diseños, etc.), ya que según el estudio son puntos débiles de las empresas. Con el propósito de aumentar las ventas y se refleje en una mayor rentabilidad e incremento del patrimonio de la para la empresa.
- Finalmente, se recomienda a los artesanos a mejorar el proceso de producción, ya que se evidencio demoras (mucho tiempo) para producir un producto y mucho desperdicio de materia prima, lo cual vuelve ineficiente e ineficaz a la empresa.

## REFERENCIAS


Aguirre, C. R., Baroma, C. M., & Dávila, G. (2020). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en unaempresa industrial. *Revista de la Univervidad Peruana Unión*. Obtenido de https://revistas.upeu.edu.pe

Alvarez, A. (2017). Clasificación de las Investigaciones. *Universidad de Lima*. Obtenido de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%C3%A9mica%202%20%2818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%C3%B3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Arraut, L. C. (2010). La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa. *Revista EAN*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n69/n69a03.pdf

Barboza, A. (2006). Sobre el método de la interpretación documental y el uso de las imágenes en la sociología. *Revista Scielo*. Obtenido de https://www.scielo.br/j/se/a/BDjsyjpjHZkKbxkgQg5YDdL/?lang=es

Barnet, S., Arbonés, M., & Pérez, T. (2017). Investigación Descriptiva. *Revista de Ciencias del Ejercicio y la Salud*, 16. Obtenido de https://www.scielo.sa.cr/pdf/pem/v15n2/1409-0724-pem-15-02-e2733.pdf

Becerra, J. d. (2003). La clave de la ventaja competitiva Japonesa. La mejora continua. *Revits UTEC*, 20. Obtenido de http://biblioteca.utec.edu.sv/interactiva/41884/41884.pdf

Benzaquen, J. (2019). La ISO 9001 y la administración de la calidad total en las empresas peruanas. *Revista Universidad y Empresa*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-46392018000200281

Bizkaia. (2015). *Blog Crowdfunding Bizkaia*. Obtenido de https://blog.crowdfundingbizkaia.com/emprendedores/diferencia-rentabilidad-economica-financiera/

Bolaños, L. (2015). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Universidad & Empresa*. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/1872/187244133006.pdf

Carro, R., & González, D. (2016). Administración de las Operaciones. *Revista de la Facultad de ciencias Económicas y Sociales*. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf

Castrejón, K. G. (2016). Influencia del Modelo EFQM en el Sistema de Gestión de Calidad en los procesos ISO 9001; 2008 de una empresa Constructora Cajamarca 2016. *Tesis de Pregrado.* Universidad Privada del Norte, Cajamarca. Obtenido de https://repositorio.upn.edu.pe/

Centro Europeo de Postgrado [CEUPE]. (2019). *"Rentabilidad financiera*. Obtenido de https://www.ceupe.com/blog/la-rentabilidad-financiera.html

Chiner, E. (2018). Investigación descriptiva medinate encuestas. *Bistream*, 18. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf

Chiriboga, J. (16 de agosto de 2019). *Rentabilidad económica, social y ambiental en la empresa, equilibrio en los resultados*. Obtenido de http://laqiblog.blogspot.com/2017/08/rentabilidad-economica-social-y.html

Costarrica, M. d., & Morón, C. (2009). Estrategias para el mejoramiento de la calidad de los alimentos. Obtenido de http://www.fao.org/3/w3699t/w3699t08.htm

Cruz, M. E., Valencia , E. R., & Tipanquiza, A. T. (2019). La gestión de la Calidad y la Rentabilidad de las Empresas del Sub Sector Comercial - Quito. *Tesis*

*de Pregrado.* Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Obtenido de https://www.eumed.net/rev/cccss/2019/04/gestion-calidad-empresas.html

Cruzado, D., & Silva, C. (2020). Gestión de la calidad del servicio y satisfacción del cliente en las Agencias de Viajes y Turismo ubicadas en el perímetro de la plaza de armas de la provincia de Cajamarca, 2019. *Tesis de Pregrado.* Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca. Obtenido de http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1245

Dávila, M. (2017). Gestión de Calidad para incrementar la rentabilidad en la empresa GM Fiori Industrial SRL, 2017. *Tesis de Pregrado.* Universidad Norbert Wiener, Lima. Obtenido de http://repositorio.uwiener.edu.pe

Dzul, M. (2017). Aplicación básica de los métodos científicos. *Sistema de universidad virtual*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

EcuRed. (2020). *Rentabilidad*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Rentabilidad

Empresa y Negocio. (2020). Control de Calidad. *Revista Concepto*. Obtenido de https://concepto.de/control-de-calidad/

Estevéz, B. (2017). La Gestión de Calidad en el Servicio y la Rentabilidad de la Empresa Almaroselec SA en la ciudad de Quito de la provincia de Pichincha. *Tesis de pregrado.* Quito.

Ferguson, J. (2005). When quality means businnes. *Modern Healthcare*, 27.

Fernández, N., & Ortega, E. (2008). Calidad de gestión en las unidades de información de la Universidad del Zulla: paradigma de innovación en la sociedad del conocimiento. *Revista Telos*. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/993/99318157002.pdf

Gabarró, J. (2021). *Principios de gestión de la calidad*. Obtenido de https://iso.cat/es/principios-de-gestion-de-la-calidad/

Gómez, A., Villasis, K., & Novales, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Alergía México*. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf

Gonzáles, E. (2005). La observación directa base para el estudio del espacio local. *Geoenseñanza*, 105. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/360/36010107.pdf

González, G. (20 de diciembre de 2017). *La Importancia de la Calidad en las Empresas*. Obtenido de http://www.aleissistemas.com/blog/la-importancia-la-calidad-las-empresas/

Guerrero, D. (2017). La gestión de la calidad y su planificación. *Revista de la faculatd de ingeniería*, 20. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3388/24._La_gestion_de_la_calidad_y_su_planificacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guevara, M. C. (2020). Gestión de Calidad y Rentabilidad de las Mypes del Sector Comercial Rubro Venta de Motocicletas del distrito de Pichanaqui, 2019. *Tesis de Pregrado.* Universidad Catolica los Angeles de Chimbote, Satipo. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18273

Guevara, M. C. (2020). Gestión de la calidad y la rentabilidad de las MYPES del sector comercial rubro venta de motocicletas del distritio de Pichanaqui, 2019. *Tesis de pregrado.* Universidad Catolica los Angeles de Chimbote, Sapito.

Guía artesanal Perú. (2008). *Guía artesanal turistisca Perú*. Obtenido de http://media.peru.info/issuu/guiartesanal.pdf

Hernández, E. R., & Pinda, B. R. (2017). Modelo de Gestión de Calidad en la Administración Financiera, y su incidencia en la Rentabilidad de las Compañias de Transporete de Carga y Encomiendas Ultra Rapido. *Tesis de Pregrado.* Universidad Regional Autónoma de los Andes Uniandes - Ibarra, Ambato, Ecuador. Obtenido de http://dspace.uniandes.edu.ec/handle|/123456789/6303

Hernández, H., Barrios, I., & Martónez, David. (2018). Gestión de la Calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Revista Universidad libre*, 17. Obtenido de https://revistas.unlibre.edu.co

Hernandez, S. (1991). *Instrumentos de recolección de datos*. Obtenido de http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2003/ffc764c/xhtml/TH.7.xml

Hoz, B., & Ferrer, M. A. (2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales*, 109. Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28011673008

Jara, G., Sánchez, S., & García, J. (2018). Análisis de indicadores de rentabilidad de la pequeña banca privada en el Ecuador a partir de la dolarización. *Compendium*. Obtenido de https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:iT8R5LWr7LwJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6794253.pdf+&cd=13&hl=qu&ct=clnk&gl=pe

López, P. L. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

Maguiña, J., Soto, A., Valdivia, J., & Correa, L. (2021). Estudios Transversales. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 185. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2308-05312021000100179&script=sci_arttext

Mantilla, S. A. (febrero de 2018). *Auditoria del control interno.* Bogotá, Colombia: Cuarta edición. Obtenido de https://www.ecoeediciones.com/wp-content/uploads/2018/04/Auditori%CC%81a-del-Control-Interno-4ed.pdf

Mejias, A., Gutiérrez, H., Duque, D., & Cannarozzo, M. (2018). Gestión de la Calidad: una herramienta para la sostenibilidad organizacional. *Revista de Ingeniería*, 140. Obtenido de https://www.ustavillavicencio.edu.co/images/ing-industrial/eventos/gestin-de-la-calidad-mejas-et-al-2018-isbn-978-980-233-724-8.pdf

Muñoz, C. W. (2020). Gestión de Calidad y su influencia en la Rentabilidad de las Mypes de Construcción de la ciudad de Trujillo. *Tesis de Pregrado.* Universidad César Vallejo, Trujillo. Obtenido de https://hdl.handle.net/20.500.12692/44854

Ortiz, C. M. (2010). Modelo de Gestión de Calidad y su efecto en las ventyas de la Finca el Moral de la parroquia el Triunfo del Cantón Patate. *Tesis de pregrado.* Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1436/1/258%20Ing.pdf

Sanchez, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigacion cualitativa y cuantitativa. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2223-25162019000100008

Secretaria General de la Asociación Latinoamerica de Integración [ALADI]. (agosto de 2010). *Programa de mejoramiento continuo de la calidad y productividad en pequeñas y medianas industrias de Pichincha*. Obtenido de http://www2.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/d61ca4566182909a032574a30051e5ba/05ca108f2a1d094c032577ad00664a72/$FILE/06-10.pdf

Tapia, G. (200). Rentabilidad, utilidad y valor. *Revista UNSA*. Obtenido de https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/afe_1/material_de_estudio.

Valdivia, H. R. (2019). La política de créditos y su efecto en la rentabilidad económica y financiera de la Caja Municipal de Trujillo, Agencia Cruz de Piedra de Cajamarca, 2018. *Tesis de Pregrado.* Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca. Obtenido de http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/2962

Valle, E. Y. (2019). La Gestión de Calidad y la Rentabilidad de las mypes del Sector Comercio Rubro Boticas del distrito de Satipo, 2019. *Tesis de Pregrado.* Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sapito. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/19098

**Anexo 1: Matriz de Consistencia**

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR ARTESANAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA, AÑO 2020**

| Problema | Objetivos | Hipótesis | Variables | Dimensiones | Indicador | Instrumento |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Problema general**<br>¿Cuál es la relación entre la gestión de la calidad y la rentabilidad en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020?<br><br>**Problemas específicos**<br>• ¿Cuál es la relación entre la gestión de la calidad y la | **Objetivo general**<br>Determinar la relación entre la gestión de la calidad y la rentabilidad en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.<br><br>**Objetivos específicos**<br>• Determinar la relación entre la planificación de la calidad y la rentabilidad en | **Hipótesis General**<br>Existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y la rentabilidad en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.<br><br>**Hipótesis Especificas**<br>• Existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y la rentabilidad económica en las | Gestión de la Calidad | Planificación de la calidad | • Establecer objetivos de calidad<br>• Consignar recursos óptimos<br>• Proporción de artículos en el mercado | Encuesta |
| | | | | Control de calidad | • Control<br>• Orientación<br>• Supervisión | |
| | | | | Mejora de la calidad | • Productividad<br>• Satisfacción | |
| | | | | Rentabilidad económica | • Inversión en activos<br>• Incremento de ventas | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| rentabilidad económica en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020?<br>• ¿Cuál es la relación entre la gestión de la calidad y la rentabilidad financiera en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020? | las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.<br>• Determinar la relación entre la gestión de la calidad y la rentabilidad económica en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020. | empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.<br>• Existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y la rentabilidad financiera en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020. | Rentabilidad | Rentabilidad financiera | • Beneficio de la Inversión<br>• Capital invertido<br>• Rendimiento percibido | Encuesta |

## Anexo 2: Validación de la Encuesta

**FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS**

**INFORME:** La primera variable (medir): Gestión de Calidad

**TITULO: La Gestión de Calidad y la Rentabilidad en las Empresas del sector Artesanal en el Centro Histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.**

**AUTORES:** Doris Victoria Cerna Julcamoro y María Esther Ríos Pastor

**I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

| INDICADORES | CRITERIOS | DEFICIENTE 0-20 | | | | REGULAR 21-40 | | | | BUENA 41-60 | | | | MUY BUENA 61-80 | | | | EXCELENTE 81-100 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 |
| | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 |
| **1.Claridad** | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | | | | | | | 85 | | | |
| **2.Objetividad** | Esta expresado en directivas observables | | | | | | | | | | | | | | | | | | 86 | | |
| **3.Actualidad** | Adecuado al avance de la administración | | | | | | | | | | | | | | | | | 85 | | | |
| **4.Organización** | Contiene una estructura lógica | | | | | | | | | | | | | | | | | 85 | | | |
| **5.Suficiencia** | Comprende los elementos en cantidad y calidad | | | | | | | | | | | | | | | | | | 86 | | |
| **6.Intencionalidad** | Adecuado para cumplir con los objetivos trazados | | | | | | | | | | | | | | | | | 85 | | | |
| **7.Consistencia** | Utiliza suficientes referentes bibliográficos | | | | | | | | | | | | | | | | | | 86 | | |
| **8.Coherencia** | Entre Hipótesis dimensiones e indicadores | | | | | | | | | | | | | | | | | 85 | | | |
| **9.Metodologia** | Cumple con los lineamientos metodológicos | | | | | | | | | | | | | | | | | | 86 | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **10.Pertinencia** | Es asertivo y funcional para la ciencia | | | | | | | | | | | | | | | | | **85** | | | |

**II. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN: EXCELENTE**

**III. PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN: 85.40**

**FIRMA DE EXPERTO: .....**

**APELLIDOS/NOMBRES: GUERRERO FIGUEROA FERNANDO**

**DNI: 26737701**

**Lugar/Fecha: Cajamarca,10 de marzo de 2021.**

## FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS

**INFORME:** La segunda variable (medir): Rentabilidad

**TITULO: La Gestión de Calidad y la Rentabilidad en las Empresas del sector Artesanal en el Centro Histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.**

**AUTORES:** Doris Victoria Cerna Julcamoro y María Esther Ríos Pastor

**I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

| INDICADORES | CRITERIOS | DEFICIENTE 0-20 | | | | REGULAR 21-40 | | | | BUENA 41-60 | | | | MUY BUENA 61-80 | | | | EXCELENTE 81-100 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 |
| | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 |
| **1.Claridad** | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | | | | | | | 85 | | | |
| **2.Objetividad** | Esta expresado en directivas observables | | | | | | | | | | | | | | | | | | 86 | | |
| **3.Actualidad** | Adecuado al avance de la administración | | | | | | | | | | | | | | | | | 85 | | | |
| **4.Organización** | Contiene una estructura lógica | | | | | | | | | | | | | | | | | 85 | | | |
| **5.Suficiencia** | Comprende los elementos en cantidad y calidad | | | | | | | | | | | | | | | | | | 86 | | |
| **6.Intencionalidad** | Adecuado para cumplir con los objetivos trazados | | | | | | | | | | | | | | | | | 85 | | | |
| **7.Consistencia** | Utiliza suficientes referentes bibliográficos | | | | | | | | | | | | | | | | | | 86 | | |
| **8.Coherencia** | Entre Hipótesis dimensiones e indicadores | | | | | | | | | | | | | | | | | 85 | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **9.Metodologia** | Cumple con los lineamientos metodológicos | | | | | | | | | | | | | | | | | | **86** | | |
| **10.Pertinencia** | Es asertivo y funcional para la ciencia | | | | | | | | | | | | | | | | | **85** | | | |

**II. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN: EXCELENTE**

**FIRMA DE EXPERTO: .....**

**III. PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN: 85.40**

**APELLIDOS/NOMBRES: GUERRERO FIGUEROA FENRNANDO**

**DNI: 45677874**

**Lugar/Fecha: Cajamarca, 10 de marzo de 2021.**

**FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS**

**INFORME:** La primera variable (medir): Gestión de Calidad

**TITULO: La Gestión de Calidad y la Rentabilidad en las Empresas del sector Artesanal en el Centro Histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.**

**AUTORES:** Doris Victoria Cerna Julcamoro y María Esther Ríos Pastor

I. **ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

| INDICADORES | CRITERIOS | DEFICIENTE 0-20 | | | | REGULAR 21-40 | | | | BUENA 41-60 | | | | MUY BUENA 61-80 | | | | EXCELENTE 81-100 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 |
| | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 |
| **1.Claridad** | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | | | | | | 76 | | | | |
| **2.Objetividad** | Esta expresado en directivas observables | | | | | | | | | | | | | | | | 80 | | | | |
| **3.Actualidad** | Adecuado al avance de la administración | | | | | | | | | | | | | | | | 76 | | | | |
| **4.Organización** | Contiene una estructura lógica | | | | | | | | | | | | | | | | 80 | | | | |
| **5.Suficiencia** | Comprende los elementos en cantidad y calidad | | | | | | | | | | | | | | | | 80 | | | | |
| **6.Intencionalidad** | Adecuado para cumplir con los objetivos trazados | | | | | | | | | | | | | | | | 76 | | | | |
| **7.Consistencia** | Utiliza suficientes referentes bibliográficos | | | | | | | | | | | | | | | | 80 | | | | |
| **8.Coherencia** | Entre Hipótesis dimensiones e indicadores | | | | | | | | | | | | | | | | 80 | | | | |
| **9.Metodologia** | Cumple con los lineamientos metodológicos | | | | | | | | | | | | | | | | 80 | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **10.Pertinencia** | Es asertivo y funcional para la ciencia | | | | | | | | | | | | | | | **76** | | | | |

**II. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN: MUY BUENA**

**III. PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN: 78.40**

**FIRMA DE EXPERTO: .....**

**APELLIDOS/NOMBRES: VALDIVIEZO SIR VICTOR MANUEL**

**DNI: 45677874**

**Lugar/Fecha: Cajamarca,13 de marzo de 2021.**

**FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS**

**INFORME:** La segunda variable (medir): Rentabilidad

**TITULO: La Gestión de Calidad y la Rentabilidad en las Empresas del sector Artesanal en el Centro Histórico de la ciudad de Cajamarca, año 2020.**

**AUTORES:** Doris Victoria Cerna Julcamoro y María Esther Ríos Pastor

**I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

| INDICADORES | CRITERIOS | DEFICIENTE 0-20 | | | | REGULAR 21-40 | | | | BUENA 41-60 | | | | MUY BUENA 61-80 | | | | EXCELENTE 81-100 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 |
| | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 |
| **1.Claridad** | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | | | | | | 76 | | | | |
| **2.Objetividad** | Esta expresado en directivas observables | | | | | | | | | | | | | | | | 80 | | | | |
| **3.Actualidad** | Adecuado al avance de la administración | | | | | | | | | | | | | | | | 76 | | | | |
| **4.Organización** | Contiene una estructura lógica | | | | | | | | | | | | | | | | 80 | | | | |
| **5.Suficiencia** | Comprende los elementos en cantidad y calidad | | | | | | | | | | | | | | | | 80 | | | | |
| **6.Intencionalidad** | Adecuado para cumplir con los objetivos trazados | | | | | | | | | | | | | | | | 76 | | | | |
| **7.Consistencia** | Utiliza suficientes referentes bibliográficos | | | | | | | | | | | | | | | | 80 | | | | |
| **8.Coherencia** | Entre Hipótesis dimensiones e indicadores | | | | | | | | | | | | | | | | 80 | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **9.Metodologia** | Cumple con los lineamientos metodológicos | | | | | | | | | | | | | | | | **80** | | | | |
| **10.Pertinencia** | Es asertivo y funcional para la ciencia | | | | | | | | | | | | | | | | **76** | | | | |

**II. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN: MUY BUENA**

**FIRMA DE EXPERTO: .....**

**III. PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN: 78.40**

**APELLIDOS/NOMBRES: VALDIVIEZO SIR VICTOR MANUEL**

**DNI: 45677874**

**Lugar/Fecha: Cajamarca, 13 de marzo de 2021.**

**Modelo de la encuesta**

## CUESTIONARIO

**Buenos días/ tardes.**

El presente cuestionario tiene como fin recolectar información importante para realizar la tesis denominada: "Gestión de la Calidad y la Rentabilidad en las empresas del sector artesanal en el centro histórico de Cajamarca, año 2020". Tal información será de importancia para determinar la relación existente entre la Gestión de Calidad y la Rentabilidad. Se le agrace por su colaboración para responder las preguntas que encontrará a continuación.

Se le hace de conocimeinto que la información que usted nos brinde, serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad. Muchas gracias por su colaboración.

**Instrucciones:** Coloque el número de su respuesta en la casilla de alternativas.

| Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

### Variable 1: Gestión de Calidad

| **Variable: Gestión de Calidad** | | **ALTERNATIVAS** | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ***Dimensión 1: Planificación de la Calidad*** | | | | | | |
| 1 | Creé usted, que los objetivos propuestos sobre calidad del producto se están cumpliendo. | | | | | |
| 2 | Percibe usted, que los materiales y la mano de obra aseguran la calidad del producto. | | | | | |
| 3 | Percibe usted, un buen nivel de aseguramiento de la calidad del producto para una porción del mercado. | | | | | |
| ***Dimensión 2: Control de Calidad*** | | | | | | |
| 4 | Los mecanismos utilizados por la empresa para controlar la calidad del producto son eficiente y eficaces. | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | La orientación al personal que labora en la empresa es adecuada. | | | | | |
| 6 | La supervisión al personal de la empresa es constante. | | | | | |
| ***Dimensión 3: Mejora de la Calidad*** | | | | | | |
| 7 | Implementa mejoras en el proceso de producción para mejorar la calidad del producto | | | | | |
| 8 | Implementa la mejora continua para fidelizar a sus clientes | | | | | |
| 9 | Cree usted, que el cliente queda satisfecho con la calidad del producto | | | | | |

**Variable 2: Rentabilidad**

| **Variable: Rentabilidad** | | **ALTERNATIVAS** | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ***Dimensión 1: Rentabilidad económica*** | | | | | | |
| 10 | Cree usted, que la inversión en activos mejora la producción y la calidad del producto | | | | | |
| 11 | Cree usted, que se ha incrementado el margen por ventas, empleando una parte del capital de la empresa. | | | | | |
| 12 | La empresa realiza el cálculo de la rentabilidad económica para conocer el beneficio de la inversión y del capital. | | | | | |
| ***Dimensión 2: Rentabilidad financiera*** | | | | | | |
| 13 | El capital utilizado, es repuesto en un periodo de medio plazo | | | | | |
| 14 | Emplea parte del capital de la empresa, para cubrir son sus obligaciones | | | | | |
| 15 | Cree usted, el dueño realiza el análisis financiero para conocer el retorno obtenido del capital de la empresa | | | | | |

*Muchas Gracias.*

**Anexo 3: Estadística de fiabilidad - IBM SPSS Statistics.**

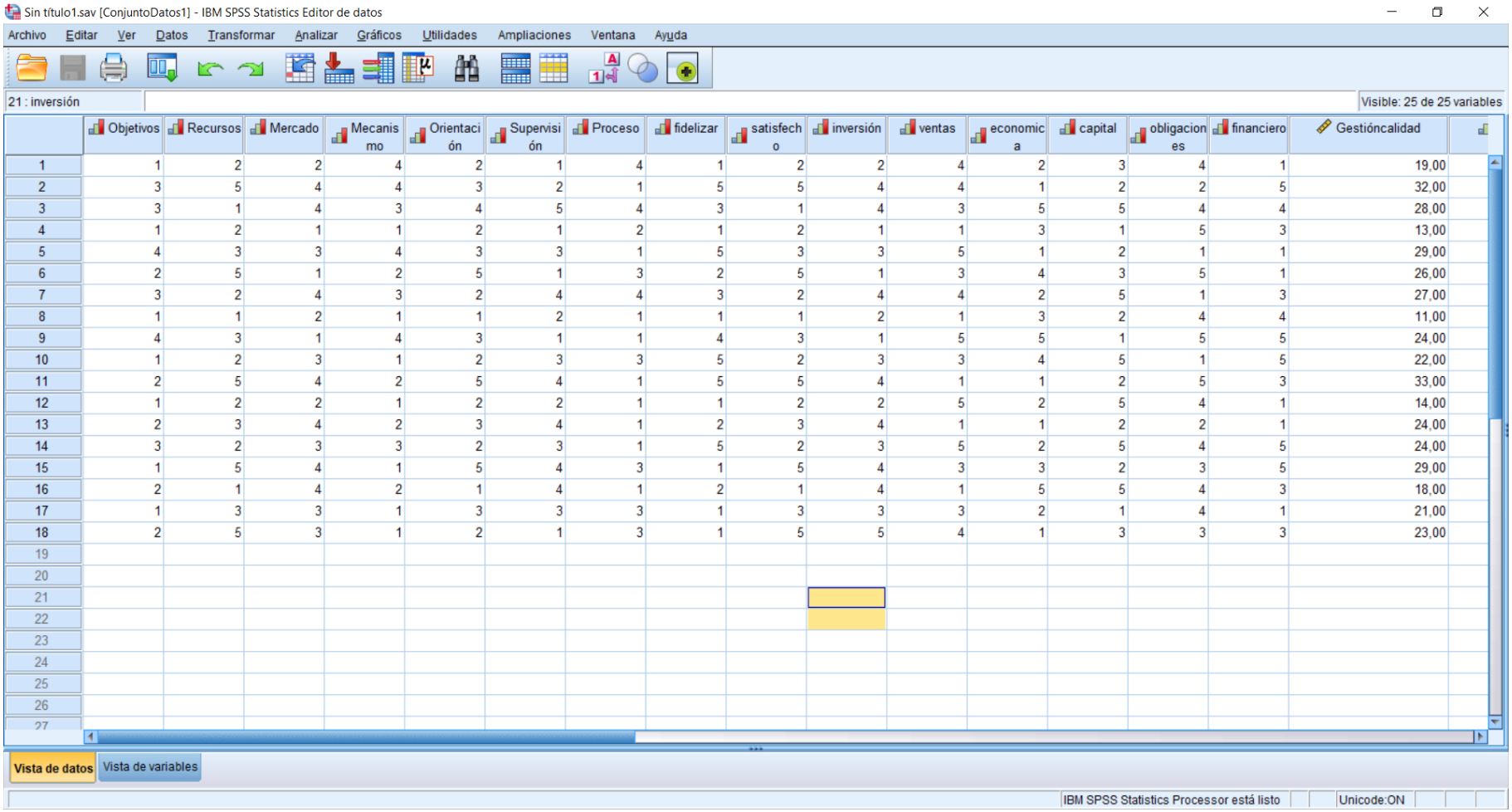
**Alfa de Cronbach**

| Estadísticas de fiabilidad | |
|---|---|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,851 | 12 |

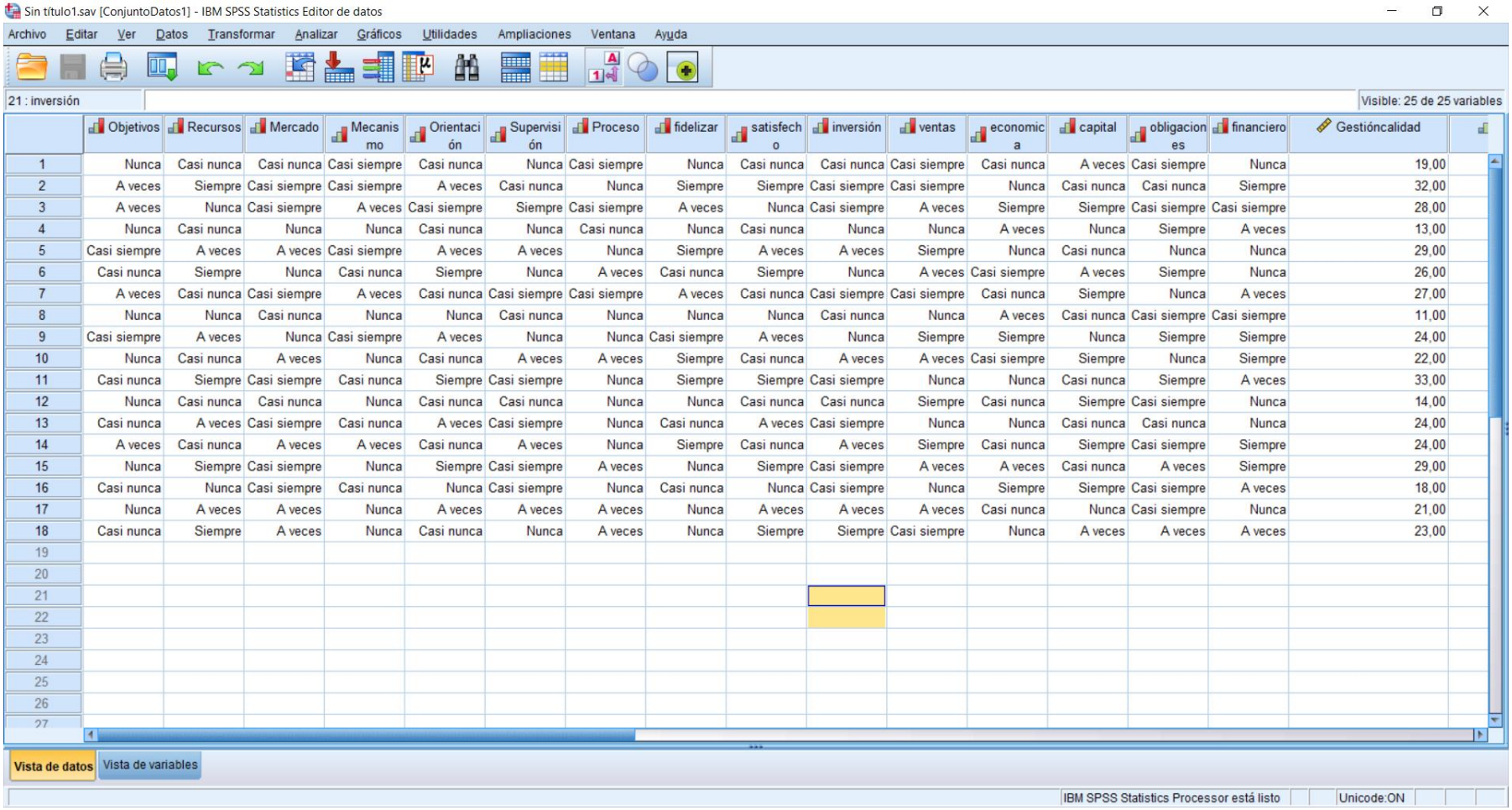
**Interpretación:**

Los datos obtenidos en la encuesta fueron procesados por el Software estadístico IBM SPSS 20, a través del cual se realizó el análisis de fiabilidad mediante ALFA DE CRONBACH, obteniendo un resultado de 0,851 el cual considera que el instrumento tiene excelente nivel de fiabilidad.

## Anexo 4: Tabulación de la Información




| | Objetivos | Recursos | Mercado | Mecanismo | Orientación | Supervisión | Proceso | fidelizar | satisfecho | inversión | ventas | economica | capital | obligaciones | financiero | Gestióncalidad |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 1 | 19,00 |
| 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 5 | 32,00 |
| 3 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28,00 |
| 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 5 | 3 | 13,00 |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 5 | 3 | 3 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 29,00 |
| 6 | 2 | 5 | 1 | 2 | 5 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 3 | 4 | 3 | 5 | 1 | 26,00 |
| 7 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 5 | 1 | 3 | 27,00 |
| 8 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 11,00 |
| 9 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 1 | 1 | 4 | 3 | 1 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 24,00 |
| 10 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 5 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 1 | 5 | 22,00 |
| 11 | 2 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 | 2 | 5 | 3 | 33,00 |
| 12 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 5 | 2 | 5 | 4 | 1 | 14,00 |
| 13 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 24,00 |
| 14 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 | 3 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 24,00 |
| 15 | 1 | 5 | 4 | 1 | 5 | 4 | 3 | 1 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 29,00 |
| 16 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 3 | 18,00 |
| 17 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 1 | 21,00 |
| 18 | 2 | 5 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 23,00 |
| 19 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 21 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 22 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 23 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 24 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 25 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 26 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 27 | | | | | | | | | | | | | | | | |



Sin título1.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

21 : inversión

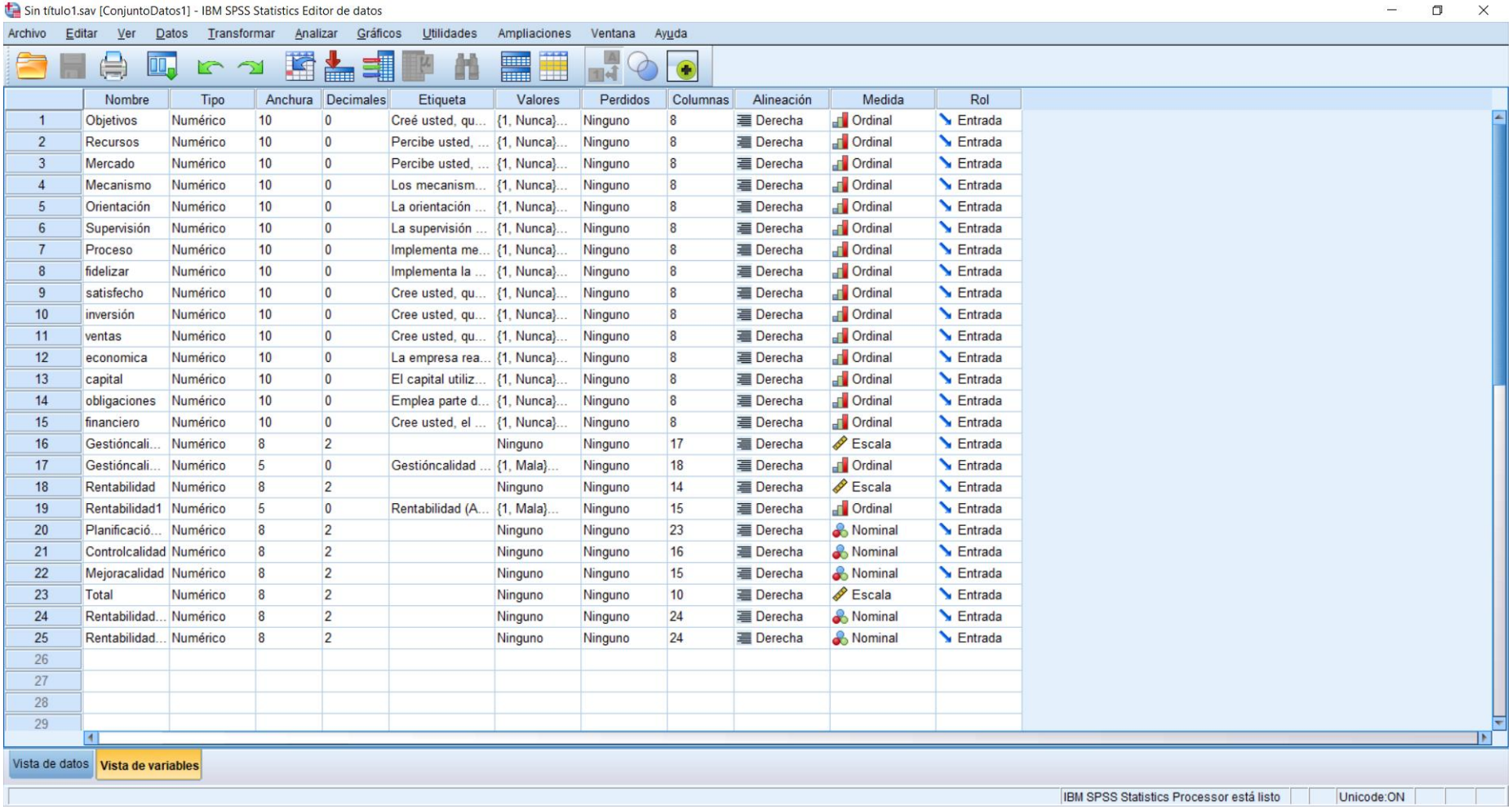
Visible: 25 de 25 variables

| | Objetivos | Recursos | Mercado | Mecanismo | Orientación | Supervisión | Proceso | fidelizar | satisfecho | inversión | ventas | economica | capital | obligaciones | financiero | Gestióncalidad |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Nunca | Casi nunca | Casi nunca | Casi siempre | Casi nunca | Nunca | Casi siempre | Nunca | Casi nunca | Casi nunca | Casi siempre | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Nunca | 19,00 |
| 2 | A veces | Siempre | Casi siempre | Casi siempre | A veces | Casi nunca | Nunca | Siempre | Siempre | Casi siempre | Casi siempre | Nunca | Casi nunca | Casi nunca | Siempre | 32,00 |
| 3 | A veces | Nunca | Casi siempre | A veces | Casi siempre | Siempre | Casi siempre | A veces | Nunca | Casi siempre | A veces | Siempre | Siempre | Casi siempre | Casi siempre | 28,00 |
| 4 | Nunca | Casi nunca | Nunca | Nunca | Casi nunca | Nunca | Casi nunca | Nunca | Casi nunca | Nunca | Nunca | A veces | Nunca | Siempre | A veces | 13,00 |
| 5 | Casi siempre | A veces | A veces | Casi siempre | A veces | A veces | Nunca | Siempre | A veces | A veces | Siempre | Nunca | Casi nunca | Nunca | Nunca | 29,00 |
| 6 | Casi nunca | Siempre | Nunca | Casi nunca | Siempre | Nunca | A veces | Casi nunca | Siempre | Nunca | A veces | Casi siempre | A veces | Siempre | Nunca | 26,00 |
| 7 | A veces | Casi nunca | Casi siempre | A veces | Casi nunca | Casi siempre | Casi siempre | A veces | Casi nunca | Casi siempre | Casi siempre | Casi nunca | Siempre | Nunca | A veces | 27,00 |
| 8 | Nunca | Nunca | Casi nunca | Nunca | Nunca | Casi nunca | Nunca | Nunca | Nunca | Casi nunca | Nunca | A veces | Casi nunca | Casi siempre | Casi siempre | 11,00 |
| 9 | Casi siempre | A veces | Nunca | Casi siempre | A veces | Nunca | Nunca | Casi siempre | A veces | Nunca | Siempre | Siempre | Nunca | Siempre | Siempre | 24,00 |
| 10 | Nunca | Casi nunca | A veces | Nunca | Casi nunca | A veces | A veces | Siempre | Casi nunca | A veces | A veces | Casi siempre | Siempre | Nunca | Siempre | 22,00 |
| 11 | Casi nunca | Siempre | Casi siempre | Casi nunca | Siempre | Casi siempre | Nunca | Siempre | Siempre | Casi siempre | Nunca | Nunca | Casi nunca | Siempre | A veces | 33,00 |
| 12 | Nunca | Casi nunca | Casi nunca | Nunca | Casi nunca | Casi nunca | Nunca | Nunca | Casi nunca | Casi nunca | Siempre | Casi nunca | Siempre | Casi siempre | Nunca | 14,00 |
| 13 | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Nunca | Nunca | Casi nunca | Casi nunca | Nunca | 24,00 |
| 14 | A veces | Casi nunca | A veces | A veces | Casi nunca | A veces | Nunca | Siempre | Casi nunca | A veces | Siempre | Casi nunca | Siempre | Casi siempre | Siempre | 24,00 |
| 15 | Nunca | Siempre | Casi siempre | Nunca | Siempre | Casi siempre | A veces | Nunca | Siempre | Casi siempre | A veces | A veces | Casi nunca | A veces | Siempre | 29,00 |
| 16 | Casi nunca | Nunca | Casi siempre | Casi nunca | Nunca | Casi siempre | Nunca | Casi nunca | Nunca | Casi siempre | Nunca | Siempre | Siempre | Casi siempre | A veces | 18,00 |
| 17 | Nunca | A veces | A veces | Nunca | A veces | A veces | A veces | Nunca | A veces | A veces | A veces | Casi nunca | Nunca | Casi siempre | Nunca | 21,00 |
| 18 | Casi nunca | Siempre | A veces | Nunca | Casi nunca | Nunca | A veces | Nunca | Siempre | Siempre | Casi siempre | Nunca | A veces | A veces | A veces | 23,00 |
| 19 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 21 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 22 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 23 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 24 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 25 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 26 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 27 | | | | | | | | | | | | | | | | |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

Unicode:ON




| | Nombre | Tipo | Anchura | Decimales | Etiqueta | Valores | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida | Rol |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Objetivos | Numérico | 10 | 0 | Creé usted, qu... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 2 | Recursos | Numérico | 10 | 0 | Percibe usted, ... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 3 | Mercado | Numérico | 10 | 0 | Percibe usted, ... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 4 | Mecanismo | Numérico | 10 | 0 | Los mecanism... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 5 | Orientación | Numérico | 10 | 0 | La orientación ... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 6 | Supervisión | Numérico | 10 | 0 | La supervisión ... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 7 | Proceso | Numérico | 10 | 0 | Implementa me... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 8 | fidelizar | Numérico | 10 | 0 | Implementa la ... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 9 | satisfecho | Numérico | 10 | 0 | Cree usted, qu... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 10 | inversión | Numérico | 10 | 0 | Cree usted, qu... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 11 | ventas | Numérico | 10 | 0 | Cree usted, qu... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 12 | economica | Numérico | 10 | 0 | La empresa rea... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 13 | capital | Numérico | 10 | 0 | El capital utiliz... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 14 | obligaciones | Numérico | 10 | 0 | Emplea parte d... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 15 | financiero | Numérico | 10 | 0 | Cree usted, el ... | {1, Nunca}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 16 | Gestióncali... | Numérico | 8 | 2 | | Ninguno | Ninguno | 17 | Derecha | Escala | Entrada |
| 17 | Gestióncali... | Numérico | 5 | 0 | Gestióncalidad ... | {1, Mala}... | Ninguno | 18 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 18 | Rentabilidad | Numérico | 8 | 2 | | Ninguno | Ninguno | 14 | Derecha | Escala | Entrada |
| 19 | Rentabilidad1 | Numérico | 5 | 0 | Rentabilidad (A... | {1, Mala}... | Ninguno | 15 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 20 | Planificació... | Numérico | 8 | 2 | | Ninguno | Ninguno | 23 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 21 | Controlcalidad | Numérico | 8 | 2 | | Ninguno | Ninguno | 16 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 22 | Mejoracalidad | Numérico | 8 | 2 | | Ninguno | Ninguno | 15 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 23 | Total | Numérico | 8 | 2 | | Ninguno | Ninguno | 10 | Derecha | Escala | Entrada |
| 24 | Rentabilidad... | Numérico | 8 | 2 | | Ninguno | Ninguno | 24 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 25 | Rentabilidad... | Numérico | 8 | 2 | | Ninguno | Ninguno | 24 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 26 | | | | | | | | | | | |
| 27 | | | | | | | | | | | |
| 28 | | | | | | | | | | | |
| 29 | | | | | | | | | | | |

## Anexo 5: Valor de Coeficiente de Pearson

| Valor del coeficiente r | Significado |
|---|---|
| -0.90 | Correlación negativa muy fuerte. |
| -0.75 | Correlación negativa considerable. |
| -0.50 | Correlación negativa media. |
| -0.25 | Correlación negativa débil. |
| -0.10 | Correlación negativa muy débil. |
| 0.00 | No existe correlación alguna entre las variables. |
| +0.10 | Correlación positiva muy débil. |
| +0.25 | Correlación positiva débil. |
| +0.50 | Correlación positiva media. |
| +0.75 | Correlación positiva considerable. |
| +0.90 | Correlación positiva muy fuerte. |
| +1.00 | Correlación positiva perfecta. |

Fuente: Hernández, R. (2014). Metodología de Investigación. México: McGraw-Hill

## Anexo 6: Panel fotográfico

Aplicando la encuesta a los artesanos

Aplicando la encuesta en la Textiles & Artesanía “Quinde Ex”

Artesanos “El Molino” Stand” 16

Artesanos “Quilla” Stand 9