



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión logística de los salones de belleza del distrito El Porvenir - 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Reyes Flores, Katia Milagritos (ORCID: 0000-0002-8824-3271)

ASESORA:

Dra. Espinoza Rodríguez, Olenka Ana Catherine (ORCID: 0000-0003-3058-816X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

TRUJILLO - PERÚ

2019

Dedicatoria

Dedico esta tesis al relojero, suena algo complejo, pero es Dios mi padre quien estuvo para mí en este camino lleno de trabas y de logros. Me dedico a misma por todos los sacrificios que hice para lograr una meta que a un inicio creía inalcanzable. Dedico todos mis sacrificios a mis tres madres porque cada una fue un faro de mi vida distinto para comprender los largos conceptos de mi destino. Dedico este esfuerzo a todas las personas que creyeron en mí y a quienes quiero ayudar con mi carrera profesional

Agradecimiento

Agradezco con todo mi corazón a Dios por dirigirme, a mi tío Milton por ser el patriarca de mi pequeña familia, a mi madre por sacarnos adelante, a mi hermano mayor Juan por todos sus cuidados, a mi papá y en especial a mi querida abuela Irma Gutiérrez Mercado. A esta larga vida llena de ahogos que me hicieron comprender el gran valor de salir adelante por las personas que amamos. A mis queridos docentes por su tutela, disciplina y por haberme inculcado la pasión necesaria para seguir respetando mi profesión. A mi metodóloga especialista por la calidad humano y docente facilitadora contra cualquier contratiempo. A los docentes: Luis Enrique Quiroz Veliz, Manuel Ciro Valladares, Wilfredo Bocanegra Merino. A mí querido director de escuela. José Alexander Guevara Ramírez y en especial a Ericka Johanna Rodríguez Leiva por todo su apoyo.

Página del Jurado

Declaratoria de autenticidad

Yo, Reyes Flores, Katia Milagritos, con DNI 72622367 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo – Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis, son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo-Trujillo.

Trujillo, 06 de diciembre de 2019



Reyes Flores, Katia Milagritos

DNI: 72622367

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO.....	12
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	12
2.2. Operacionalización de variables.....	13
2.3. Población, muestra y muestreo.....	15
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	18
2.5. Procedimiento	20
2.6. Métodos de análisis de datos	21
2.7. Aspectos éticos.....	21
III. RESULTADOS	22
IV. DISCUSIÓN	63
V. CONCLUSIONES	68
VI. RECOMENDACIONES	70
VII. PROPUESTA	71
REFERENCIAS	79
ANEXOS.....	84

Resumen

La presente investigación se llevó a cabo con el propósito de analizar si la gestión logística que manejan los salones de belleza es la adecuada, es por ello que como objetivo general fue analizar la gestión logística de los salones de belleza, microempresas tradicionales, dedicadas a brindar servicios de bienestar de manera formal en el distrito de El Porvenir – 2019. La población son 132 establecimientos que cuentan con RUS como muestra fueron los establecimientos que portan licencias de funcionamiento activa, se contabilizó 29 puestos. Es de enfoque cuantitativo, el diseño es descriptivo con diseño No-experimental Transversal. Para la recopilación de la información se aplicó las técnicas observación instrumento guía de observación, encuesta instrumento un cuestionario y entrevista su instrumento guía de entrevista. El estudio se centró en tres dimensiones según Basnet, las cuales fueron: el proceso de compras, proceso de producción y proceso de distribución. Los resultados obtenidos después del procesamiento y análisis de datos nos indica que las microempresas tienen un deficiente control de inventarios, no cuenta con sus procesos definidos en los subprocesos de compras, producción y distribución, existiendo cuellos de botella, que no se había realizado estudios de tiempo, por lo cual existían demoras, faltas por parte de sus trabajadores, así como un inexistente control de procesos como conclusión final realizan una gestión logística, debido que, compran, realizan servicios y tienen su forma de entregarlo al mismo tiempo se cuentan con muchos factores perjudiciales que se interpretan como una inadecuada gestión logística en sus procesos internos tanto en compras, producción y distribución.

Palabras clave: Compras, producción, distribución, procesos, servicio, diagnóstico, salón de belleza.

Abstract

The present investigation was carried out with the purpose of analyzing whether the logistics management that beauty salons handle is adequate, which is why as a general objective it was to analyze the logistic management of beauty salons, traditional microenterprises, dedicated to providing Welfare services formally in the district of El Porvenir - 2019. The population is 132 establishments that have RUS as shown were the establishments that carry licenses for active operation, 29 positions were counted. It is quantitative approach; the design is descriptive with Non-experimental Transversal design. For the collection of information, observation techniques were applied, survey instrument a questionnaire and interview its interview guide instrument. The study focused on three dimensions according to Basnet, which were the procurement process, the production process and the distribution process. The results obtained after the processing and analysis of data tells us that micro-enterprises have poor inventory control, does not have their defined processes in the purchasing, production and distribution threads, there are necks of there had been no time studies, so there were delays, faults on the part of their workers, as well as non-existent process control, as well as a non-existent process control as a final conclusion perform a logistical management, because, they buy, perform services and have their way of delivering it at the same time there are many harmful factors that are interpreted as an inadequate logistics management in their internal processes in both procurement, production and distribution.

Keywords: Purchasing, production, distribution, processes, service, diagnostics, beauty salon.

I. INTRODUCCIÓN

Resulta curioso como un negocio puede lucrar de la manera en la que se espera además de que existe una variedad amplia de estos entre grandes, medianos y pequeños que cuentan como organizaciones con un distinto funcionamiento, estructura, rubro, etc. En relación sólo algunos son considerados los más innovadores, es decir, vanguardistas en efecto, que tienen en cuenta como la clave de su crecimiento la gestión de sus recursos.

Partiendo de este contexto, los clientes millennials ahora evalúan la calidad del producto/servicio, el valor agregado del mismo, disponibilidad en tiempo y forma de ahí parte la necesidad de hacer eficientes los procesos.

En la actual globalización es más complicado administrar los procesos en este contexto hay una variedad de trabas, como lo son las deficiencias logísticas considerados los nuevos retos de gestión empresarial a nivel mundial dentro de sus sub procesos de compras, producción y distribución, incluyen el desarrollo del transporte, atención al cliente, cuestiones ambientales e implementación de la tecnología.

Se centra el interés en la gestión de los procesos iniciales, intermedios y finales de los modelos de pequeñas y medianas empresas que ofrecen el servicio de belleza.

La realidad problemática de los salones de belleza a nivel mundial según Quintero y Díaz (2017) potencias grandes como lo son Estados Unidos y Japon los considera como la cuarta industria lider con mayor seguimiento de masas. La nueva tendencia de venta son los llamados “influencer” personas con credibilidad, que muestran el proceso de un servicio a través de las redes sociales creando conciencia a un grupo de personas con la misma necesidad.

Para Negocio (2015). A nivel continental, considerado un sector prometedor incluso si existiera una crisis económica por ejemplo, tenemos al país de Cuba que cuentan con empresas de belleza altamente rentables pero son los encadenamientos logísticos que influyen en su desarrollo e éxito, por consiguiente tiene que ir de la mano con una eficiente desarrollo en procesos e innovación.

En territorio peruano las empresas que se dedican al mercado doméstico tienen un propio modelo de gestión logística según Fattorini (2014). Paul Cabrera Plasencia, explico las empresas grandes de salones de belleza llamadas franquicias evalúan ingresar a

provincias como Piura, Trujillo y Arequipa su método es absorber a las pequeñas empresas. Se señaló que el gasto promedio es de s/. 90.00 soles; el segmento AB gasta como mínimo S/. 600 soles; en utilidades ganaría de S/12 mil a S/. 15 mil soles mensual y el segmento C desembolsa como mínimo S/. 120 soles, es decir, empresas artesanales ganarían en utilidades entre S/ 6 mil a S/ 7 mil soles mensuales. Se reveló que el 80% no entrega ningún comprobante de pago e irregularidad en los permisos para ejercer dicha actividad esto se presta a que no se siga los debidos procesos de formalización, exista una evasión de impuestos y un intercambio económico dudoso.

Incluso la investigación de Mendoza (2016) refiere que franquicias peruanas de belleza cuentan con una estrategia de gestión logística e invierten en especializarse en un servicio de la variedad que ofrecen asimismo sus recursos humanos. Posición contraria ocurre con los pequeños salones de belleza por solo contar con un personal que brinda todos los servicios, debido por falta de conocimiento en gestión, informalidad y falta de capacitación. Distinta investigación es (Inversa, 2014) el peruano aun prefiere recurrir a una pyme, su peluquería, de barrio muy a pesar de la gran expansión de las cadenas/franquicias.

En Trujillo existe una “guerra de precios” la migración venezolana motiva dicho resultado, peluqueros que desarrollan servicios en calle, se caracterizan por dar precios bajos y un servicio de calidad, particularidad de compra de un peruano. Por las diferentes propuestas de venta entre peluquerías peruanas y venezolanas concluyen en una competencia combativa que igualmente fomenta el desarrollo de gestión de sus propios negocios.

En el sector del Porvenir, en toda la Avenida Pumacahua es sobrepoblada por salones de belleza, es un sector que sigue en crecimiento. Es la preocupación de bienestar de la población local que intervienen para su demanda, oferta y el incremento de calidad. Por ello se necesita una correcta gestión logística que necesita control de sus procesos de compras, producción y distribución para la disminución de costos. A través de estrategias que vinculen las probabilidades de subsistir, contando con una calidad de servicio y una acertada forma de llegar al cliente.

Los principales problemas encontrados son causados por estructura informal, carencia de conocimientos técnicos, falta de especialización y el manejo débil de gestión logística. Sucinta desarrollar actividades logísticas de bajo nivel, no poder incrementar la participación del mercado al no conocer el perfil del consumidor Porvenireño, estilistas que realicen actividades que no se les competen y en el caso de sus procesos no dividir sus áreas, falta de equipos/máquinas e higiene inadecuada.

Si continúan participando en el mercado de esta forma los pequeños establecimientos sufrirán las consecuencias.

A mínima instancia: rentabilidad baja, pérdida de clientes potenciales, omisión de quejas y demora en sus procesos.

A máxima instancia: quebrarían, obtención de altas multas, cierre de sus locales y peligro de estafas.

Requiere de claridad, inspección y tener en cuenta estrategias claves como marketing, producción, capital humano y finanzas. De este modo, el supply chain no es un área solamente manual, sino llega a formar parte de la línea estratégica de gestión.

Para avalar esta investigación consideramos trabajos previos internacionales, nacionales y locales de la variable de gestión logística teniendo en cuenta investigaciones de no más de 5 años que actualicen como este fenómeno se muestre en distintas problemáticas estudiadas.

Andersson (2018) en su tesis titulada: *Logistics Alliances and Structural Change*, periodo 2017. Su metodología utilizada de enfoque cuantitativo y cualitativo, basado en una combinación de una encuesta europea de 47 embarcadores en cinco países y un estudio de casos múltiple de cuatro empresas suecas como método la encuesta e instrumento el cuestionario. El objetivo general fue determinar los efectos de las alianzas operativas logísticas inversa en las empresas. Concluyendo que los efectos totales de una OAL deben conducir a una mejora de la competitividad e que afirman que una buena relación entre el proveedor y el proveedor es esencial para una alianza operativa en logística.

Varadinov (2016) en su tesis titulada: *La gestión de la logística inversa en las empresas portuguesas*, en el país de España. Su metodología: No experimental-Cualitativa: Descriptiva de corte transversal. La muestra fue de 15 empresas portuguesas

como instrumento la encuesta su objetivo general determinar las razones de implantación. Concluyendo que las razones son económicas, sociales y jurídicas (p.302) contribuyendo a que las empresas prioricen las preocupaciones ambientales por motivos económicos.

Sánchez (2017) en su tesis: *Ensayos en análisis económico de innovación, eficiencia y logística*, en el país de España. Acerca del impacto económico de las TIC`s y las redes logísticas. Tiene como metodología Experimental – Cuantitativa: Aplicada. Concluyo que “la medida por el índice de desempeño logístico tiene un impacto positivo y significativo en la generación de mayor eficiencia técnica para la producción de los países del mundo”

Colin, Nakechbandi y Mathieu (2016) presentaron su tesis titulada: *Gestión de recursos móviles en modelos logísticos físicos de internet*, periodo 2019 en el país de Francia. De estudio Experimental: Analítico, cuasi experimental. Concluyendo que, en efecto, “la manipulación y el almacenamiento de recursos móviles creará desequilibrios en la red logística, lo que lleva a la inanición o exceso de existencias en Nodos logísticos de red” (p.121).

Kumar, Sébastien, Aicha y Yacine (2015) presentaron su tesis titulada: *La trazabilidad como parte integral de la cadena de suministro: Gestión logística, una revisión analítica*, periodo 2018 en el país de Francia. El Objetivo general era para determinar las prácticas de gestión logística dentro de sus organizaciones. No Experimental- Descriptivo-Transversal. Muestra de 10 empresas francesas con característica que contaban con 25 años en el mercado. El instrumento utilizado era el: Cuestionario. Se concluyó que, “si debe existir un equilibrio adecuado entre el orden procesamiento, gestión de inventario, fabricación, almacenamiento y distribución así mismo que los mercados cada vez más competitivos exigen que las empresas tengan su proceso de ágil, eficaz y eficiente” (p.210).

Posteriormente para tener más claro cuáles son las decisiones que toman las empresas peruanas de las distintas regiones de nuestro país acerca de su gestión logística que estas realizan siendo los antecedentes nacionales que nos garantizaran como marchan en el Perú.

Muñoz (2016) tesis denominada: *Relación entre Gestión Logística y Calidad de Servicio de la Unidad de Logística del Hospital la Caleta*, periodo 2016, ciudad de Chimbote – Perú. Su metodología es: No Experimental-Correlacional. En conclusión se tuvo que “la gestión logística era desfavorable” (p. 52).

Barrueto y Obregón (2017) su tesis denominada: *Propuesta de un Modelo para la Gestión Logística aplicado para las MYPES en el sector económico hotelero*, la ciudad de Lima parte Metropolitana. Exploratoria- Aplicada. Su muestra fue de 101 hoteles. Se emplearon entrevistas a profundidad a 69 del personal gerencial. Se puede evidenciar que “el 62% de los hoteles no realizan cotización, los compradores confían mucho en sus proveedores, solo cuentan con un proveedor” (p.85), esto no es del todo bueno ya que implica que no hay una planificación periódica de las compras.

Troya (2018) presentó su tesis titulada: *Factores críticos de éxito y sus efectos en la gestión logística de la DSRS*, en la ciudad de Jaén-Perú. Estudio No Experimental – Descriptivo, de corte correlacional. La técnica fue la encuesta y su instrumento fueron dos cuestionarios. Los objetivos fueron evaluar los factores críticos de éxito de la logística. A una muestra de 30 trabajadores mediante la prueba estadística Alfa de Cron Bach. No Experimental-Descriptiva, correlacional. Se concluyó que la gestión logística y los factores críticos del éxito existe una correlación directa positiva (p.55).

Lliuya (2018) en su tesis titulada: *Influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente en las empresas comercializadoras de productos plásticos*, en la ciudad de Lima – Perú. Concluye que “al tener una buena gestión de compras al momento de verificar los niveles de stock y la variedad de los productos esto se verá reflejado en que los clientes estén, más satisfechos al encontrar lo que necesitan” (p. 68).

Cabrera y Vásquez (2018) presentó su tesis titulada: *Relación de la gestión logística con el proceso de compras en la empresa prestadora de servicios de saneamiento*, periodo 2015 en la ciudad blanca, Cajamarca. No experimental, descriptiva de corte transversal. Se utilizó la encuesta por cuestionario. Se concluyó que existe falta de control en las compras y la gestión logística no se realizó adecuadamente (p. 102).

Para conocer la realidad en los últimos tres años a nivel local se identificó investigaciones de grado académico escogidas por el investigador para respaldar nuestra investigación por contar con características similares en la económica de la zona.

Su y Vásquez (2016) en su tesis titulada: *Propuesta de mejora en las áreas de producción y logística para aumentar la rentabilidad en la empresa parihuelas del norte S.R.L*, en Trujillo el objetivo de mejorar las áreas de producción y logística la cual según un diagnóstico realizado, presentó un bajo rendimiento en el área de fabricación de pallets y una Inadecuada gestión logística, que mediante la aplicación teórica de metodologías como: MRP, gestión de calidad, Kardex, entre otras, se pudo lograr una mejoría del: 0.91% en mal manejo de recursos, un 6.43 % al proponer implementar un MRP y un 14.13 % en la recepción de Troncos de Pino.

De La Torre Robles (2017) en su tesis nombrada: *Propuesta de mejora para la gestión logística de una empresa comercializadora de prendas de vestir*, periodo 2016 en Trujillo el objetivo fue determinar los componentes de una propuesta que permitirá mejorar su gestión se aplicó el Análisis Documental y la Guía de Análisis Documental así mismo se realizó la entrevista aplicado al Gerente y en el local ubicado en Suarez N° 321, Trujillo. La investigación concluye lo siguiente: Su funcionamiento en la Logística se caracteriza por presentar deficiencias en su Gestión de Compras, Almacén e Inventarios pues estas son llevadas a cabo de manera empírica por un personal no capacitado, sin procedimientos estandarizados ni el registro de documentos o formatos pertinentes a cada proceso.

Cháves (2017) presentó su tesis titulada: *La gestión logística como enfoque estratégico y su impacto en la rentabilidad de la empresa Factoría y Servicios Generales*, en la empresa Juan Carlos EIRL. De corte transversal, descriptivo – No Experimental. Tiene como objetivo general analizar los procesos logísticos de la organización. Los instrumentos fueron la observación, la entrevista y el análisis de los Estados Financieros logrado se a conocer las debilidades de los procesos logísticos.

Rodríguez (2017) en su tesis titulada: *La gestión logística y su influencia en la rentabilidad*, en la empresa Turismo Negreiros S.A. periodo 2016 de la ciudad Huamachuco. No Experimental- Descriptiva de corte transversal con la encuesta y el

cuestionario. Se concluye que la rentabilidad de la empresa es influida por la gestión logística (p. 98).

Yarleque (2018) afirmó que como base de nuestra investigación presentó su tesis titulada: *Diagnóstico de los procesos en la cadena de suministros interna*, en una empresa procesadora de espárragos, periodo 2018 en la ciudad de Trujillo-Perú. Su objetivo general era: Analizar los procesos de la cadena de suministros interna. Estudio No Experimental – Descriptivo, transversal. Concluyó que no cuenta con procesos definidos, existiendo cuellos de botella, la empresa no había realizado estudios de tiempo, por lo cual existían demoras, así como un inexistente control de procesos” (p. 56).

Como fundamento teórico de la gestión logística en el rubro de salones de belleza se ha considerado teorías y definiciones relacionadas a dicha variable.

Según Camisón et al. (2016) afirma que “Se debe procurar definir los procesos(limites) que comprende una organización para una acertada administración dentro de la organización”.

Iniciaremos con una breve definición del concepto de procesos según Wesley, (2018) es una secuencia de pasos que toda organización con/sin fines de lucro sigue para realizar sus actividades, esta reduce las variaciones en el rendimiento. Cabe resaltar que sin una estandarización apegada a normas externas e internas, los procesos pueden seguir pero se vuelven menos predecibles en su desempeño. Según Pérez (2014) indica que todo proceso tiene tres elementos; los inputs o entradas, flujo de labores y un output/salida del producto/servicio que va destinada al cliente final. (Ver anexos 08). Los tipos de procesos son:

Procesos operativos: producen el producto/ servicio e inciden directamente en la satisfacción del cliente final.

Procesos estratégicos: dedicados a definir y controlar las metas de la organización, sus políticas y estrategias en relación muy directa con la misión/visión.

Procesos de soporte: ayudan a los procesos operativos. Son las áreas que se encuentran dentro de la empresa.

Ahora por el CLM, la gestión logística, se ocupa de planear, controlar, almacenar y satisfacer los requerimientos de los clientes, en el proceso, se le considera como la parte que comprende desde el lugar de origen (compras) hasta el punto de consumo (distribución). Otra definición según Ballou (2004) es “todo movimiento y almacenamiento que facilite el flujo de productos desde el punto de compra de los materiales hasta el punto de distribución, así como los flujos de información que se ponen en marcha, con el fin de dar al consumidor el nivel de servicio adecuado a un coste razonable” (p.03). Así mismo se menciona que su valor se manifiesta en términos de tiempo y lugar.

En sus aportes del autor Druker (1999) menciona que “la última frontera para la rentabilidad es la logística” considera que su visión es innovar, encontrar nuevos y mejorados usos a los recursos que disponemos. Esta política sistemática procede a modificar y modernizar los procesos ya existentes asimismo en la investigación de Rabello y Cháves (2019) “es la manera correcta de introducir cambios” teniendo como objetivos: aumentar las ventajas competitivas, reducir costos, aumentar las utilidades y optimizar recursos. La satisfacción completa del cliente debe de contar con competitividad logística, adaptación al cambio, aplicación de la tecnología, mejoramiento continuo y estrategias coherentes. La adopción en la cadena de suministro de buenas prácticas ambientales sostenibles es el Futuro de la gestión logística.

Orientado para una micro empresa, según Cano, Orue, Martínez, Mayett, y López (2015) su gestión debe de ser distinta al de una gran organización, tiene límite financiero y un propio modelo de funcionamiento. Se optó por modelos de gestión según las investigaciones de Cano et al. (2015) y Gutiérrez et al (2014), estos son:

Según Miguel (2017) indica que “la noción de la cadena de suministro interna comprende el flujo de compras, producción y distribución”. (Ver anexos 08)

El primero es según Díaz et al. (2008) identificaron tres componentes principales en la cadena de suministro: provisión, producción y distribución. Apoyado por la investigación en Perú de Yarleque, (2018) menciona existen tres procesos que involucra la gestión logística, estos son “los procesos de la cadena de suministros interna” (p.19). Está situado por tres, compras, se encarga de obtener sus recursos al momento correcto con menor costo y calidad, producción, abarca los elementos y procesos que interactúan

para la transformación del bien, servicio o mixtos seguido por las técnicas de producción que no es más que las instrucciones a combinar con cantidades adecuadas y por último distribución, se centra en la coordinación de las actividades para asegurar un alto nivel en la entrega de los productos/servicios a los clientes al lugar exacto, para el resultado deseado.

Por otro lado, desarrollar mapas de procesos (diagramas de flujo) dentro de la gestión ayuda a establecer un mayor entendimiento y comprensión por parte del capital humano de la empresa.

Como fundamento teórico de los salones de belleza en el Perú se ha considerado su clasificación como Mype, leyes que la favorecen, y los servicios comunes que presentan.

De acuerdo a la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las Actividades Económicas, pertenece a otras Actividades de Servicios Comunitarias, Sociales y Personales, división 93, cuenta CIU 9302 Peluquería y otros tratamientos de belleza.

Son micro empresas, pues cuenta de 1 a 10 personas trabajando dentro de ella y su clasificación de operaciones según Campos (2017) y Nieto (2018) es como “servicios” puesto que el producto que se maneja es intangible y su calidad depende de las personas así mismo deriva de la categoría de “bienestar” porque se caracteriza por hacer un tratamiento de algo para alguien, hay un cambio en el estado de las personas y su repetitividad es única.

Es considerada una micro sí. Las leyes que deben seguir son las siguientes: Ley General de Salud N° 26842 específicamente se refiere a la Higiene y Seguridad En Los Ambientes de Trabajo. Texto único de procedimientos administrativos de la Municipalidad Provincial de Trujillo para obtener la licencia de funcionamiento. Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad de Defensa Civil. Su tributación se rige al Texto único ordenado de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo, decreto supremo N° 055-99-EF y Ley que modifica el decreto legislativo N° 937, que aprobó el texto del nuevo régimen único simplificado RUS. Ley N° 28659 (28/12/2005) en lo Laboral según el Régimen Laboral Especial de las MYPES

fomenta la formalización y desarrollo de las Micro empresas y mejora las condiciones laborales de los colaboradores otorgándoles beneficios.

Los servicios similares que ofrecen los salones de belleza son la pedicura, manicure, pestañas postizas y tintes. Los servicios diferenciados entre sí son los restantes cortes de cabello, permanentes, peinados, maquillaje, bases, diseño de cejas, limpiezas faciales, exfoliaciones, adicionalmente deberían de contar con equipamientos como sillas de espera, camillas, lava cabezas, secadoras, estanterías, planchas y personal especializado. Las escalas posibles de producción durante un día de una microempresa/artesanal hasta 150 cortes/diarios; pequeña empresa más de 150 cortes/diarios; una mediana empresa es no aplicable y una gran empresa es no aplicable.

Empieza sus labores entre de 9 a.m. a 9 p.m. al iniciarse la actividad se asea el salón de belleza, un cliente llega la labor es realizada por el estilista escogido, normalmente dichas tareas son rotativas entre ellos.

Los tiempos de atención promedio de servicios (en minutos) son los siguientes: cortes de cabello 20-40, permanente 70-100, manicure 30-35, pedicura 40-45, peinados 15-40, maquillaje 20-40, tintes 90-100, uñas postizas 45-60 y pestaña postiza 15-20.

Como fundamento de esta investigación se ha formulado las siguientes interrogantes: ¿Cómo se realiza la gestión logística en los salones de belleza de El Porvenir 2019? ¿Cómo se realiza el proceso de compras en los salones de belleza de El Porvenir 2019? ¿Cómo se realiza el proceso de producción en los salones de belleza de El Porvenir 2019? ¿Cómo se realiza el proceso de distribución cuentan los salones de belleza de El Porvenir 2019?

La justificación de esta investigación donde se exponen las razones por las cuales se realiza esta investigación, en ella consideramos por:

Por Conveniencia pues dado que los salones de belleza del distrito El Porvenir son microempresas en vías de desarrollo, es conveniente, puesto que el estudio servirá para que los subsistemas logísticos de dichas organizaciones se mejoren además recopila datos estadísticos de un rubro en especial identificando su particularidad.

De Relevancia social pues al realizarse este análisis los beneficiados serán los microempresarios de los salones de belleza, spa y/o barberías ya que los clientes tendrán

un servicio de calidad a precio accesible y estas empresas de estética lucrarán, ya que al conocer cómo se maneja la gestión logística en ese rubro en específico y en este sector identificarán qué estrategias y cambios se deben aplicar para reducir costos, aumentar la productividad, mejorar su rentabilidad y sobre toda la atención al cliente.

Como Implicancias prácticas esta investigación se realiza con la finalidad de medir el procedimiento de compras, producción y distribución de los salones de belleza pequeñas mypes del distrito El Porvenir debido a que analizamos distintas teorías y se describe, esto sirve para las empresas poder identificar qué deficiencias tiene sus negocios que no les permite aumentar su crecimiento y sus ventas afectando su cartera de clientes.

En Utilidad Metodológica para esta investigación se va a realizar entrevista y guía de observación que nos va a permitir verificar si los salones de belleza, llevan una adecuada gestión logística.

En la presente investigación como objetivo general se tendrá lo siguiente:

Analizar la gestión logística en los salones de belleza de El Porvenir – 2019.

Así mismo como objetivos específicos se van investigar los siguientes indicadores:

O1: Describir el proceso de compras en los salones de belleza de El Porvenir – 2019.

O2: Describir el proceso de producción en los salones de belleza de El Porvenir – 2019.

O3: Describir el proceso de distribución en los salones de belleza de El Porvenir - 2019.

Así que nuestra hipótesis de investigación que la gestión logística en los salones de belleza del porvenir 2019 es inadecuada.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de estudio

De acuerdo al fin que se persigue:

Aplicada: En el texto de Baena (2014). Señala que este tipo de estudio “destina sus esfuerzos para la resolución de las necesidades que se plantea los hombres y la sociedad así mismo llevar a cabo la práctica de las teorías generales (p. 11). Esto es porque se ha utilizado conocimientos inculcados en la carrera que permita describir los problemas en base a la gestión logística que encontremos en los salones de belleza del sector el Porvenir 2019.

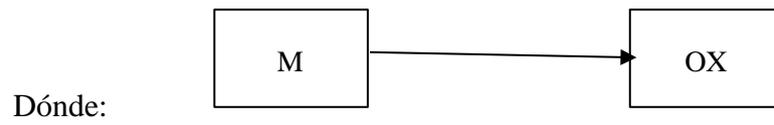
Diseño

En el fenómeno que se analiza de acuerdo con la interferencia del investigador:

La presente investigación es no experimental. Hernández, Fernández, y Badtista (2014) de acuerdo a su investigación se ha tratado de no manipular las variables deliberadamente (p.149) con el objeto observar las situaciones ya existentes y no se generar ninguna situación contraria en los salones de belleza.

De corte transversal o también llamado transaccional con propósito de describir y analizar en un momento dado según Hernández et al. (2014) recogiendo datos en un tiempo y momento único.

Clasifique del tipo descriptivo, de las investigaciones anteriores se indaga en la población la incidencia de una o más variables sus modalidades. El procedimiento consiste que a través de un grupo de personas ubicar la variable y describirla. Estos, por tanto, establecen hipótesis descriptivas.



M = Muestra de Estudio

OX = Variable: Gestión logística

2.2. Operacionalización de variables

Variable

Gestión Logística

2.3. Población, muestra y muestreo

Población

Es la totalidad de los salones de belleza formales que se dedican al rubro de la cosmetología en el distrito El Porvenir 2019 que cuenta con 132 establecimientos que portan RUS nuevo régimen único simplificado, dicha información fue proporcionada por la SUNAT.

Tamaño de muestra

El tamaño de la muestra fue proporcionado por la Municipalidad Distrital de El Porvenir en la Sub Gerencia de Desarrollo Económico Local con los 29 salones de belleza que cuentan con licencia y certificado de seguridad en el distrito El Porvenir por lo que se utilizó el muestreo no probabilístico porque está reducida la población con características cumplidas además cuenta con:

Criterios de inclusión: Todos los establecimientos portadores de licencias de funcionamiento y certificado de seguridad.

Criterios de exclusión: Todos los establecimientos que no son portadores de licencias de funcionamiento y certificado de seguridad.

Tabla 2.2

Lista de Salones de Belleza con licencias de funcionamiento de El Porvenir.

Giro	Rubro	Nombre comercial	Dirección
1	Salón de belleza	---	Psje. Ramirez de Arellano N° 1257.
2	Salón de belleza	Dorita	Calle Manuel Ubalde N° 921.
3	Salón de belleza	Yani	Av. Pumacahua N° 1369.
4	Salón de belleza	D´paola	Calle 10 Mz. 5 Lt. 7 -a AA.HH Nuevo Porvenir.
5	Estética	---	Ollantay N°416.
6	Salón de belleza	---	Hermanos Angulo N° 556.
7	Salón de belleza	---	Micaela Bastidas N° 1386.
8	Salón de belleza	---	Hermanos Angulo N° 679.
9	Salón de belleza	Cristi	Riva Agüero N° 360.
10	Estética	Caprichos	Huayna Capac N° 1212.
11	Estética	Merilyn	Capac Yupanqui N° 1031.
12	Salón de belleza	Bellezas y estilos	Av. Sanchez Carrion N° 1069.
13	Salón de belleza	Imágenes	Micaela Bastidas N° 1600.
14	Salón de belleza	Unisex look	Av. Pumacahua N° 1110.
15	Estética	U. monica	Mateo Remigio N° 1030.
16	Estética	Eveling	Av. Sanchez Carrion N° 937.
17	Estética	Medaly	Av. Sanchez Carrion N° 985.
18	Estética	Evora	Av. Jaime Blanco N° 1454.
19	Salón de belleza	Angie spa	Av. Jaime Blanco N° 1612.
21	Salón de belleza	Luminq	Av. Pumacahua N° 2194.
22	Salón de belleza	Fabrimar	AA.HH. Alto Trujillo barrio 3c mz-f1. Lote 26.
23	Salón de belleza	Fani	Av. Sanchez Carrion N° 1045.
24	Estética	Saeli	Calle Francisco de Zela N° 1262.

25	Salón de belleza	Erick stylo	Av. Sanchez Carrión N°633.
26	Estética	Yaritza y Flavio	Calle Hermanos Angulo N° 458.
27	Salón de belleza	Imágenes	Calle Hermanos Angulo N° 732.
28	Salón de belleza	Lisbeth	Av. Sanchez Carrión N° 1000.
29	Estética	Elvi	Calle Jose Bejar N° 542.
30	Salón de belleza	---	Calle Francisco de Zela N° 1262.
31	Salón de belleza	Dulce	Av. Sanchez Carrión N° 1045.
32	Salón de belleza	Loydi	Sanchez Carrión N° 985.
33	Salón de belleza	Erick stylo barber mode	Calle Micaela Bastidas N° 1389.
34	Salón de belleza	Maju	Calle Ramirez de Orellano N° 1300.
35	Salón de belleza	Lenna lilu	Av. Pumacahua N° 859.
36	Salón de belleza	Aventura	Av. Sanchez Carrion N° 787.

Nota: Adaptado de “Lista de establecimientos con licencia” por la Municipalidad Distrital de El Porvenir Área de Licencias / Elaboración propia.

Unidad de análisis

Cada salón de belleza con los elementos propios de los procesos de compra, producción y distribución.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas utilizadas

Observación sistemática: Análisis de los procesos.

Encuesta: Diagnostico del nivel de estado actual de la gestión logística como también en sus procesos internos.

Entrevista: Será realizada a los 29 jefes, administradores o dueños de dichos salones de belleza del distrito el Porvenir 2019 para él análisis de tiempos de producción.

Instrumentos de recopilación de datos

Guía de observación

Lugar de observación: Salones de belleza donde se realicen los procesos de compras, producción y distribución.

Estructura de la guía de Observación: consta de 3 columnas para cada subproceso de la cadena de suministros interna. En la dimensión de compras cuenta con 07 ítems, en el caso de la dimensión de producción cuenta con 15 ítems y en el caso de la dimensión distribución cuenta con 07 ítems para el desarrollo de diseñar diagramas de procesos.

Cuestionario

Cuestionado: jefe, administrador o dueño.

Estructura del cuestionario: La guía de entrevista consta de 3 columnas para cada subproceso de la cadena de suministros interna. Cada dimensión cuenta con cuatro indicadores, en la

dimensión de compras está dividido por los indicadores de elección de compras, el segundo es cotización, el tercer indicador es el registro de compras y el último indicador son productos de stock cada uno cuenta con 03 ítems. En el caso de la dimensión de producción está dividido por los indicadores de efectividad, eficiencia, calidad y tiempos de producción estos tienen 03 ítems. En la última dimensión de distribución está dividido por los indicadores documentación de entrega, tiempos de entrega, registro de reclamos y servicio al cliente, cuenta con 02 ítems para los tres indicadores primeros y para el último 03 ítems.

Guía de entrevista

Entrevistado: jefe, administrador o dueño.

Estructura de la entrevista:

Pregunta 1, 2, 3, 4, 5: Busca conocer si la gestión de compras es vía web, de forma presencial o telefónica. Así mismo como se manejan las reglas de compra, si son idóneos, documentación que la acreditan y su archivamiento.

Pregunta 6, 7, 8, 9, 10, 11: Busca dar conocer los servicios específicos promedios de todos los salones de belleza, eficiencia, eficacia, tiempos de producción y la demanda actual.

Pregunta 12, 13: Se busca identificar si al finalizar el producto terminado hay una documentación de entrega por los servicios ofrecidos y qué políticas de entretenimiento durante el servicio se ofrece.

Validez

Hernández, Fernández y Baptista (2014), señalaron que los instrumentos o las técnicas van a ser válidos siempre y cuando midan lo que en verdad quieren medir. La validez constituye una condición propia del resultado, más no del mismo instrumento. Los instrumentos no son válidos por sí mismos,

sino en base a los objetivos que siguen respecto a un grupo de personas o eventos determinados.

El instrumento utilizado para el estudio se sometió al juicio de los siguientes expertos de la Escuela de Administración de la Universidad César Vallejo.

Tabla 2.3

Juicio de expertos

	Expertos	Opinión
1	Lic. Higinio Wong Aiken	Aplicable
2	Mg. Ericka Johanna, Rodriguez Leiva	Aplicable
3	Mg. José, Guevara Rodriguez	Aplicable
4	Mg. Wilmer Francisco, Vigo Lopez	Aplicable
5	Lic. Omar Alva Rodriguez	Aplicable

Nota: Elaboración propia.

Confiabilidad

Con las respuestas obtenidas de los instrumentos de recopilación de datos, se procederá mediante la aplicación del software estadístico SPSS versión 22, lo que permitió hallar el Alfa de Cronbach del proyecto de investigación.

2.5. Procedimiento

Primero se fue a la SUNAT para identificar los salones de belleza con RUS en el distrito El Porvenir días posteriores se fue a la Municipalidad del distrito en el área de licencias para identificar las licencias de funcionamiento para luego visitar a cada establecimiento así mismo realizar la recopilación de datos a través de los instrumentos a emplear a través de la guía de entrevista, el cuestionario y la guía de observación para que la siguiente semana sea evalué.

2.6. Métodos de análisis de datos

Estadístico descriptivo: Se describió la situación tal y como se da en realidad sin ninguna manipulación de la variable, es decir, se recopiló información de los dueños, clientes y la propia organización a través de la observación y entrevista.

Estos serán procesados a través de tablas, gráficos y diagramas.

2.7. Aspectos éticos

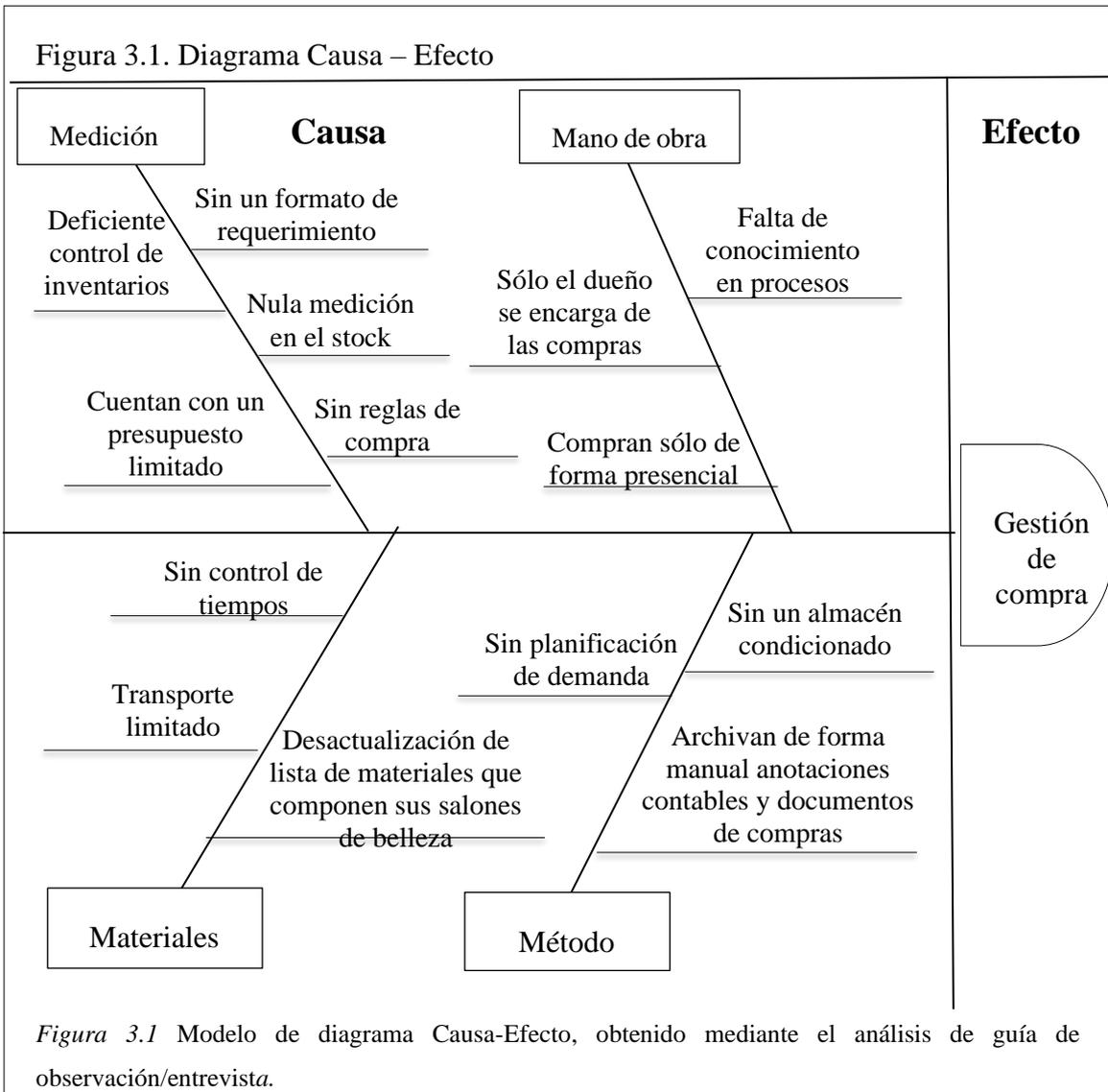
El actual análisis de investigación está fundamentado en acatar la propiedad intelectual de los diversos autores citados, de forma semejante, los participantes en los instrumentos de recopilación de datos según los principios de ética se respetarán sin exponer de forma indebida los datos personales de los recurrentes como el de las organizaciones artesanales. Se cumple con la veracidad de la información y se obedece los resultados obtenidos por un fin educativo y científico. Se solicitaron los permisos necesarios indicando todos los pasos sin omitir información. Durante el levantamiento de datos no serán divulgados sin fines académicos. A través de la herramienta con turnitin se asegura su autenticidad

III. RESULTADOS

Objetivo 1: Describir el proceso de compras de los salones de belleza de El Porvenir.

3.1 Diagrama de Ishikawa (Causa – Efecto) para proceso de compras.

Se analizó la guía de observación para describir y resumir las causas raíz que dificultan como se ejecuta desde el inicio y el proceso que siguen para realizar su actividad de compras, adquisición de materiales, equipos entre otros, dichos pasos se siguen de forma habitual, genérico, dentro de los 29 salones de belleza en su gestión de compras. Siendo la causa, problemas raíz dentro de las cuatro categorías y el efecto en compras.



En el diagrama de Causa – Efecto, las categorías que se analizaron fueron medición, mano de obra, materiales y método; se determinó los pasos que se siguen en el proceso de compras y según la encuesta realizada se encontraron deficiencias en dicha serie de actividades que los salones de belleza realizan para comprar así mismo también dependió de una serie de variables propias del perfil del consumo en compras de los 29 dueños y/o encargados de este tipo de establecimientos. Se encontraron 14 causas raíz.

Según la categoría de medición, en esta categoría se consideró que estas microempresas tradicionales tienen un deficiente control de inventarios, no cuentan con un formato de requerimiento, no miden su stock, no cuentan con reglas de compra y que su presupuesto es limitado. Según el estudio es porque su compra en la mayoría de los 29 establecimientos es de forma presencial. (Ver anexos 07)

Mano de obra, en esta categoría se consideró el indicador 2, según esto, la cotización de proveedores no cuenta con conocimientos en elección de materiales de calidad y sólo el dueño se encargaba de las compras. (Ver anexos 07)

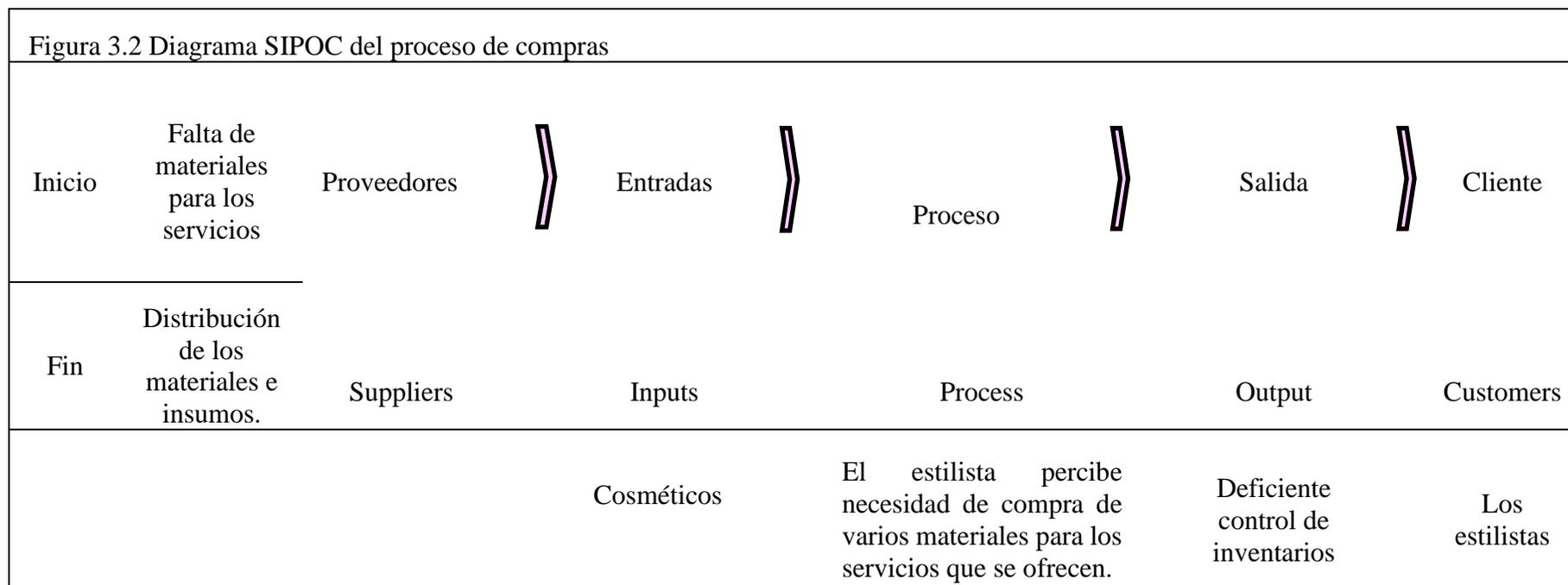
Materiales, en esta categoría se consideró el indicador 3, según esto no se llevaba un control en materiales, su transporte es de forma limitada siempre en transporte público y están desactualizados con la lista de materiales que componen sus empresas artesanales.

Método, en esta categoría se consideró el indicador 4, según esto, no tenían un control en la demanda era el encargado muchas veces despachaba los materiales al personal sin un control previo, sin un almacén condicionado y archivan de forma manual en un cuaderno sencillo. (Ver anexos 07)

Cabe recalcar que todo esto podemos confirmarlo según los anexos, tablas obtenidas del cuestionario realizado.

3.2 Diagrama de SIPOC para describir el proceso de compras.

Se analizó la guía de observación y la guía de entrevista, con los procesos básicos que un salón de belleza de cualquier tipo debería de seguir y sólo quedaron los pasos que si se presentan en su proceso de compras, para sintetizar dichos procesos se empleó la herramienta de calidad SIPOC, en la cual se analiza los suppliers (proveedores), Inputs (entradas), Process (proceso), Output (salidas) y customers (cliente). Nos sirve para dos cosas como resultado: Primero nos provee del flujo de proceso del servicio en general y segundo sus interrelaciones dentro del proceso de compras, se sacaron datos importantes de las microempresas artesanales del sector de belleza analizando los factores con mayor deficiencia en el caso del proceso de compras.



Proveedores de insumos

Insumos de cuidado de cabello

Se dirige al establecimiento del proveedor de acuerdo a los factores de compra.(Precio, calidad y cantidad)

Insumos de cuidado facial

Insumos de cuidado personal

El encargado o dueño es el responsable de verificar y traer la mercancía.

Proveedores de herramientas

Herramientas de cabello

Sí hay anomalías se cambia.

Accesorios y herramientas para manicure

Proveedor de mobiliario

Muebles de peluquería

Se paga a los proveedores

Figura 3.2 Diagrama SIPOC para describir el proceso de compras, obtenido mediante el análisis de guía de observación/entrevista.

En esta herramienta de calidad, según los proveedores (Suppliers) tienen tres tipos de proveedores, el de insumos, aquí definimos insumos a los materiales que sirven para la realización de los servicios, el de las herramientas, con las que cualquier estilista debe de contar en términos profesional y por último el mobiliario que son el conjunto de muebles, implementos básicos, que un salón de belleza tiene la obligación de contar en su establecimiento para la atención adecuada de sus clientes.

Según las entradas (Inputs) se compran muchos tipos de insumos (materiales) para los 12 servicios establecidos por parte de los salones de belleza. Una nota recalable es que algunos salones de belleza personalizan sus compras de herramientas y mobiliario.

Según el proceso (Process) se identificó 5 pasos que se deben de seguir en todo el proceso de compras.

Según la salida (Output) en todos tiene un deficiente control de inventarios, los dueños no saben hacerlo y optan por no realizarlo.

Según el cliente (Customer) son los estilistas, son ellos los que necesitan de los materiales para iniciar su proceso productivo.

3.3 Diagrama de flujo de los procesos de compra

Figura 3.3 Diagrama de procesos de compra

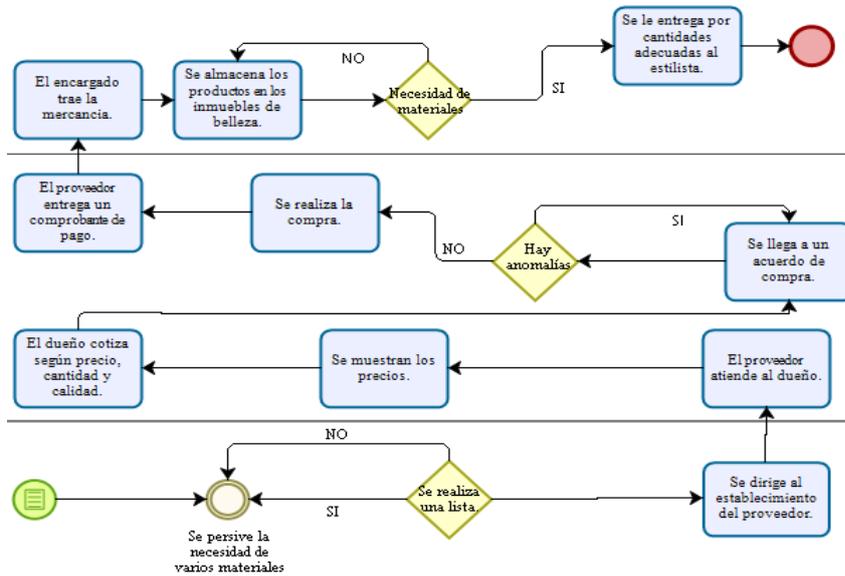
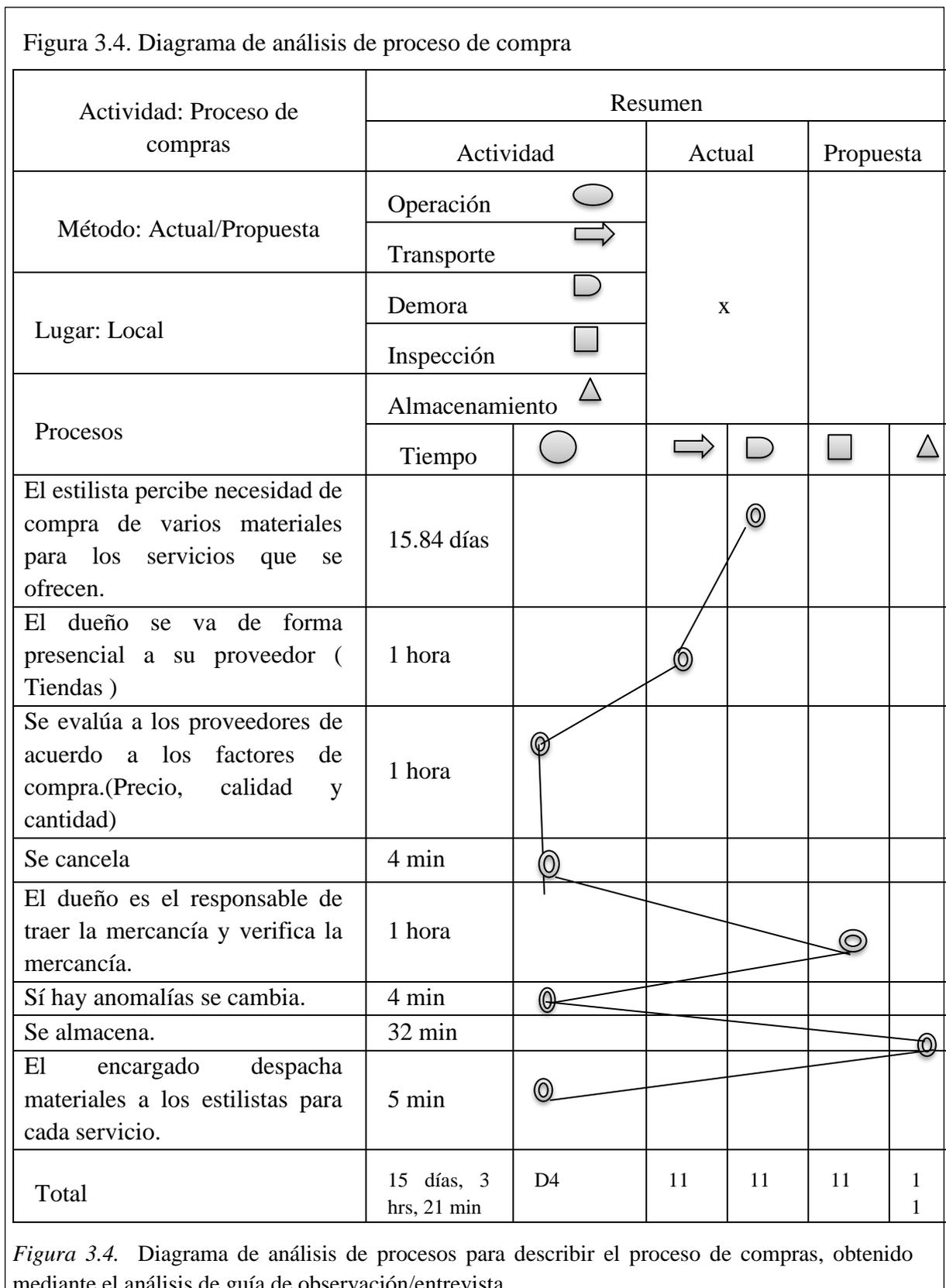


Figura 3.3. Diagrama de flujo para describir el proceso de compras, obtenido mediante el análisis de guía de observación/entrevista. El diagrama se realizó con un software bizagi versión 3.3 en idioma español.

El instrumento de la guía de observación y la herramienta SIPOC sirvió para la creación del diagrama de procesos actuales que en promedio un salón de belleza, spa o barbería del distrito de El Porvenir maneja, este diagrama indica que las empresas artesanales dedicadas a este rubro de su negocio carecen de procesos estandarizados, y no se encuentran todos los documentos deseables para el desarrollo de su actividad de compras así mismo inicia con la falta de materiales como una condición y culmina con la entrega de materiales en adecuadas medidas a los estilistas(mano de obra).

El diagrama se realizó con un software bizagi.

3.4 Diagrama de análisis de procesos de compra



El diagrama de análisis de procesos del proceso de compras representa el tiempo de duración de cada paso que realizan los 29 locales se considera al proceso de espera a la falta de insumos como el proceso más largo dentro de todo este sistema.

Tabla 3.1

Estudio de tiempos

Procesos	Tiempos de trabajadores																	
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	T17	T18
	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min
Necesidad de compra.	2160	2016	1872	2160	2160	2116	2145	2160	2174	2188	2217	2232	2246	2260	2289	2304	2318	2347
El dueño se va de forma presencial	0	0	0	0	0	8	6	0	4	8	6	0	4	8	6	0	4	2
Se evalúa	60	70	80	60	60	60	70	60	70	80	60	60	60	70	70	80	60	60
Verifica la mercancía.	60	70	80	60	60	60	70	60	70	80	60	60	60	70	70	80	60	60
Se cancela	1	2	3	4	5	5	2	3	2	4	4	4	4	4	4	5	5	5
Sí hay anomalías se cambia.	5	3.5	4	5	5	4.5	4	5	5	5	5	3.5	3.5	4.5	5	5	4	4

Se almacena.	60	30	15	25	30	35	30	15	25	30	60	30	15	25	35	60	30	25
Se despacha materiales a los estilistas.	3	2	2	1	1	1	2	3	3	3	4.5	5	3	2	1	1	1	2

T19	T20	T21	T22	T23	T24	T25	T26	T27	T28	T29	Promedio	Valoración	Tiempo básico	Suplementos	Tiempo tipo
Min															
23616	23760	23904	24048	24192	24336	24480	24624	24768	25056	25200	22817	1.1	25098.2	3011.8	28110
60	70	60	70	80	60	60	60	60	60	60	65	0.15	9.8	1.2	10.9
60	70	60	70	80	60	60	60	60	60	60	65	1	65.2	7.8	73
60	70	60	70	80	60	60	60	60	60	60	65	1.15	74.9	9	83.9
3	5	2	3	5	6	5	6	6	8	10	4	0.45	1.9	0.2	2.2
4.9	5	5	4	4	4	3	3	3	2	1	4	0.95	3.9	0.5	4.4
30	35	60	30	15	25	30	35	60	15	25	32	0.85	27.4	3.3	30.7

3	3	3	3	4.5	5	2	3	3	3	4.5	3	1.3	3.5	0.4	3.9
														Tiempo ciclo	28319
														Días:	19.78

Nota: T1 al T29 se asignó a un trabajador de los 29 locales contando con 29 trabajadores en total, una nota importante es que fueron dueños o encargados directos de dichos lugares. Todos los resultados se promediaron así mismo a través de juicio personal se les asigno una valoración, de mejor a peor trabajador, el tiempo básico es la multiplicación del tiempo promedio y su valoración, los suplementos se asignaron con un porcentaje del 0.12 del tiempo durante todo un día laborable y por último el tiempo tipo es la suma del tiempo básico más el total de suplementos / Elaboración propia.

A través de la guía de observación y juicio se consideró la misma muestra con los criterios de inclusión y exclusión, es decir, se tomaron 29 tiempos. La valoración, se asignó de acuerdo a la escala británica donde indica que se asigna un puntaje mayor a los trabajadores más rápidos de entre 101% a 150%, puntaje de 100% si es normal, y menor del 99% al 0% es decir trabajador lento. (Ver anexos 08)

Los salones de belleza no habían realizado estudios de tiempos anteriores, por lo que se asignó los suplementos para el estudio, considerando suplementos por descanso y por contingencias (ver anexos 08), obteniendo un tiempo tipo o tiempo estándar para cada proceso, el cual sería el tiempo idóneo. Además, se obtuvo que el tiempo ciclo para todo el proceso de compras sería de 28319.8 minutos es decir 19.78 días (20 días).

Objetivo 2: Describir el proceso de producción de los salones de belleza de El Porvenir.

3.5 Diagrama de Ishikawa (Causa – Efecto) para proceso de producción.

Se analizó la guía de observación, con los procesos que se siguieron, se resumieron los factores con mayor deficiencia en dichos procesos de la gestión logística en el caso del proceso de producción.

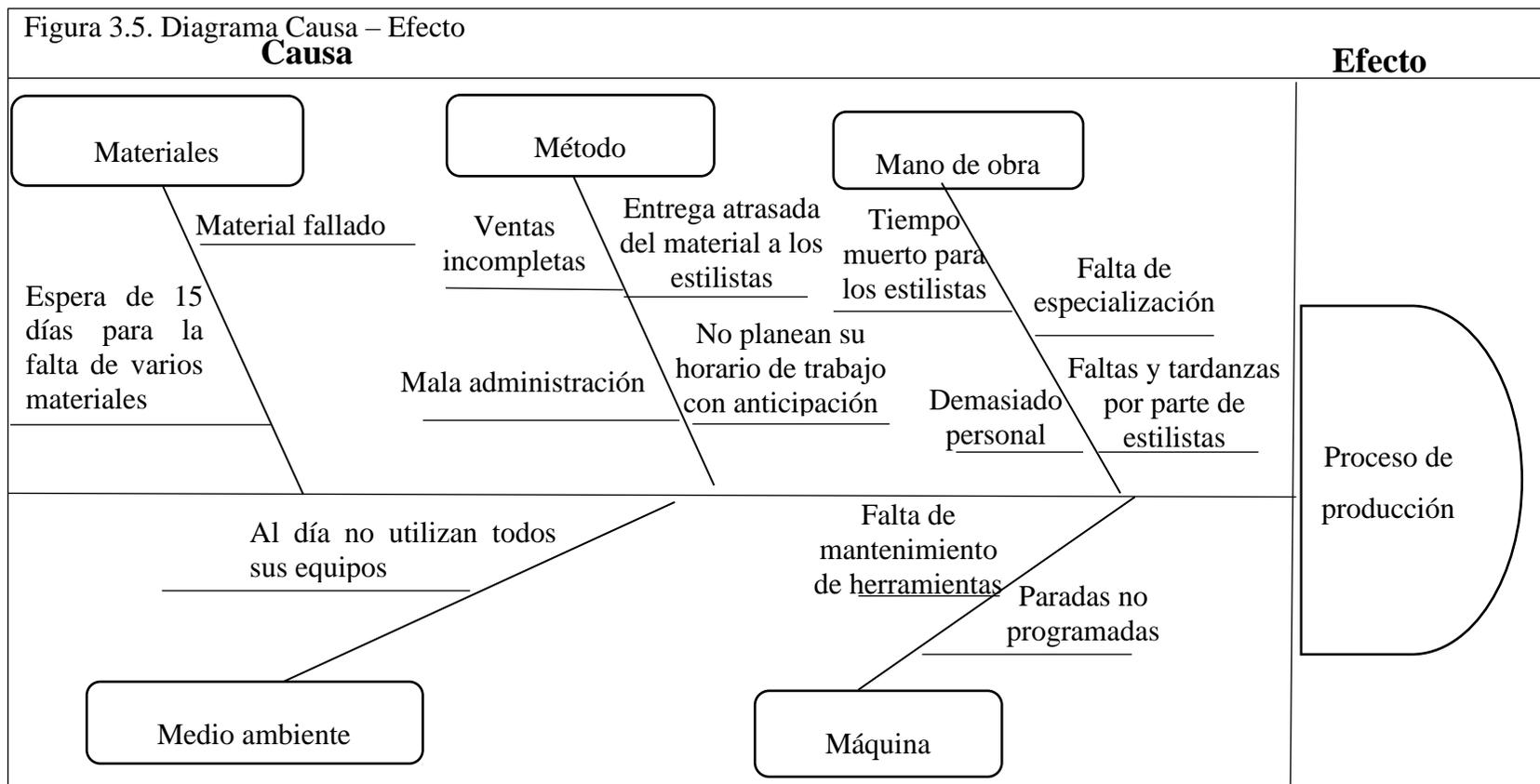


Figura 3.5. Diagrama de causa – efecto del proceso de producción obtenido de la guía de observación

En el diagrama de Causa – Efecto del proceso de producción, las categorías que se analizaron fueron, materiales, método, mano de obra, medio ambiente y máquina; dado que en estas se encontraron deficiencias en el análisis de la guía de observación.

Según la dimensión del proceso de producción, categoría medio ambiente, se consideró el indicador 8, según esto, los salones de belleza no llegan a utilizar todos sus equipos.

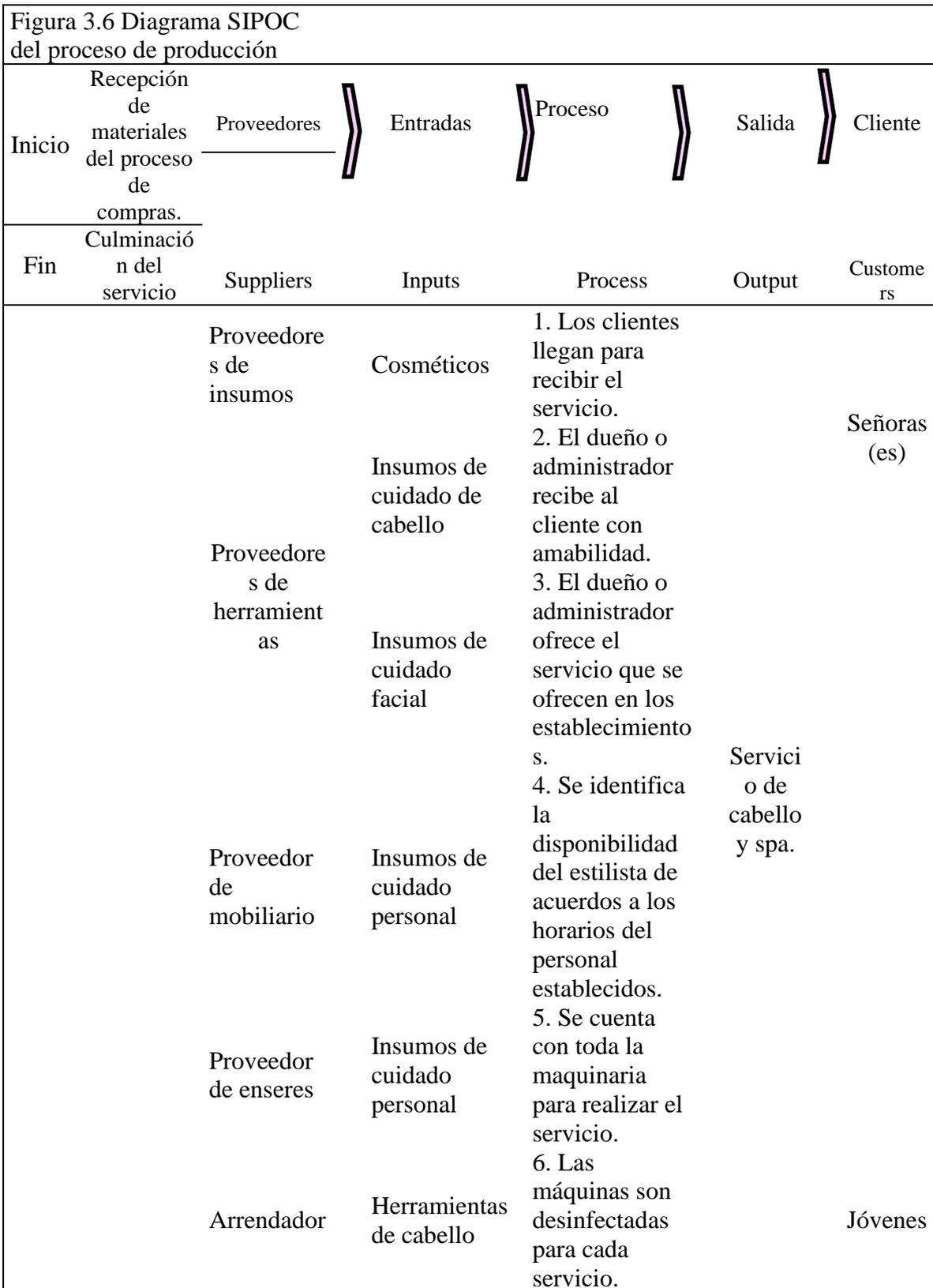
Máquina, se midió con el indicador 12 y 13, ellos responden que cuentan con las máquinas necesarias, pero según las observaciones no las desinfectan causando la falta de mantenimiento y las paradas no programadas.

Materiales, en esta categoría se consideró el indicador 15, según esto, no previenen una demanda mayor esto produce gastos no previstos durante la fabricación de los servicios de forma normal y aumentada.

Método, se midió con el indicador 22, al entregar de forma atrasada los materiales sus ventas se ven incompletas, esto, por una penosa administración por parte del dueño, desde el inicio de sus labores que no planea su horario de trabajo.

Mano de obra, en esta categoría se consideró el indicador 11 y 21, reconoce que los trabajadores faltan y cuentan con numerosas tardanzas al presenciar días con horas no trabajadas por falta de demanda, como ellos no tienen como retener a sus clientes, no prevén que exista citas y por ende exista cuellos de botella durante el día además prefieren cantidad de mano de obra económica que especializada.

3.6 Diagrama de SIPOC para describir el proceso de producción



Proveedor de uniformes	Accesorios y herramientas para manicure	7.El estilista realista una asesoría al cliente (Se determina los detalles concretos y prueba de sensibilidad)
Proveedor de luz	Muebles de peluquería	8.Realización del servicio requerido (materiales y procedimiento)
Proveedor de agua	Enseres de limpieza	9. Se notifica y muestra al cliente que el servicio está listo.
	Uniformes	10. Se realiza la boleta de ventas.
	Luz	11. El cliente paga por el servicio. (Factura o boleta de venta)
	Agua	12. El entrega al cliente un afiche o tarjeta del establecimiento
	Mano de obra	13. El cliente se retira del establecimiento
		14. Los estilistas son incentivados mediante comisiones por ventas.
		15.El cliente regresa a través de citas (teléf. Redes sociales)
<p><i>Figura 3.6</i> Diagrama SIPOC para describir el proceso de producción, obtenido mediante el análisis de guía de observación/entrevista</p>		

En esta herramienta se resume el proceso de fabricación para los 12 servicios que se ofrecen, tiene en consideración los procesos simples y los personalizados. Según la categoría de proveedores (Suppliers) tienen ocho tipos de proveedores, el de insumos, aquí definimos insumos a los materiales que sirven para la realización de los servicios, el de las herramientas, con las que cualquier estilista debe de contar, sigue el de enseres, que son productos de limpieza y desinfección, continua el arrendador del local quien es el proveedor del lugar son pocos los que se han encontrado como dueños totales del establecimiento, así mismo está el proveedor de uniformes, de luz y agua que son cosas básicas para cualquier salón de belleza en pleno funcionamiento.

Según las entradas (Inputs) están vez es una variedad entre local, materiales, insumos, uniformes, electricidad agua y se consideró servicios de entretenimiento como televisión, cable, música y juguetes para niños. (Ver anexos 08)

Según el proceso (Process) se identificó 16 pasos que se deben de seguir en todo el proceso de producción para un servicio cualquiera de entre uñas, spa y cabello.

Según la salida (Output) servicios terminados.

Según el cliente (Customer) son los clientes de entre 17 a 65 años hombres y mujeres aproximadamente.

3.7 Diagrama de los procesos de producción

Figura 3.7 Diagrama de flujo de los procesos de producción

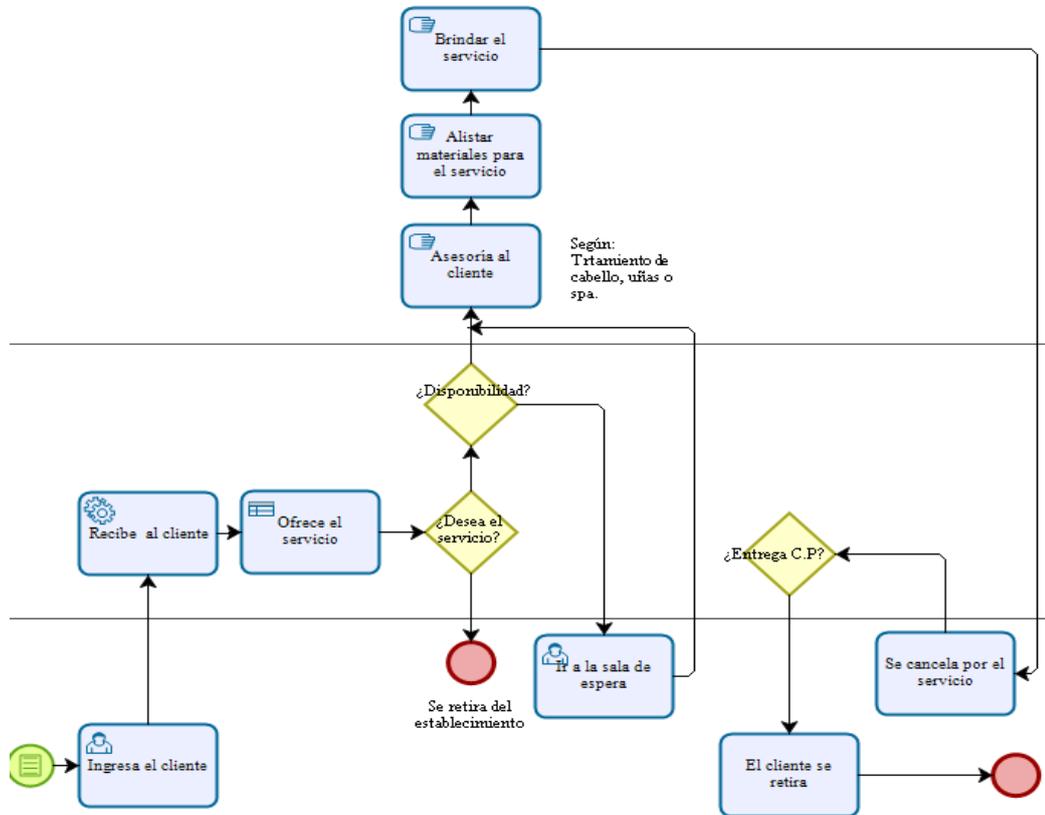


Figura 3.7 Diagrama de flujo para describir el proceso de producción, obtenido mediante el análisis de guía de observación/entrevista. El diagrama se realizó con un software bizagi versión 3.3 en idioma español.

El instrumento de la guía de observación y la herramienta SIPOC se representa de forma gráfica los procesos promedio para la fabricación de servicios de un salón de belleza del distrito de El Porvenir, indica cómo se da el servicio que inicia desde el ingreso del cliente, progresa con la forma de actuar del encargado y los estilistas y por último las condiciones de fabricación.

3.8 Diagrama de análisis de los procesos de producción

Figura 3.8. Diagrama de análisis de proceso de producción del servicio de corte de varón

Actividad: Proceso de producción	Resumen					
	Actividad	Actual		Propuesta		
Método: Actual/Propuesta	Operación					
	Transporte					
Lugar: Local	Demora					
	Inspección					
Procesos	Almacenamiento					
	Tiempo					
El cliente llega para recibir el servicio.	3 min					
El dueño o administrador recibe al cliente con amabilidad.	4 min					
El dueño o administrador ofrece el servicio de corte de varón	5 min					
El cliente varón solicita el corte clásico.	2 min					
Se identifica la disponibilidad del estilista.	3 min					
Se cuenta con toda la maquinaria para realizar el servicio.(máquinas)	4 min					
El estilista realista una asesoría al cliente (Se determina los detalles concretos y prueba de sensibilidad)	3 min					
Se procede a realizar el corte clásico	10 min					
Se notifica y muestra al cliente que el servicio está listo.	1 min					
Total	35	5	1	2	1	

Figura 3.8 Diagrama de análisis de procesos para describir el proceso de producción, obtenido mediante el análisis de guía de observación/entrevista.

El diagrama de análisis de procesos de producción representa el tiempo de duración de cada una de las etapas de cualquier proceso productivo de un servicio de los 12 que se ofrecen en los 29 locales. En promedio se considera 35 min además de 9 etapas para la realización del servicio de corte de varón clásico.

Figura 3.9. Diagrama de análisis de proceso de producción del servicio de corte de clásico

Actividad: Proceso de producción	Resumen					
	Actividad	Actual			Propuesta	
Método: Actual/Propuesta	Operación 	x				
	Transporte 					
Lugar: Local	Demora 					
	Inspección 					
Procesos	Almacenamiento 					
	Tiempo					
El cliente llega para recibir el servicio.	3 min					
El dueño o administrador recibe al cliente con amabilidad.	4 min					
El dueño o administrador ofrece el servicio de corte de mujer	7 min					
El cliente mujer solicita el corte clásico.	5 min					
Se identifica la disponibilidad del estilista.	2 min					
Se cuenta con todas las herramientas para realizar el servicio. (Tijeras).	3 min					
El estilista realista una asesoría al cliente (Se determina los detalles concretos y prueba de sensibilidad)	4 min					
Se procede a realizar el corte clásico	10 min					
Se notifica y muestra al cliente que el servicio está listo.	1 min					
Total	39	5	1	2	1	

Figura 3.9. Diagrama de análisis de procesos para describir el proceso de producción del servicio de corte para dama clásico, obtenido mediante el análisis de guía de observación/entrevista.

El diagrama de análisis de procesos de producción representa el tiempo de duración de cada una de las etapas de cualquier proceso productivo de un servicio de los 2 que se ofrecen en los 29 locales. En promedio se considera 39 min además de 9 etapas para la realización del servicio de corte de dama clásico.

3.9 Tiempo y mano de obra del proceso de producción

Tabla 3.2

Estudio de tiempos del corte clásico de varón

Procesos	Tiempos de trabajadores																
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	T17
	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min
El cliente llega para recibir el servicio.	3	3.5	4	3.7	3	4	4	5	5.5	6	4	3	2.5	3	3.5	3.7	3.8
El dueño o administrador recibe al cliente con amabilidad.	4	0	0	0	0	0	3	2	5	0	0	0	0	2	3	2	5
El dueño o administrador ofrece el servicio de corte de varón	5	4	3	3	3	2	0	1	0	0	0	3	2.5	3	2.5	2.5	0
El cliente varón solicita el corte clásico.	2	1	2	3	3	3	2.5	2.7	3	3.1	1.1	1.9	1.8	2	3	3	3
Se identifica la disponibilidad del estilista.	3	2	1	4	5	5	5	6	3	2	4.4	5.5	5.5	6	6.6	10	1

Se cuenta con toda la maquinaria para realizar el servicio.(máquinas)	4	3	1	1	1	5	5	3	3	3	3	3	4	5	5	4	3
El estilista realista una asesoría al cliente.	3	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	5	0	0	0	0
Se procede a realizar el corte clásico	10	12	11.5	9	8	7	7	8	15	12	13	17	21	9	8	7.7	10
Se notifica y muestra al cliente que el servicio está listo.	1	1.9	1.9	1.5	1	1.8	1.7	3	3	3.5	4	4	4	1	1	1	1
Total	35	27.4	24.4	25.2	24	27.8	28.2	34.7	37.5	29.6	29.5	37.4	46.3	31	32.6	33.9	26.8

T18	T19	T20	T21	T22	T23	T24	T25	T26	T27	T28	T29	Promedio	Valoración	Tiempo básico	Suplementos	Tiempo tipo
Min	Min															
4	3.9	4	4	4	5	2	2.5	2.8	5	5	6	4	5%	0.2	0.0	0.2
6	4	4	0	3	0	4	0	0	0	3	0	2	85%	1.5	0.2	1.6
0	2.9	2.8	2.4	0	5	0	6	0	0	0	1	2	65%	1.2	0.1	1.4
2.5	2.7	3	3.1	1.1	1.9	1.8	3	3	2.5	2.7	3	3.1	100%	3.1	0.4	3.5
15	25	30	2	3	5	30	15	5.5	3	4	4	7	110%	7.7	0.9	8.6
3	5	6	7	8	9	10	15	11	5	4	3	5	90%	4.4	0.5	4.9
3	0	0	0	2	0	0	0	6	0	0	0	1	75%	0.6	0.1	0.7
10	11	11	11	11	11	12	13	14	15	14	12	11	45%	5.1	0.6	5.7
2	1	1.5	1	1.3	1.4	2	2	1	2	1	1	2	95%	1.8	0.2	2.0
45.5	55.5	62.3	30.5	33.4	38.3	61.8	56.5	43.3	32.5	33.7	30	36.53			Tiempo ciclo	28.6

Nota: T1 al T29 se asignó a un trabajador de los 29 locales contando con 29 trabajadores en total, una nota importante es que fueron dueños o encargados directos de dichos lugares. Todos los resultados se promediaron así mismo a través de juicio personal se les asignó una valoración, de mejor a peor trabajador, el tiempo básico es la multiplicación del tiempo promedio y su valoración, los suplementos se asignaron con un porcentaje del 0.12 del tiempo durante todo un día laborable y por último el tiempo tipo es la suma del tiempo básico más el total de suplementos / Elaboración propia.

A través de la herramienta se consideró la misma forma del trabajo realizado en el diagrama de tiempos del proceso de compras (pág. 39).

Se obtuvo un tiempo tipo o tiempo estándar para cada proceso, el cual sería el tiempo idóneo. Además, se obtuvo que el tiempo ciclo para todo el proceso de producción del servicio de corte clásico para varones que según esta investigación sería de 28.6 minutos es decir casi media hora también el promedio de duración del corte es de 37 minutos También se consideró que el proceso del corte es la etapa con mayor duración.

Entonces decimos que durante las 12 horas que labora un salón de belleza tradicional a máxima productividad debería realizar: $12 * 60 = 720$ minutos que se debe laborar. Entonces $720 / 28.6$ minutos que serían redondeando a 25 cortes/día clásico de varón. Según esta investigación se cuenta con un promedio de 3 estilistas a cargo por lo que es confiables que se realice 76 cortes clásicos diarios está es su capacidad máxima.

Tabla 3.3

Estudio de tiempos del corte clásico de dama

Procesos	Tiempos de trabajadores																
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	T17
	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min
El cliente llega para recibir el servicio.	3	4	3	2	2	4	3	2	4	4	5	3	2	2	5	6	3
El dueño o administrador recibe al cliente con amabilidad.	4	3	2	2	2	1	2	3	4	2	5	3	4	5	6	7	2
El dueño o administrador ofrece el servicio de corte de mujer	7	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	4	0	0	0	5	0
El cliente mujer solicita el corte clásico.	5	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3
Se identifica la disponibilidad del estilista.	2	1	2	2	2	2	1	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3

Se cuenta con todas las herramientas para realizar el servicio. (Tijeras).	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	3	3	1	2	5	1	3
El estilista realista una asesoría al cliente (Se determina los detalles concretos y prueba de sensibilidad)	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3
Se procede a realizar el corte clásico de dama	10	8	9	5	6	5	6	6.6	7	7	8	10	11	15	15	12	12
Se notifica y muestra al cliente que el servicio está listo.	1	3	3	5	5	4.5	4	5	5	3	5	3	4.5	3	5	3	3
Total	39	31	31	27	24	22.5	28	25.6	29	25	32	32	30.5	33	45	41	32

T18	T19	T20	T21	T22	T23	T24	T25	T26	T27	T28	T29	Promedio	Valoración	Tiempo básico	Suplementos	Tiempo tipo
Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min	Min					
2	2	2	3	5	4	4	4	4	3	4	3	3	5%	0.2	0.0	0.2
5	3	0	5	5	3	2	2.5	5.5	1	4	3	3	85%	2.8	0.3	3.2
0	0	0	0	0	3	0	3	0	4	0	3	1	65%	0.8	0.1	0.9
2	3	4	5	5	2	2	2	2	2	5	2	3	100%	2.8	0.3	3.2
5	2	5	5	4	2	3	3	5	7	5	5	3	110%	3.4	0.4	3.8
3	1	6	7	8	9	10	15	11	5	4	3	4	90%	3.7	0.4	4.1
4	5	4	5	4	5	3	1	2	3	2	3	3	75%	2.5	0.3	2.8
13	8	9	9	7	7	7	7	6	6	5	5	8	45%	3.7	0.4	4.2
3	5	5.5	4	4	4	2	4	3	5	1	5	4	95%	3.6	0.4	4.1
37	29	35.5	43	42	39	33	41.5	38.5	36	30	32	33.24			Tiempo ciclo	26.3

Nota: T1 al T29 se asignó a un trabajador de los 29 locales contando con 29 trabajadores en total, una nota importante es que fueron dueños o encargados directos de dichos lugares. Todos los resultados se promediaron así mismo a través de juicio personal se les asignó una valoración, de mejor a peor trabajador, el tiempo básico es la multiplicación del tiempo promedio y su valoración, los suplementos se asignaron con un porcentaje del 0.12 del tiempo durante todo un día laborable y por último el tiempo tipo es la suma del tiempo básico más el total de suplementos / Elaboración propia.

A través de la herramienta se consideró la misma forma del trabajo realizado en el diagrama de tiempos del proceso de compras (pág. 39).

En el caso del corte de dama su tiempo ciclo es de 26.3 minutos es decir casi media hora también el promedio de duración del corte es de 33 minutos También se consideró el desarrollo del corte es la etapa con mayor tiempo de duración en minutos.

Entonces decimos que durante las 12 horas que labora un salón de belleza tradicional a máxima productividad debería realizar: $12 * 60 = 720$ minutos que se debe laborar. Entonces $720 / 26.3$ minutos serían cortes clásicos de varón. Según esta investigación se cuenta con un promedio de 3 estilistas a cargo por lo que es confiables que se realice 82 cortes clásicos diarios está es su capacidad máxima.

3.10 Diagrama de Pareto según el proceso de producción promedio

Tabla 3.4

Tabla de datos para análisis Pareto

Procesos	Tiempos	%acumulado	80-20
Realización del servicio requerido (materiales y procedimiento)	63,47	21,09	63,5 80%
El dueño o administrador recibe al cliente con amabilidad.	62,92	42,00	126,4 80%
El dueño o administrador ofrece los servicios que se ofrecen en los establecimientos.	62,92	62,90	189,3 80%
El cliente llega para recibir el servicio.	60,36	82,96	249,7 80%
El cliente se retira del establecimiento.	30,89	93,22	280,6 80%
El estilista realista una asesoría al cliente (Se determina los detalles concretos y prueba de sensibilidad)	4,53	94,73	285,1 80%
Se notifica y muestra al cliente que el servicio está listo.	4,34	96,17	289,4 80%
Se cuenta con toda la maquinaria para realizar el servicio.	4,33	97,61	293,8 80%
El cliente paga por el servicio. (Factura o boleta de venta)	3,87	98,89	297,6 80%
Se identifica la disponibilidad del estilista de acuerdos a los horarios del personal establecidos.	3,33	100,00	301,0 80%

Nota: Elaboración propia

Se realizó la tabla de Pareto, donde se toman los tiempos promedios de cada proceso, se calculó la frecuencia acumulada y porcentaje acumulado, posteriormente se aplicó la regla 80-20 pues según Pareto el 80% de los problemas que se representan previenen de un 20% de las causas. Las principales causas de tiempo deficiente son la realización del servicio, que el administrador reciba al cliente y por último la captación/ofrecimiento del servicio.

Figura 3.10. Diagrama Pareto

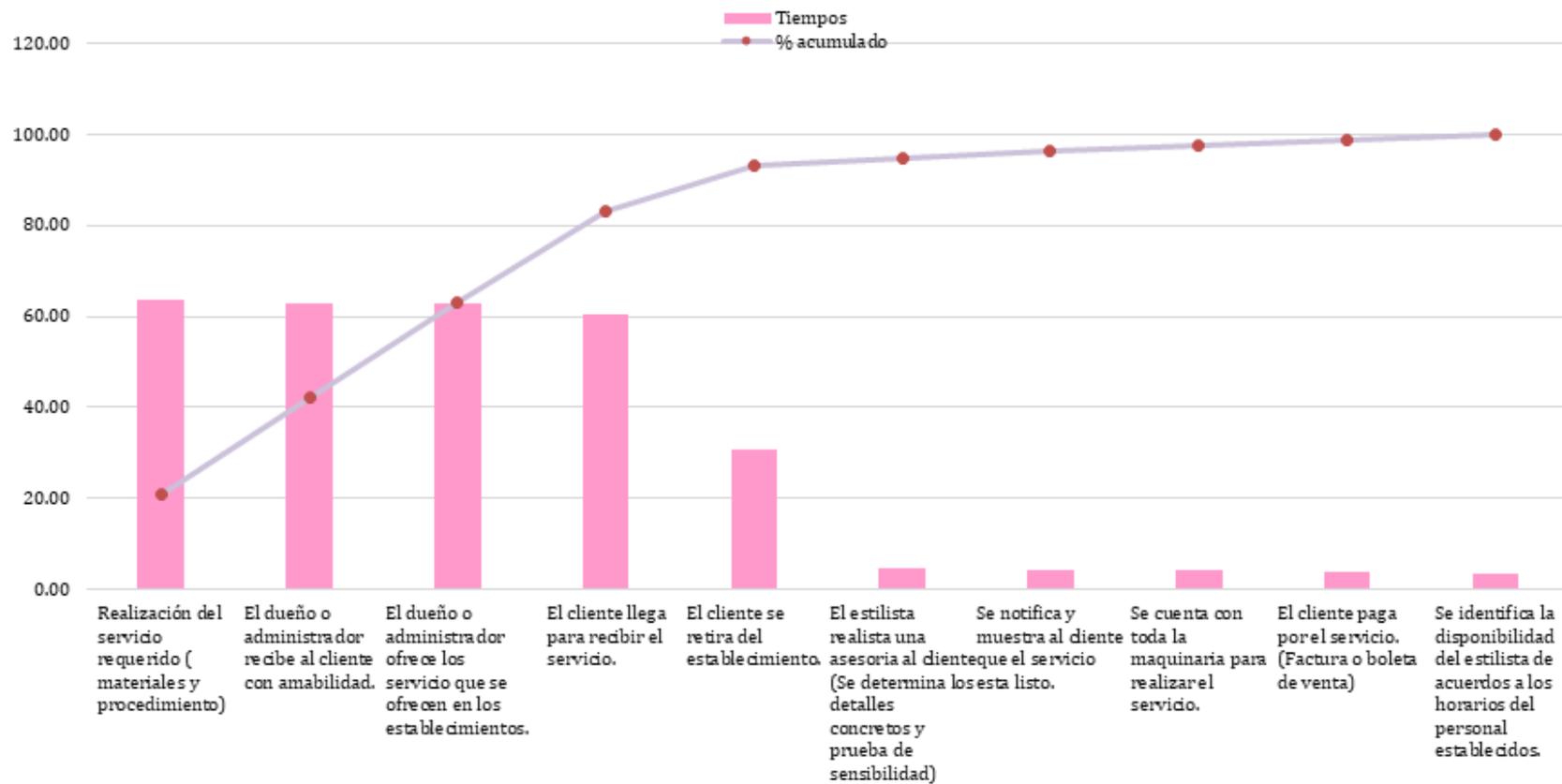
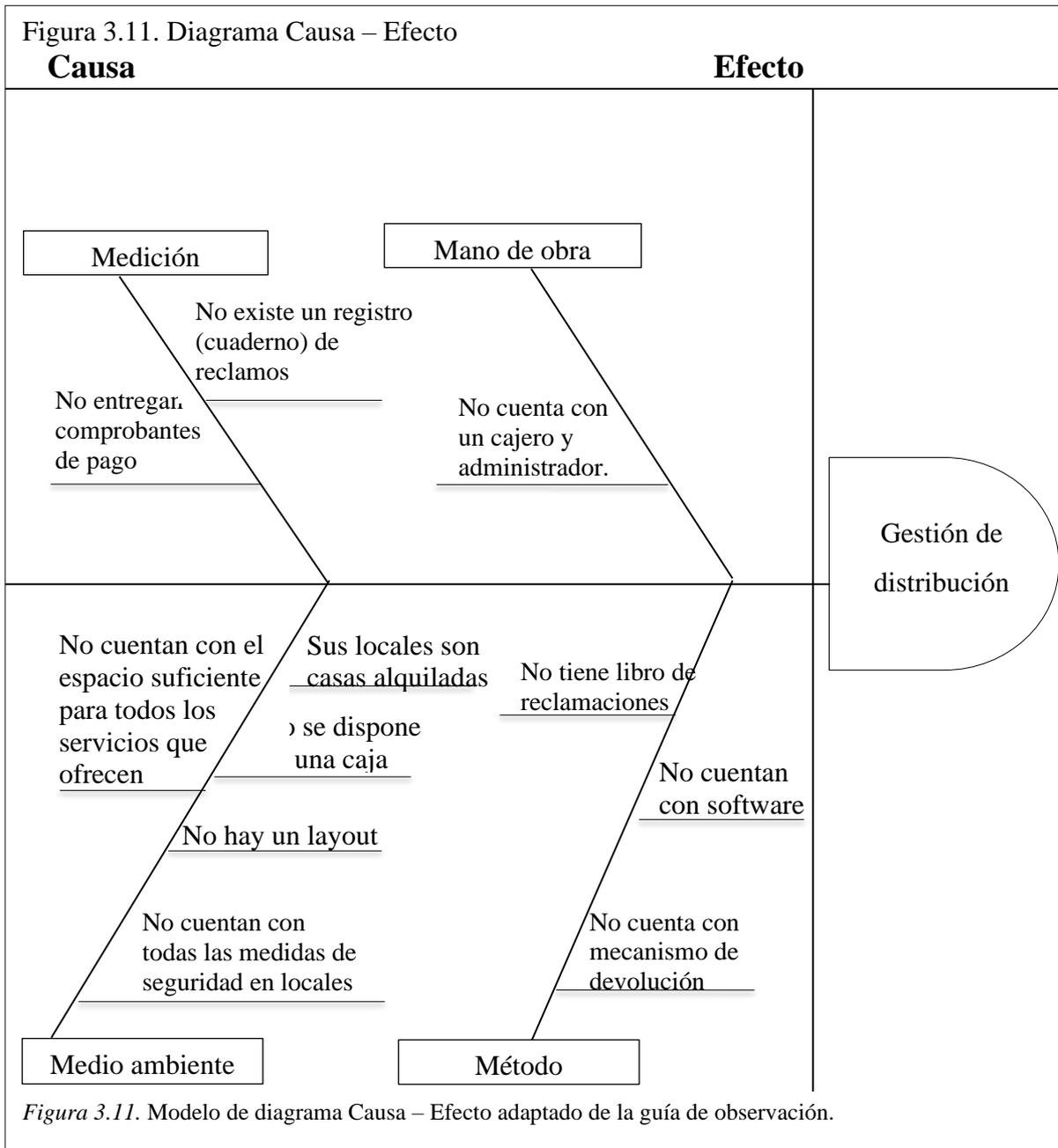


Figura 3.10. Diagrama de análisis de procesos para describir el proceso de producción, obtenido mediante el análisis de guía de observación/entrevista.

Objetivo 3: Describir el proceso de distribución de los salones de belleza de El Porvenir
2019

3.11 Diagrama de Ishikawa (Causa – Efecto) para proceso de distribución.

A través de la investigación se determinó que su distribución es de tipo directa, son empresas artesanales que tienen su propio punto de venta (local), es decir, tienen contacto directo con sus clientes sin intermediarios. Se analizó la guía de observación, con el conjunto de operaciones que los salones de belleza someten a sus clientes para la entrega completa de sus servicios, se resumirá las causas raíz en el proceso de distribución.



En el diagrama de Causa – Efecto, las categorías que se analizaron fueron medición, mano de obra, medio ambiente, y método que hace referencia a los procesos; según el análisis de la guía de observación, guía de entrevista y encuesta.

Según la dimensión del proceso de distribución, la medición, en esta categoría se consideró el indicador 9, no cuentan con documentación de entrega y no existe un mecanismo de reclamos. (Ver anexos 08)

Mano de obra, en esta categoría se consideró el indicador 10, según esto, no hay una persona competente encargada de atender a los clientes en un área de registro y cobro además de promocionar sus servicios dichas actividades las realizan directamente los dueños o encargados de los establecimientos. (Ver anexos 08)

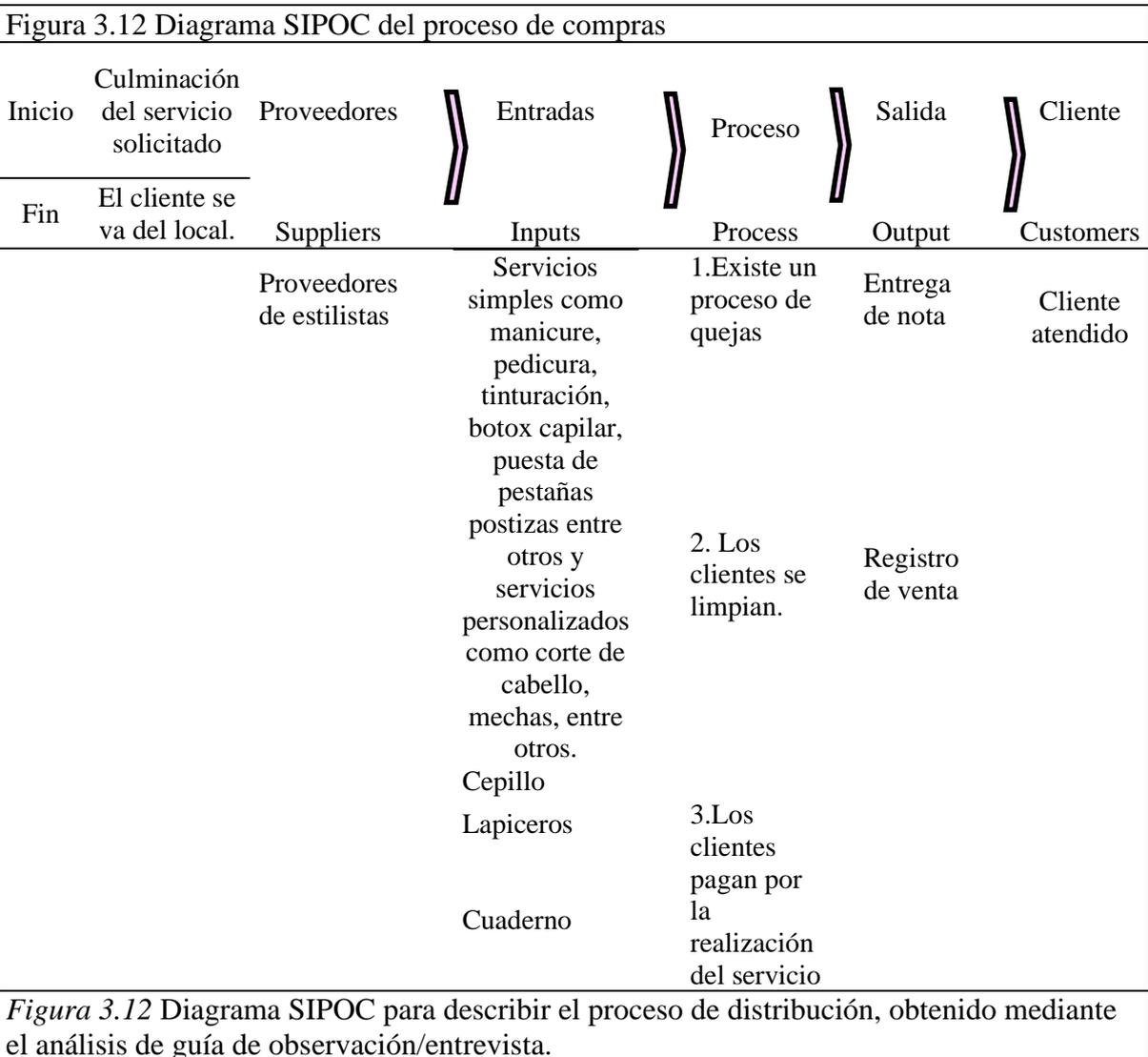
Medio ambiente, Tiempo, en esta categoría se consideró el indicador 12, no cuentan con un lugar adecuado para recibir a los clientes, es decir, en la mayoría los locales no fueron diseñados. El layout vocablo que elude al diseño de un establecimiento para mejorar las ventas no es considerado por los dueños de dichos establecimientos, pues, los lugares de compra en su mayoría son casas rentadas donde no pueden realizar un gran diseño que dinamice su proceso productivo por ello al día no

Método, en esta categoría se consideró el indicador 10, según esto, no cuentan con mecanismo de devoluciones y un software que facilite su gestión.

Cabe recalcar que todo esto podemos confirmarlo según los anexos.

3.12 Diagrama de SIPOC para describir el proceso de distribución

Se analizó la guía de observación y la guía de entrevista, con los procesos elementales de distribución que sigue un salón de belleza del distrito El Porvenir, se empleó la herramienta de calidad SIPOC, se pasó a simplificar los suppliers (proveedores), Inputs (entradas), Process (proceso), Output (salidas) y customers (cliente). Como resultado está herramienta beneficia para dos cosas: abastece con el flujo de proceso del servicio en general y sus interrelaciones dentro del proceso de producción.



En esta herramienta de calidad en la investigación permite un mayor entendimiento de la manera en la que se efectúan los procedimientos, de lo que se hace una descripción asertiva y su visualización sencilla. Los proveedores (Suppliers), en esta categoría, se maneja un tipo de proveedor (estilistas) que son los que entregan los servicios terminados.

Según las entradas (Inputs) productos terminados son la acción de ingreso para el proceso de distribución participan útiles de oficina y herramientas de limpieza personal enfocado al cliente.

Según el proceso (Process) se identificó 3 pasos simples que se deben de seguir en todo el proceso de distribución.

Según la salida (Output) el dinero pagado hacia el dueño y la salida del cliente contento.

Según el cliente (Customer) la gestión (administración) del dueño.

3.13 Diagrama de los procesos de distribución

Figura 3.13 Diagrama de procesos de distribución

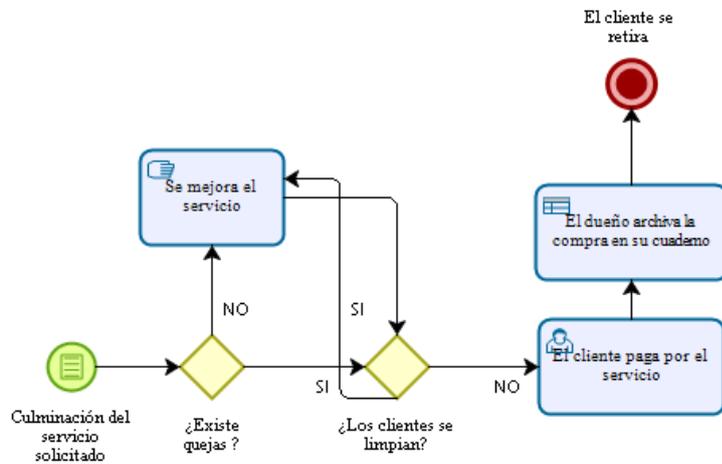


Figura 3.3. Diagrama de flujo para describir el proceso de distribución, obtenido mediante el análisis de guía de observación/entrevista. El diagrama se realizó con un software bizagi versión 3.3 en idioma español.

El instrumento de la guía de observación y la herramienta SIPOC ayudo para la creación del flujograma, representación visual de la línea de pasos que fueron definidos en la herramienta SIPOC para determinar el nivel de complejidad del proceso de distribución actual. Se indica que estas microempresas artesanales dedicadas a este rubro carecen de procesos, se detalla que sólo cuenta con tres pasos un inicio/final y por último tres actividades que no necesariamente pasan a realizarse esto además de no encontrarse todos los documentos deseables para el desarrollo de entrega de sus servicios así mismo su inicio es la culminación de un servicio que provee el estilista y su fin es la retirada del cliente del establecimiento.

3.14 Diagrama de análisis de los procesos de distribución

Figura 3.14. Diagrama de análisis de proceso de distribución

Actividad: Proceso de distribución	Resumen					
	Actividad	Actual		Propuesta		
Método: Actual/Propuesta	Operación	○	X			
	Transporte	➡				
Lugar: Local	Demora	◐				
	Inspección	◻				
Procesos	Almacenamiento	▲				
	Tiempo	●	➡	◐	◻	▲
Entrega del servicio/posibles proceso de quejas.	10			⊙		
Los clientes se limpian.	1	⊙				
Los clientes pagan por la realización del servicio al dueño del establecimiento	2	⊙				
El cliente se retira	1	⊙				
Total	14	4		1		

Figura 3.14. Diagrama de análisis de procesos para describir el proceso de distribución, obtenido mediante el análisis de guía de observación/entrevista.

El diagrama de análisis de procesos muestra la secuencia cronológica de las operaciones, inspecciones, tiempos permitidos, posibles demoras y su transporte del proceso de distribución se representa el tiempo de duración de cada paso de manera promedio que realizan los 29 locales se considera al proceso de termino del servicio/si existe posibles quejas como el inicio, flujo de pasos y el fin es la actividad del cliente retirándose dentro del DOP el paso con mayor duración es el proceso de quejas, entonces se define con cuatro pasos.

3.15 Tiempo y mano de obra del proceso de distribución

Tabla 3.5

Estudio de tiempos

Procesos	Tiempos de trabajadores																
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	T17
	Mi n	Mi n	Mi n	Mi n	Mi n	Mi n	Mi n	Mi n	Mi n	Mi n	Min n	Mi n	Mi n	Mi n	Mi n	Min	Min
Existe un proceso de quejas	10	0	0	0	0	12	15	0	0	0	16	0	0	0	0	14	0
Los clientes se limpian.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0.5	0.5	0.3	0.6	1	1	1	3
Los clientes pagan por la realización del servicio al dueño del establecimiento	2	2	3	2	2	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2	6	7
El cliente se retira	1	3	2	3	1	2	1	1	1	3	2	1	1	3	2	2.5	3.5
Total	14	6	6	6	4	19	20	5	5	6.5	21. 5	3.3	5.6	6	5	23. 5	13. 5

T18	T19	T20	T21	T22	T23	T24	T25	T26	T27	T28	T29	Promedio	Valoración	Tiempo básico	Suplementos	Tiempo tipo
Min																
0	0	0	5	0	0	0	5	0	0	0	3	3	110%	3	0.4	3.4
1	4	3	3	3	3	3	3	2	1.5	1	1	2	15%	0.2	0	0.3
2	2	4	4	2	6	1	3.5	5	1	4	2	3	100%	3.1	0.4	3.5
3.4	2	1	1	3	3.6	1	1	1	1	1	1	2	2%	0.04	0	0.04
6.4	8	8	13	8	13	5	13	8	3.5	6	7				Tiempo ciclo	7.1

Nota: T1 al T29 se asignó a un trabajador de los 29 locales contando con 29 trabajadores en total, una nota importante es que fueron dueños o encargados directos de dichos lugares. Todos los resultados se promediaron así mismo a través de juicio personal se les asigno una valoración, de mejor a peor trabajador, el tiempo básico es la multiplicación del tiempo promedio y su valoración, los suplementos se asignaron con un porcentaje del 0.12 del tiempo durante todo un día laborable y por último el tiempo tipo es la suma del tiempo básico más el total de suplementos / Elaboración propia.

A través de la guía de observación y juicio se consideró la misma muestra con los criterios de inclusión y exclusión es decir nosotros tomamos 29 tiempos. La valoración, se asignó de acuerdo a la escala británica donde indica que se asigna un puntaje mayor a los trabajadores más rápidos de entre 101% a 150%, puntaje de 100% si es normal, y menor del 99% al 0% es decir trabajador lento. El tiempo ciclo es de 7 minutos. Al haber concluido el proceso de compras, producción y distribución se contabiliza que todo el proceso de gestión logística en el servicio de corte clásico para varón dura 28696 minutos en el caso del corte clásico de dama su duración es de 28653 minutos, es así, que sacando cálculos en promedio 28674.5 es decir 19.95 días. (Ver anexos 08)

IV.DISCUSIÓN

Respecto a la presente investigación con título gestión logística de los salones de belleza del distrito El Porvenir-2019, se encontró un panorama estrechamente crítico, la abundante oferta de locales de belleza han generado una competencia agresiva, resistencia al cambio y en fatal instancia cierres de los más pequeños negocios. Las barberías, son un negocio totalmente diferente que compite directamente con salones de belleza tradicionales. Se basan en el servicio al cliente, estrategias de venta, calidad y su plus son sus políticas de entretenimiento a diferencia de un salón tradicional del distrito. A causa de destinar la mayor parte de ingresos de las empresas artesanales para gastos propios de los mismos dueños además es común que los empleados realicen actividades que no les compete porque no la falta de realización de diseños de puestos de trabajo.

En el proceso de compras no se diferencian como microempresas ellos presentan una habitual compra de persona ordinaria, en el proceso productivo es técnico, básico, artesanal y sin especializaciones en administración de salones de belleza. Por último, ellos no tienen en consideración la distribución porque si bien su entrega es inmediata no cuentan con procedimiento de quejas, devoluciones y empleo de estrategias para el servicio por ende retención de sus clientes.

El motivo de la investigación fue realizar un diagnóstico de la gestión logística actual para poner un negocio familiar referente a este rubro. Generan una demanda mayor los salones de belleza todos los días ofreciendo sus servicios produciendo ingresos por sus ventas. En el porvenir en su mayoría tienen una estructura informal y carencia de conocimientos para la administración de este tipo de negocio.

En la investigación se presentaron limitaciones de tiempo, gastos probando ciertos servicios para tener el apoyo de la mayoría de dueños, trámites burocráticos con la Municipalidad del distrito El Porvenir. Por otro lado, se obtuvo una base de datos desactualizada de los salones de belleza licenciados, por lo que se realizó visitas dentro de El Porvenir Centro y más al fondo del distrito. Por último, al finalizar la investigación los emprendedores condicionaron la entrega del estudio.

La población elegida estuvo conformada por 132 salones de belleza que poseen RUS según la entidad recaudadora del Perú en Trujillo, la muestra fueron los 29 salones de belleza en funcionamiento establecidos con licencia actualizada por parte de la Municipalidad Distrital de El Porvenir. En la tabla 2, se observa el listado detallado de los establecimientos.

De acuerdo al objetivo específico inicial se determinó que para describir la gestión de compras de los salones de belleza a través de la herramienta de calidad causa y efecto figura 3.1 se representaría en primer lugar el resumen de los 14 problemas raíz son: el deficiente control de inventarios, inexistente formato de requerimiento, nula medición de stock, presupuesto limitado, carencia en reglas de compra, el único encargado en realizar las compras sea el dueño, comprar únicamente de manera presencial, descuido de control de tiempos, sin transporte personal, inexistente lista actualizada de los componentes de su local, improvisación en su demanda, no contar con un almacén y por último archivar de forma manual su documentación de compras que según Alaya (2017) las necesidades de compra se deben de prever a través de la demanda y gestión de stocks así mismo se debe tomar en cuenta la selección de los proveedores apoyado por lo expresado por Barrueto y Obregón (2017) las mypes de sectores económicos de servicios como no realizan una cotización de forma correcta, los compradores confían mucho en sus proveedores y no hay una planificación de las compras. Por ello es sustancial darle formalización a la compra, la recepción del pedido, los medios de pago, y por último el surtido en el establecimiento comercial.

En las figuras 3.2 y 3.3 se representan el resumen de compras a través del SIPOC y un flujograma. El inicio condicional, es la falta de materiales para los servicios, los pasos del procedimiento, el deficiente control de inventarios según lo dicho por Pérez (2014) se apoya en esta investigación se indica que todo proceso tiene tres elementos: los inputs o entradas, el proceso de flujo de labores y un output que es la salida. Según (Chase, 2005), la comprensión del funcionamiento del proceso es esencial para asegurar la competitividad de una organización. De ahí que se implementen iniciativas al análisis de procesos, para garantizar flujos óptimos de información o producto. La documentación se convierte en la mejor forma de construir el conocimiento del hacer de una organización a través de medios como diagramas de flujo, diagramas analíticos, mapas de procesos, diagramas de cadena de valor, entre otros.

Por otro lado, en la figura 3.4, se describe las 8 etapas/tiempos que realizan desde que el estilista percibe la necesidad de compra, su vía presencial, la evaluación de proveedores según la variable de calidad/cantidad, la responsabilidad del dueño de traer la mercancía, si existiera anomalías, el tiempo de almacenaje, el despacho de los materiales y poder pasar a realizar el proceso productivo también lo medimos con la tabla 3.1 este tipo de proceder lo refuta De la Torre Robles (2017) pues se le considera deficiente porque no se cuenta con procedimientos estandarizados en tiempos, es ideal que las empresas

Con respecto al proceso de producción tenemos la figura 3.5 de causa y efecto que cuenta con 13 problemas raíz: entrega atrasada del material, ventas incompletas, mala administración, falta de planeación de jornadas, falta de especialización, tiempos muertos, faltas/tardanzas del capital humano, mucho personal, no utilizar todos los equipos, para no programadas en máquinas y falta de mantenimiento de herramientas laborales esto lo analiza Díaz et al (2008) es necesario que los procesos de servicio sean estandarizados como un requisito mínimo, si se desea mejorar su desempeño y alcanzar altos niveles de madurez en sus procesos.

En las figuras 3.6 y 3.7 se describieron los procesos de producción que se determinaron a criterio por la investigación a través de la guía de observación. Este referido de un servicio en general, se determinó 15 pasos de proceso productivo que según Miguel (2017) indica que tener la noción de comprender el flujo de producción es parte de la gestión dentro de la cadena. Como pasa en las figuras de complemento 3.8 y 3.9 que determinan el análisis del proceso productivo más específico siguiendo dichos pasos, pero sólo en el servicio de corte clásico. Existió dos de varón y de dama la toma de tiempos es distinta nos apoyados por las Tablas 3.2 y 3.3 donde es relevante decir que el tiempo ciclo del corte de varón es de 28.6 y el corte clásico de dama es de 26.3. Así mismo, se determinó que su máxima producción 25 cortes/día y en dama 27.3 cortes/ día se les dio el valor de un promedio de tres estilistas dentro de un local llegan a ser 75 cortes/día y el de dama 82/cortes por día por ello según El Instituto Nacional de Emprendedores (2018) fija que son las microempresas /artesanales que realizan hasta 150 cortes por día. Se contrasta con la investigación de Kim y Ramkaran (2014) los rediseños de la gestión de producción requieren cambios drásticos de los procesos, sino que se toman tal y como se presenta en la actualidad para ejercer modificaciones, a través de la eliminación de

desperdicios, reducción de tiempos de ciclo y la efectividad es importante desarrollar tareas/procedimientos para eliminar la burocracia, evaluar el valor agregado, simplificar, reducir el tiempo de ciclo y lograr la estandarización. Cuando esto se haya logrado, puede pensarse en la automatización y en la implementación de tecnologías de la información (Harrington et al., 1997).

En la tabla 3.4 y figura 3.10 indica tres pasos que se deberían mejorar según tiempos en primer lugar la realización del servicio, que se reciba con amabilidad y el momento que se ofrecen los servicios a los clientes. Los salones de belleza pues no tienen mecanismos que cuiden la calidad, eficiencia y control de tiempos. Esto lo atribuye según Cano et al (2018) son los clientes que evalúan la calidad del producto, el valor agregado del mismo y su disponibilidad en tiempo y forma, de ahí la necesidad de mejorar el proceso productivo de la gestión logística.

Con respecto al proceso de distribución se tuvo en la figura 3.11 cuenta con 11 causas raíz: la mayoría radicaban en medio ambiente, los salones de belleza son microempresas adaptadas a casas por pago de alquiler, no se dispone de una caja, no cuentan con el espacio suficiente, no cuentan con todas las medidas de seguridad, no existe un registro de reclamos, no entregan comprobantes de pago, no cuentan con un cajero e administrador, no tienen libro de reclamaciones, no cuentan con mecanismo de devoluciones y no cuentan con software de gestión según Cano et al (2018) está es una característica clave en Mypes.

Son las figuras 3.12, 3.13 y 3.14 como también la tabla 3.5 que determinar cuatro pasos en el proceso de distribución según Díaz et al (2008) las mypes de servicios tienen una entrega directa se deben basar en el rediseño de planta y centrarse en el servicio post venta ahí se encuentra una deficiencia por política como empresa.

Es entonces los resultados encontrados, si existente gestión logística, debido que, compran, realizan servicios y tienen su forma de entregarlo esto se considera como proceso de compras, producción y distribución que han sido determinados por la investigación, por ende, según Torre ((1999), citado por Yarleque, (2018)) es el conjunto de procedimientos desde el punto de origen hasta el punto de dar al consumidor el nivel de servicio adecuado a un coste razonable (pág. 85)

Luego del análisis realizado, se contrasto la hipótesis metodológica de la variable gestión logística, el estudio determinó que las microempresas de belleza están realizando una gestión logística empírica dado que compran, transforman, venden y suministran sus servicios, está resulta siendo inadecuada según Yarleque (2018) para diagnosticar la gestión logística se debe tomar importancia a los tres procesos compras, producción y distribución si uno de ellos es deficiente la cadena está siendo contraproducente. La efectividad del sistema de logística radica en el nivel de integración, sinergia y comunicación entre los procesos internos, la alineación con la estrategia y el balanceo del flujo de sus procedimientos para dar cara a los 14 problemas raíz en compras, 13 producción y 11 distribución que restan la mejora del servicio al cliente.

Es de suma importancia tomar en cuenta lo que se ha obtenido como resultados, involucrando a dueños y encargados de los 29 salones de belleza El Porvenir, en lo que respecta a la problemática, y a partir de ello tomar las medidas en beneficio para estas mypes artesanales. De la misma manera esta metodología servirá para otros salones de belleza tradicionales, dueños y trabajadores de la industria de la belleza.

V. CONCLUSIONES

5.1 Los salones de belleza en el proceso de compras tienen 14 problemas raíz: un deficiente control de inventarios, dependencia de proveedores, la falta de conocimiento técnico en los procedimientos y falta de un formato de requerimiento. Para describir su procedimiento cuentan con tres tipos de proveedores insumos, instrumentos y mobiliario esté inicia con la falta de materiales que oscila en promedio de 20 días se siguen procedimientos de elección de proveedores, cotización, almacenaje y termina con la entrega de los materiales al estilista. Por otro lado, se describe las 8 etapas/tiempos o pasos/tiempos que realizan desde que el estilista percibe la necesidad de compra vía presencial, la evaluación de proveedores según la variable de calidad/cantidad, la responsabilidad del dueño de traer la mercancía, el cambio si existiera anomalías, el tiempo de almacenaje, el despacho de los materiales y poder pasar a realizar el proceso productivo (figura 3.1 – 3.4, tabla 3.1).

5.2 Los salones de belleza en el proceso de producción tienen 13 problemas raíz: no se prevé la demanda, materiales fallados, no tienen un horario de trabajo establecido, tiempos muertos, cuellos de botella, tardanzas por parte del personal y la falta de conocimiento técnico en los procedimientos. Fabrican servicios de experiencia de belleza ofrecen en promedio 12 servicios cuentan con ocho tipos de proveedores insumos, herramientas, mobiliario, enseres, arrendador, uniformes, de luz y agua esté inicia con la recepción de materiales siguen procedimientos para la reserva/ingreso del cliente, organización del trabajo, realización del servicio solicitado y termina con la contra entrega que pasa a la realización del proceso de distribución. Se describe las 15 etapas/tiempos o pasos/tiempos que realizan para un servicio en general desde que la llegada del cliente hasta la culminación de la fabricación del producto del servicio. Los salones de belleza no habían realizado antes estudio de tiempos se determinó que la realización de corte tradicional de varón tiene diferente tiempo de fabricación al corte tradicional de dama según sus tiempos. Su máxima producción 25 cortes/día en varón y en dama 27.3 cortes/día por último se indica pasos que se deberían optimizar el primero es la realización del servicio, el recibimiento del cliente y el ultimo es el momento en que se ofrecen los servicios (Figuras 3.5 – 3.10, Tablas 3.2 – 3.4)

5.3 Las microempresas artesanales en el proceso de distribución cuentan con 11 causas raíz la mayoría radica en el medio ambiente porque son casas adaptadas. Se determinó que sus proveedores son los estilistas, la entrada son los productos (servicios) fabricados, se pasa al procedimiento de entrega/pago por el servicio y finaliza en el momento que el cliente se retira del establecimiento. Se analizó que se realiza cuatro pasos en el proceso de distribución. En su mayoría no ofrecen una política de entretenimiento es decir no cuentan con política de devoluciones, estrategias de entrega en tiempos y servicio al cliente su política de entretenimiento es básico con televisión, cable y música. (Figuras 3.11 – 3.14, tabla 3.5) (Tablas de anexos 07).

5.4 Llevan una gestión logística de manera empírica debido a que ejercen compras, realizan servicios y tienen una propia manera de entrega (distribución). Se muestran muchos factores perjudiciales en su práctica, se interpreta que lo salones de belleza del distrito de El Porvenir llevan una inadecuada gestión logística debido a ineficiencias en sus procesos internos de compras, producción y distribución. (Figuras 3.1, 3.5 y 3.11)

VI. RECOMENDACIONES

6.1 A los propietarios de salones de belleza tradicional, se les recomienda en el proceso de compras mejorar el control de sus inventarios, tener un formato de requerimiento y un listado maestro de proveedores. Por otro lado, que su ciclo de procedimientos deje de durar 20 días, prevenir su demanda y el control de stock. Cada quince días realizar una lista actualizada de todos los materiales que tengan dentro de su microempresa como son insumos, instrumentos y mobiliarios así mismo diferenciarse de persona natural a persona jurídica en el momento de la realización de sus compras e incursionar vía web. Establecer reglas de compra basándose en la cantidad y calidad por último realizar un registro de compras.

6.2 Se les recomienda a los propietarios de los salones de belleza, tener un estudio de tiempo para cada uno de los 10 servicios que ofrecen. Personalizarlos, automatizarlos y definir procesos productivos. Establecer los servicios más demandados. Disminuir la cantidad de mano de obra, tiempos muertos, cuellos de botellas con mano de obra y tecnología de calidad. Es recomendable que el servicio de corte clásico de varón demore 25 min y el de dama 20 min.

6.3 Se les recomienda a posibles emprendedores de salones de belleza aumentar el proceso de distribución como la entrega de tarjetas de servicios. Invertir en infraestructura porque se tiene que tener un layo, si bien, son negocios adaptados en casas deben de tener un local propio y/o mejorar sus áreas para mayor captación de clientes. Así mismo tener un mecanismo de devolución y entretenimiento.

6.4 Se les recomienda a los propietarios de los salones de belleza mejorar su gestión logística con software de gestión.

6.5 Se les recomienda a las autoridades del área de licencias de la Municipalidad del distrito El Porvenir tener una lista actualizada de salones de belleza licenciados.

6.6 Se recomienda a futuros investigadores aplicar la propuesta para mejorar la gestión logística en salones de belleza con un tipo de estudio explicativo con diseño pre experimental.

VII.PROPUESTA

Modelo de MRP para salones de belleza de El Distrito El Porvenir - 2019

I.Fundamentación

Luego de haber realizado la presente investigación acerca del análisis de la gestión logística de los salones de belleza de El Porvenir – 2019, la calidad en el sector servicio representa en la actualidad uno de los elementos esenciales que toda organización debe tomar en cuenta en dicho distrito el sector de servicios cuenta con una capacidad enorme de crecimiento, por tal razón los salones de belleza es una apuesta que garantiza prosperidad. Las microempresas artesanales de belleza pese a tantas limitaciones han conseguido mantenerse en el tiempo. Sin embargo, ante un mercado cada vez más exigente y competitivo, las empresas deben diferenciarse de sus competidores con la innovación dentro de su gestión como organización de tal manera que traigan más clientes potenciales y fidelicen a sus clientes frecuentes. Asimismo, estar a la nueva vanguardia de herramientas tecnológicas que le faciliten en el manejo y control de sus sistemas de compras, producción y distribución.

Por tal razón es importante desarrollar un modelo para la planificación de requerimientos de materiales (MRP) específico para las empresas de servicios que permitan realizar una planificación de su demanda.

Como futura administradora, se debe ser capaz de diseñar, planificar, implementar, operar, innovar y controlar de manera eficiente las organizaciones, las cuales están integradas por personas, materiales y herramientas de equipos de información. Con este modelo se puede lograr lo anterior y aportar en el progreso de las microempresas artesanales de El Distrito El Porvenir.

II.Definición del problema encontrado

2.1. Identificación del problema

Carencia de manejo de stock y gestión de compras en el proceso de gestión logística.

2.2. Descripción del problema y sus delimitaciones

El proceso de compras de los 29 dueños de los salones de belleza de El Distrito El Porvenir realiza sus operaciones sin ningún estudio previo, carecen de toda planeación y uso de herramientas tecnológicas de calidad. Los problemas de planificación bajo demanda dependiente en las microempresas de servicio, se presentan principalmente el saber construir la capacidad suficiente para satisfacer las necesidades de los clientes, que estos parámetros operacionales afectan la planificación: con el cumplimiento en las entregas por diversos imprevistos, con la sobredemanda, con que la empresa no esté preparada, con los problemas logísticos, con falta de recursos y falta de planificación entre otros imprevistos que se puedan dar. A través de un modelo de la planificación de los requerimientos de las materias (MRP) va facilitar que estos procesos mejoren.

III.Responsables

Dueños y administradores de los salones de belleza

IV.Objetivos específicos

EO1: Emplear una herramienta informática de gestión logística con desarrollo de política MRP para salones de belleza.

EO2: Difundir la eficiencia y eficacia de la herramienta informática.

EO3: Brindar asesoría sobre la herramienta informática.

V.Desarrollo del empleo de una herramienta informática que contiene la política MRP de gestión logística para salones de belleza en el proceso de compras

El modelo MRP pretende sincronizar de manera eficiente, los recursos para satisfacer las necesidades de los clientes que requieran la prestación de un servicio. El cual bajo la demanda dependiente pueda cubrir de manera óptima los requerimientos planeados de los materiales desde un origen hasta el final, con los menores imprevistos posibles.

Lo cual este modelo estará conformado por:

Cabe señalar que este modelo ya está desarrollado en un software para gestión logística de salones de belleza llamado “EsteticaSolverMedia”y que sólo se tomara en cuenta el manejo de stock.

Objetivo 1: Emplear una herramienta informática de gestión logística con desarrollo de política MRP para salones de belleza.

5.1 Proceso de compras

Proceso por el cual se adquieren bienes, insumos, activos para la fabricación de servicios con el objetivo de lograr maximizar los recursos, aumentar la eficiencia de los procesos, mantener la rentabilidad del negocio entre otros muchos más. La principal responsabilidad de la de compras es proporcionar a su empresa bienes y servicios de proveedores, procesamientos de solicitudes de pedido, solicitudes de cotización y ordenes de compras.

Por lo cual dentro del modelo tiene como función generar órdenes de compra, control de los materiales, lleva el control de las entradas que sirve de puente para el control total del almacén de materiales

El formulario del software se abre desde el menú principal tiene 6 pestañas que ayudan a la gestión logística en este modelo tendremos en cuenta mantenimiento y stock dándole click al botón que tienen esos nombres como muestra la figura 1 abriendo el formulario.

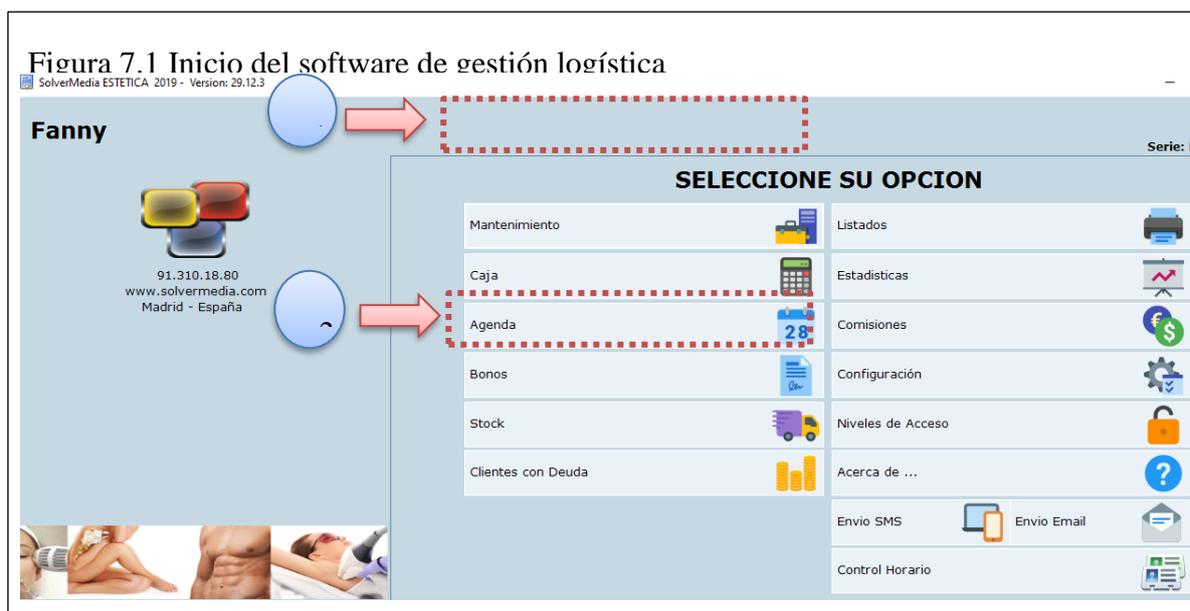


Figura 7.1. Inicio del software de gestión logística para el proceso de compras de un salón de belleza diseñado por solvermedia versión 2019 idioma español.

Al dar click en mantenimiento nos arroja el inicio de otra pestaña paralela donde se considera 8 pestañas, la propuesta sólo abarcara el proceso de compras llenaremos los tres proveedores ya considerados en la (figura 3.2)

Figura 7.2 Inicio del software de gestión logística



Figura 7.2. Inicio del software de gestión logística en categoría mantenimiento para el proceso de compras de un salón de belleza diseñado por solvermedia versión 2019 idioma español.

En la figura se representan más procesos dentro del proceso de gestión logística dentro de un salón de belleza. (Figura 7.2) Para aumentar de proveedor se deben llenar las siguientes casillas

Figura 7.3 Pestaña de proveedores del software de gestión logística de salones de belleza

Codigo	Nombre
1	Proveedor de materiales

Figura 7.3. Inicio del software de gestión logística en pestaña proveedores diseñado por solvermedia versión 2019 idioma español.

El objetivo de compras es la gestión de suministrar los diferentes materiales o repuestos de los diferentes proveedores, que se requieren en los mantenimientos, manteniendo abastecido. Por tal razón el MRP nos ayuda a determina el listado de proveedores. (Figura 3.3)



En esta pestaña se determinará la cantidad de materiales por pedido y los que no estuvieron previstos por el aumento de demanda de un salón de belleza. (Figura 7.4)

Objetivo 2: Difundir la eficiencia y eficacia de la herramienta informática.

5.2 Desarrollar un plan anual de gestión logística derivado a la Municipalidad Distrital de El Porvenir en donde se invite a describir el diferente uso de software de gestión logística para posteriormente implementarlo.

5.2.1 Implementar y fortalecer la gestión logística cualquier salón de belleza.

Objetivo 3: Brindar asesoría sobre la herramienta informática...

5.3 Desarrollar reuniones con los empresarios(dueños) de los salones de belleza

5.3.1 La Municipalidad Distrital de El Porvenir debe organizar un evento donde participen todos los empresarios (dueños) de salones de belleza de todo el distrito en especial los que cuentan aún con informalidad.

5.3.2 Realizar reuniones particulares con cada dueño y especificar de qué trata esta herramienta inteligente.

VI. Tiempo de actividades

N° de sesiones: 10

Horario: 3 a 4 horas a la semana

Tiempo: 1 vez por semana

VII. Plan económico-financiero

Tabla 1

Presupuesto del modelo MRP herramienta informática para salones de belleza, periodo abril – junio 2020

Clasificador de gastos	Descripción	Cantidad	Costo unitario (S/.)	Costo total (S/.)
2.3.15	Materiales y útiles			
2.3.15.11.1	Repuestos y accesorios			
	Calculadora CASIO FX 570 MS	01 unidad	50.00	50.00
2.3.15.11.2	Papelería en general, útiles y materiales de oficina			
	Papel bond A4	2 millares	15.00	30.00
	Corrector	2 unidades	3.00	6.00
	Resaltador	5 unidad	2.00	10.00
	Lapicero	1 caja	10.00	10.00
	Lápiz	6 unidades	1.00	6.00
	Borrador	3 unidades	0.50	1.50

	Engrapador	1 unidad	25.00	25.00
	Perforador	1 unidad	26.00	26.00
	Grapas	1 caja	3.00	3.00
	Clips	1 caja	2.50	2.50
2.3.21.21	Pasajes y viajes de transporte	100 viajes	0.80	80.00
2.3.22.2	Servicio de telefonía e internet	3 meses	30.00	90.00
2.3.22.44	Servicio de impresiones y encuadernación.			
	Impresiones	300 hojas	0.10	30.00
	Anillados	6 unidades	3.00	18.00
	Total			388.00

Nota: Adaptado del Ministerio de Economía y Finanzas una elaboración propia.

Financiamiento

Cronograma de ejecución

Tabla 02

Cronograma de actividades para el desarrollo del modelo de gestión logística a la Municipalidad Distrital de El Porvenir

Tiempo		Meses			
N°	Actividades	Abr	May	Jun	Jul
1	Presentación del modelo de gestión logística a la Municipalidad Distrital de El Porvenir	■			
2	Elaboración del proyecto para los empresarios	■			
3	Organización de los recursos.		■		
4	Implementación del proyecto		■		
5	Ejecución de la experiencia.		■		
6	Presenta el Proyecto de investigación para los empresarios			■	
7	Presenta el proyecto de investigación con observaciones levantadas por la Municipalidad Distrital de El Porvenir			■	
8	Citas personales con los empresarios				■
9	Ejecución de la herramienta inteligente				■

Nota: Elaboración propia

REFERENCIAS

Acevedo Urquiaga, A. J., Sablón Cossío, N., Acevedo Suárez, J. A., Gómez, M. I., & López Joy, T. (2019). Formación logística en Cuba: desafíos y perspectivas. *Universidad Y Sociedad*, 11(1), 172-182. Recuperado de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1105>

Andersson, D. (1995). *Logistics Alliances and Structural Change* (Licentiate dissertation). Linköpings universitet, Linköping. Recuperado de <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:liu:diva-34682>

Alonso Bobes, Alejandro R., & Felipe Valdés, Pilar M.. (2014). Servicio logístico al cliente en empresas de servicios: procedimiento para su diseño. *Economía y Desarrollo*, 152(2), 184-192. Recuperado en 23 de junio de 2019, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842014000200012&lng=es&tlng=es.

Alzate, M. C., & Urrego, M. G. (2015). Implementación de un sistema MRP para la empresa Bioplast. Recuperado de: <http://repository.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/1149/Documento%20-%20Poyecto%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Baena Paz, G. (2014). *Metodología de la investigación: serie integral por competencias*. Mexico: Grupo Editorial Patria.

Ballou, R. H. (2004). *Logística, Administración de la cadena de suministro*. Mexico: Pearson Educación .

Barnes Reports (2014). Home Health Care Services Industry. Market Report NAICS 62161. Health Care (p. 214). USA.

Bennett, A. R. (2014). Home Health Care Logistics Planning. Doctoral Dissertation. Georgia Institute of Technology.

Bennett Milburn, A. (2014). Operations Research Applications in Home Healthcare. In R. Hall (Ed.), *Handbook of Healthcare System Scheduling* (pp. 281–302). Boston, MA: Springer.

Bennett Milburn, A. (2014). Undercovering Hidden Costs in Home Health Supply Chains. En: INFORMS Healthcare. Chicago, IL: Institute for Operational Research and Management Sciences.

Benzarti, E., Sahin, E. y Dallery, Y. (2014). Operations management applied to home care services: Analysis of the districting problem. *Decision Support Systems*, 55(2), 587–598.

Cabrera Linares, J. H., & Vásquez Martos, M. E. (2018). *Elación de la gestión logística con el proceso de compras en la empresa prestadora de servicios de saneamiento de Cajamarca S.A. en el año 2015*.

Campos, L. O. (2017). *Administración de las operaciones productivas*. Lima, Perú. Recuperado de <https://docplayer.es/4183626-Capitulo-2-clasificacion-de-las-empresas-segun-sus-operaciones-productivas.html>

Cano Olivos, P., Orue Carrasco, F., Martínez Flores, J. L., Mayett Moreno, Y., & López Nava, G. (2015). *Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México*. *Estudios gerenciales*, 60, 181-203. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215721510>

Cháves Jacobo, K. C. (2017). *La gestión logística como enfoque estratégico y su impacto en la rentabilidad de la empresa Factoría y Servicios Generales Juan Carlos EIRL., en el año 2017*. Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11907/chavezjacobokatherine.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

De La Torre Robles, M. P. (2017). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11626/De%20la%20Torre%20Robles%20Marjorie%20Patricia%20-%20parcial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Destino Negocio. (2015). Recuperado de El mercado de la belleza: conoce las tendencias en los países de América Latina: <https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/el-mercado-de-la-belleza-conoce-las-tendencias-en-los-paises-de-america-latina/>

Druker, P. F. (1999). *Management Challenges for the 21th Century*. Estados Unidos: Harper Collins.

Díaz, H. B., R. G. García y N. Porcell (2008). Las Pymes: costos en la cadena de abastecimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, mayo-agosto 63: 5-22.

Fattorini, V. O. (13 de 02 de 2014). El 43% de los 15 mil centros de belleza en Lima es informal. *La Gestión*, págs. 10-11.

Florián Paredes, J. D. (2017). Estudio de prefactibilidad para la instalación de un spa, Trujillo.

Granada, J. I. (2014). *Gestión Logística Integral*. Editorial Ecoe.

Gutiérrez, E., Galvis, O., López, D., Mock-Kow, J., Zapata, I., & Vidal, J. (2014). Gestión logística en la prestación de servicios de hospitalización domiciliaria en el Valle del Cauca. *Estudios gerenciales* , 30, 441-450. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001533>

Gutiérrez, Elena Valentina & Gutiérrez, V & Vidal, Carlos. (2013). Home health care logistics management: Framework and research perspectives. *International Journal of Industrial Engineering and Management*. 4. 173-182.

Hernandez Sampieri, R., Fernández Callado, C., & Badtista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill.

Kalenatic, D., Mancera-Méndez, L., Moreno-Valbuena, K., & González-Rodríguez, L. (2014). Metodología de planeación logística basada en gestión de proyectos y dinámica de sistemas en empresas prestadoras de servicios. *Revista Facultad de Ingeniería Universidad de Antioquia*, 0(58), 208-218. Recuperado de <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/ingenieria/article/view/14616/12779>

Lliuya Campomanes, N. M. (2018). *Influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente en las empresas comercializadoras de productos plásticos Lima, 2018*. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/25194>

Management, S. C. (08 de 02 de 2016). *Revista de Logistica*. Recuperado el 22 de 05 de 2019, de <https://revistadelogistica.com>

Mendoza, G. Y. (2016). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/5208/Rafael_MGY.pdf?seq=

Muñoz, K. S. (2016). *Relación entre Gestión Logística y Calidad de Servicio de la Unidad de Logística del Hospital la Caleta Chimbote 2016*. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/10214/reyes_mk.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Nieto Vera, M. Á. (2018). Clasificación de las empresas según sus operaciones administración de la producción.

Quintero, P. C., & Gina Alejandra Díaz Guevara. (2017). *Influencers, una estrategia de comunicación como posicionamiento de marca*. Bogotá. Recuperado de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/10152/D%C3%ADaz2017.pdf?sequence=1>

Rabello, R. T., & Cháves, J. (2019). ¿Cuándo es el momento apropiado para introducir cambios en una organización? *Negocios Globales*, 15-17.

Ramírez Garzón, M. (2019). Componentes organizacionales que explican la rentabilidad en las pymes colombianas. *Estudio De Ciencias Sociales Y Administrativas De La Universidad De Celaya*, 9 (1). Recuperado de <http://ecsauc.udc.edu.mx/index.php/ECSAUC/article/view/11>

Rodriguez Corales, J. L. (2017). *La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de la empresa Turismo Negreiros S.A. de la ciudad de Huamachuco - 2016*.

Sánchez, M. A. (2015). *Dialnet*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=102382>

Su Bustamante, D., & Vásquez Ramos, C. (2016). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10130/Su%20Bustamante%2c%20Diego%20-%20V%C3%A1squez%20Ramos%2c%20Cristhians.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Torre, J. O. (1999). *Conceptos generales de productividad, sistemas, normalización y competitividad*. México: Universidad Iboamericana.

Troya, S. J. (2018). *Factores críticos de éxito y sus efectos en la gestión logística*. Recuperado de Repositorio ucv: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/27880/Castillo_TSJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Varadinov, M. J. (2016). *Dialnet*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=52318>

Yarleque Cruz, B. S. (2017). *Diagnóstico de los procesos en la cadena de suministros interna de una empresa procesadora de espárragos - 2018*.

ANEXOS

Anexo N° 01: Matriz de consistencia

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Gestión logística	Según Ballou (2009): Conjunto de procedimientos desde punto de origen hasta el punto de consumo que planea, controla, almacena y satisface los requerimientos pues cuenta información relacionada de la cadena de suministros interna con el fin de ser más rentable y dar al consumidor el nivel de servicio adecuado a un coste razonable (p. 85)	Se obtendrá datos de los procesos operativos de los salones de belleza mediante guía de observación, entrevista, y análisis de datos para determinar la actual gestión logística.	Proceso de compras	Elección de proveedores.	b.1, b.2, b.3
				Cotización.	b.4, b.5, b.6
				Registro de compras.	b.7, b.8, b.9
				Productos en stock.	b.10, b.11, b.12
			Proceso de producción	Efectividad.	b.13, b.14, b.15
				Eficiencia.	b.16, b.17, b.18
				Calidad.	b.19, b.20, b.21
				Tiempos de producción.	b.22, b.23, b.24, b.25, b.26
			Proceso de distribución	Documentación de entrega.	b.27, b.28
				Tiempos de entrega.	b.29, b.30
				Registro de reclamos.	b.31, b.32
				Servicio de atención al cliente.	b.33, b.34, b.35, b.36

Anexo N° 02: Instrumentos de recopilación de datos

A. Guía de observación

Observado:

Fecha:

Motivo: Levantar información para diseñar diagramas de procesos.

N°		Procesos observados	Sí	No	Observaciones	Herramientas utilizadas
1	Proceso de compras	El estilista percibe necesidad de compra de varios materiales para los servicios que se ofrecen.				
2		Existe un formato de requerimiento.				
3		Se evalúa a los proveedores de acuerdo a los factores de compra.(Precio, calidad y cantidad)				
4		El encargado es el responsable de traer la mercancía y verifica la mercancía.				
5		Sí hay anomalías se cambia.				
6		Se almacena y se lleva un control de suministros.				
7		El encargado despacha materiales a los estilistas para cada servicio.				
	Procesos de Producción	Procesos observados	Sí	No	Observaciones	Herramientas utilizadas
8		El cliente llega para recibir el servicio.				

9	El dueño o administrador recibe al cliente con amabilidad.				
10	El dueño o administrador ofrece los servicios que se ofrecen en los establecimientos.				
11	Se identifica la disponibilidad del estilista de acuerdo a los horarios del personal establecidos.				
12	Se cuenta con toda la maquinaria para realizar el servicio.				
13	Las máquinas son desinfectadas para cada servicio.				
14	El estilista realiza una asesoría al cliente (Se determina los detalles concretos y prueba de sensibilidad)				
15	Realización del servicio requerido (materiales y procedimiento)				
16	Se notifica y muestra al cliente que el servicio está listo.				
17	Se realiza la boleta de ventas.				
18	El cliente paga por el servicio. (Factura o boleta de venta)				
19	El entrega al cliente un afiche o tarjeta del establecimiento.				
20	El cliente se retira del establecimiento.				
21	Los estilistas son incentivados mediante comisiones por ventas.				
22	El cliente regresa a través de citas (teléf. Redes sociales)				

		Procesos observados	Sí	No	Observaciones	Herramientas utilizadas
23	Procesos de distribución	El salón de belleza cuenta con layout.				
24		Se dispone de una caja para realizar las transacciones y entrega de boletas de venta o facturas.				
25		Existe algún medio de seguridad para el establecimiento.				
26		Los clientes fueron atendidos con amabilidad y se han sentido seguro durante los servicios.				
27		Los estilistas atienden con materiales de calidad, posee conocimientos adecuados y es claro en brindar información.				
28		El personal se preocupa por las necesidades, soluciona quejas y va mejorando en el servicio para su cliente.				
29		Considera que el tiempo que se demora el estilista es el adecuado.				

B. Cuestionario

Fecha: /09/2019

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:

Tengo el agrado de dirigirme al representante de este establecimiento con el respeto que se merece y solicitar con total humildad que rellene esta encuesta que tiene por objetivo principal determinar la gestión logística de los distintos salones de belleza de El distrito de El Porvenir. Cabe recalcar que la presente encuesta ha sido elaborada por una alumna de la Universidad Privada Cesar Vallejo y se pide total honestidad al responder.

Agradezco anticipadamente su colaboración, garantizo la confidencialidad de los datos proporcionados y al finalizar el estudio se le entregará los resultados.

N° RUC: SI NO

EDAD: SEXO: F M DO

Encuestado(a):

Instrucciones: El cuestionario tiene cuatro dimensiones emplee un bolígrafo de tinta negra o azul. Marque la opción de su consideración con un aspa(x). Se considerará los siguientes valores de respuesta Siempre (5) - Casi siempre (4) - Algunas veces (3) - Pocas veces (2) - Nunca (1). Sus respuestas serán anónimas y totalmente confidenciales.

N°	Dimensión	Indicadores	Valores de escala				
			Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Pocas Veces	Nunca
			5	4	3	2	1
	Proceso de compras	Elección de proveedores					
1		Contacta al proveedor por vía web, telefónica y de forma presencial.					

2		¿Cuándo existe una necesidad de compra identifica al proveedor según su listado maestro de proveedores?					
3		Generalmente su presupuesto de compras es el suficiente.					
		Cotización					
4		¿Eres flexible para cambiar de proveedor?					
5		¿Al realizar sus compras tiene en consideración la calidad en vez de la cantidad?					
6		¿Maneja sus propias reglas de compra?					
		Registro de compras					
7		¿La magnitud de tu orden de compra sobrepasa las 1000 unidades al mes?					
8		Realiza usted algún adelanto de dinero para que el proveedor pueda despachar su orden de compra					
9		¿Controla que los insumos y materiales sean idóneos?					
10		¿Usualmente reclama cuándo hay fallas en sus compras?					
		Productos en stock					
11		Lleva una relación detallada y actualizada de los elementos que componen su salón de belleza?					
12		¿Realiza anotaciones contables y archiva documentos de su compra?					
	Proceso de producción	Efectividad					
13		¿El aumento de competencia y la llegada del niño disminuyeron sus ventas?					

14	¿Ha mejorado un área o servicio en estos últimos tres meses?					
15	¿En estos pasados cinco meses el número de clientes está creciendo en vez de estar estancado?					
	Eficiencia					
16	¿Tiene más de cuatro horas libres al día sin brindar servicios?					
17	¿Existe una forma de contrarrestar la intensa espera por un servicio de belleza?					
18	¿Al día utiliza todos los equipos de su establecimiento?					
	Calidad					
19	¿Tiene medidas de bioseguridad para cada servicio?					
20	¿Prefiere marcas profesionales a marcas chinas?					
21	¿En todos los servicios que ofrece usted realiza la limpieza y desinfección de las herramientas que utiliza?					
	Tiempos de producción					
22	¿Planea su horario de trabajo una semana, quincena o mes antes?					
23	¿Tiene más de 12 servicios en su establecimiento?					
24	¿Su establecimiento está abierto más de 10 horas al día?					
25	¿Tiene más de 5 estilistas a su cargo?					
26	¿Existen servicios más solicitados o de mayor demanda?					
	Documentación de entrega.					
27	¿Hay una documentación de entrega por los servicios ofrecidos?					

28	Proceso de distribución	¿Cuenta con un software que contabiliza su documentación de entrega y posteriormente le facilita para la separación de citas?					
		Tiempos de entrega.					
29		¿Mantiene reglas de prioridad a la llegada de sus clientes?					
30		¿Entrega los servicios ofrecidos en el momento oportuno?					
31		¿Existe más tiempo de demora si su local está totalmente lleno?					
		Registro de reclamos.					
32		¿Existe un registro (cuaderno) de reclamos?					
33		¿Cuenta con un mecanismo de compensación (devolución) para sus clientes?					
		Servicio de atención al cliente.					
34		¿Realiza estrategias de mimos y halagos a sus clientes para facilitar su venta?					
35	¿Ofrece una política de entretenimiento?						

C. Guía de observación

Fecha:
/09/2019

Entrevistador:

Entrevistado(a):

Motivo: Levantar información para diseñar diagramas de procesos.

N	Contexto	Ítem	Respuestas
1	Elección de proveedores.	Sus compras son vía web, de forma presencial o por llamada telefónica?	
2	Cotización	¿Cuáles son sus propias reglas de compra?	
3	Registro de compras.	¿De qué manera controla que los insumos y materiales sean idóneos?	
4		¿Cuáles son los documentos que acreditan sus compras?	
5	Productos en stock	¿Dónde realiza sus anotaciones contables y archiva documentos de su compra?	
6	Efectividad	¿Cuál es la última área o servicio que ha mejorado?	
7	Eficiencia	¿De qué forma lo contrarresta la intensa espera por un servicio de belleza?	
8	Calidad.	¿Realiza la limpieza y desinfección de las herramientas que utiliza? ¿Cuál es su procedimiento?	
9	Producción	¿Cuentos estilistas trabajan? ¿Son especializados?	
10		Detalle cuáles son los servicios más solicitados. ¿Cuánto tiempo y dinero promedio es por cada servicio?	
11		¿Qué máquinas son imprescindibles en su salón de belleza?	
12	Documentación de entrega.	¿Hay una documentación de entrega por los servicios ofrecidos? ¿Cuáles son?	
13	Servicio al cliente	¿Qué políticas de entretenimiento?	

Anexo N° 03: Constancia de validación

A. Guía de observación

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Erica Yohanna Rodríguez Leyva, titular
del DNI. N° 41283560, de profesión
Ing Industrial, ejerciendo
actualmente como Docente, en la
Institución Universidad Cesar Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (Guía de observación), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los Ítems			/	
Claridad y precisión			//	
Pertinencia			//	

En Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Lore A. Guerra Ramirez, titular
del DNI. N° 80396738, de profesión
Licenciado, ejerciendo
actualmente como Docente, en la
Institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (Guía de observación), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Higinio Wong Aiken, titular
del DNI N° 18160533 de profesión
Lic Administración y Lic Estadística ejerciendo
actualmente como Docente, en la
Institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (Guía de observación), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Wilmur Francisco Vigo López, titular del DNI. N° 1803230, de profesión Licenciado en Administración, ejerciendo actualmente como Docente Uni, en la Institución U.C.V

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (Guía de observación), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Alfredo Omar Alva Rodríguez, titular del DNI N° 18226151, de profesión Administrador, ejerciendo actualmente como Docente permanente, en la Institución UCU - Trujillo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (Guía de observación), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019.



Firma

B. Cuestionario

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Wilmar Francisco Viza López, titular del DNI N° 18032320, de profesión ADMINISTRADOR, ejerciendo actualmente como Docente Universitaria, en la Institución Universidad César Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los Ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Higinio Wong Aiken, titular
del DNI N° 18160533, de profesión
Lic Adm y Lic Estadístico, ejerciendo
actualmente como Docente, en la
Institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			/	
Amplitud de contenido				/
Redacción de los ítems			/	
Claridad y precisión				/
Pertinencia				/

En Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Jose A. Cuevas Ramirez, titular
del DNI. N° 80396932, de profesión
Psicólogo, ejerciendo
actualmente como Docente, en la
Institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 10 días del mes de octubre del 2013



Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Erica Johanna Rodríguez López, titular del DNI N° 41283560, de profesión Ing. Industrial., ejerciendo actualmente como Docente, en la Institución Universidad César Vallejo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			×	
Amplitud de contenido			×	
Redacción de los Ítems			×	
Claridad y precisión			×	
Pertinencia			×	

En Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019



Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Alfredo Omar Alva Rodriguez, titular del DNI N° 18226151, de profesión Administrador, ejerciendo actualmente como Docente, en la Institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019



Firma

C. Guía de entrevista

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

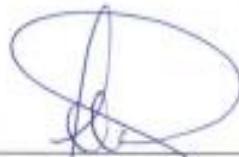
Yo, Wilmar Francisco Vipo López, titular del DNI. N°
18032320, de profesión
ADMINISTRADOR, ejerciendo actualmente como
Docente Universitario, en la Institución
U. C. V.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (entrevista), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los Ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 10 días del mes de octubre del 2019


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, José A. Cuervo Ramírez, titular del DNI. N° 80396738, de Psicólogo profesión Psicólogo ejerciendo actualmente como Docente en la Institución UPEL

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (entrevista), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Ericka Yohanna Rodríguez Leyva, titular del DNI. N° 41283560, de profesión Ing Industrial, ejerciendo actualmente como Docente, en la Institución Universidad Cesar Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (Guía de entrevista), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019



Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Alfredo Omar Alva Rodríguez, titular del DNI. N° 18 22 61 51, de profesión Administrador, ejerciendo actualmente como Docente, en la Institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (Guía de entrevista), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019



Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Higinio Wong Aiken, titular del DNI. N° 18160533, de profesión Lic. Administración y Lic. Estadística ejerciendo actualmente como Docente, en la Institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (Guía de entrevista), a los efectos de su aplicación en los salones de belleza de El Porvenir.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los Ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019


Firma

Anexo N° 04: Confiabilidad

Alfa de crombach de guía de observación

Para la confiabilidad del instrumento se realizó en Excel, vaciando los datos para la realización del Alfa de Cronbach de la variable de gestión logística utilizando la fórmula para el resultado siguiente:

N° Guías de observación	Preguntas																												Suma		
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28		P29	
1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	39
2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	52
3	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	44	
4	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	41	
5	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	41	
PROMEDIO Columna	1.60	1.60	1.40	1.60	2.00	1.20	1.20	1.20	1.40	1.20	1.60	1.60	1.40	1.20	2.00	1.40	1.60	1.40	1.60	1.60	1.40	1.40	1.20	1.40	1.20	1.40	1.80	1.80	2.00	1.40	
DESV. E columna	0.55	0.55	0.55	0.55	0.00	0.45	0.45	0.45	0.55	0.45	0.55	0.55	0.55	0.45	0.00	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.45	0.55	0.45	0.45	0.45	0.00	0.55		
VARIANZA por Items	0.24	0.24	0.24	0.24	0.00	0.16	0.16	0.16	0.24	0.16	0.24	0.24	0.24	0.16	0.00	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.16	0.24	0.16	0.16	0.16	0.00	0.24		

α (Alfa) = 0.764
 N (número de Ítems) = 29
 V_i (Varianza de cada Ítem) = 5.5
 V_t (Varianza Total) = 21.0

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_k} \right)$$

Interpretación

Se pudo observar que se preguntó a cinco salones de belleza escogidos al azar del distrito

La Esperanza, del cual se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.764 indicando que es una guía de observación confiable.

Alfa de combrach de cuestionario

N°	Preguntas																												Su ma								
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19	P 20	P 21	P 22	P 23	P 24	P 25	P 26	P 27	P 28		P 29	P 30	P 31	P 32	P 33	P 34	P 35	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	43	
2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	51
3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	43
4	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	47
5	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	46	
6	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	45	
7	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	50
8	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	44
9	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	50
10	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	59
11	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	48
12	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	53
13	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	45
14	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	50
15	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	48
16	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	48
17	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	50
18	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	51
19	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	51
20	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	46
PRO MEDI O Colu mna	1. 5	1. 4	1. 4	1. 2	1. 1	1. 1	1. 2	1. 3	1	1. 4	1. 1	1. 0	1. 3	1. 1	1. 6	1. 9	1. 7	1. 7	1. 8	1. 9	1. 7	1. 5	1. 8	1. 3	1. 2	1. 1	1. 1	1. 1	1. 1	1. 3	1. 0	1. 1	1. 2	1. 3	1. 1	47	
DES V. E column na	0. 5 1	0. 5 9	0. 4 7	0. 3 1	0. 3 1	0. 3 1	0. 4 1	0. 4 7	0	0. 5	0. 3 1	0. 2 2	0. 4 9	0. 3 9	0. 4 3	0. 2 5	0. 4 4	0. 4 7	0. 3 2	0. 4 2	0. 4 4	0. 5 1	0. 4 9	0. 4 1	0. 4 7	0. 3 7	0. 3 7	0. 3 7	0. 4 1	0. 3 7	0. 2 7	0. 3 7	0. 4 1	0. 4 7	0. 3 7	0. 4 7	13
VARI ANZ A por Ítems	0. 2 5	0. 2 4	0. 2 3	0. 1 3	0. 0 9	0. 0 9	0. 1 6	0. 2 1	0	0. 2 4	0. 0 9	0. 0 5	0. 2 3	0. 0 9	0. 2 3	0. 0 5	0. 1 9	0. 1 9	0. 0 3	0. 0 5	0. 0 9	0. 0 5	0. 0 6	0. 0 3	0. 0 6	0. 0 3	0. 0 3	0. 0 9	0. 2 1	0. 0 5	0. 1 3	0. 1 6	0. 1 3	0. 2 6	0. 1 3	5. 3	

α (Alfa) =	0.7
N (número de Items) =	29
V_i (Varianza de cada Ítem) =	5.3
V_t (Varianza Total) =	14

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_k} \right)$$

Interpretación

Se puede observar que, de los 20 salones de belleza escogidos al azar, de los cuales se llegó a obtener un Alfa de combrach de 0.7 indicando que es un cuestionario con confiabilidad para la variable de gestión logística.

Alfa de combrach de guía de entrevista

N° Guías de Entrevistas	Preguntas													Su ma
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	
1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	17
2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	20
3	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	21
4	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	15
5	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	15
6	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	14
7	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	14
8	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	14
9	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	20
10	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	21
11	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	15
12	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	15
13	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	16
14	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
15	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	20
16	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	21
17	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	15
18	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	16
19	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	16
20	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
PROMEDIO Columna	1.3	1.4	1.5	1.3	1.7	1.0	1.0	1.2	1.3	1.1	1.3	1.1	1.2	
DESV. E columna	0.4	0.5	0.5	0.4	0.4	0.2	0.2	0.4	0.4	0.3	0.4	0.3	0.4	
VARIANZA por Ítems	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.0	0.0	0.1	0.2	0.1	0.2	0.1	0.1	

α (Alfa) = $\frac{0.7}{1}$
 N (número de Items) = 24
 $\alpha = \frac{N}{N-1} \left(1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right)$
 Vi (Varianza de cada Ítem) = 2.2
 Vt (Varianza Total) = 6.8

Interpretación

Se puede observar que de los 20 salones de belleza tradicionales escogidos al azar del Distrito La Esperanza, se encuestaron a 15 dueños y a 5 encargados, llegando a obtener 20 sujetos, del cual se llegó a obtener un Alfa de Combrach de 0.71 indicando que es un cuestionario confiable.

Anexo N° 05: Fichas técnica

Nombre completo	: Guía de observación de la gestión logística
Autor	: Reyes Flores, Katia Milagritos
Procedencia	: Trujillo – Perú
Versión	: Idioma Español
Administración	: Colectiva e Individual
Duración	: 10 días
Aplicación	: 29 dueños o encargados de salones de belleza clásicos.
Puntuación	: Calificación computarizada.
Finalidad	: Análisis de gestión logística
Variable	: Gestión logística
Significación	: 3 Dimensiones y 12 indicadores; dentro de ellos se encuentra Proceso de compras n° de indicadores: (4), Proceso de producción n° de indicadores: (4) y Proceso de distribución n° de indicadores (4).
Usos	: En representantes de los salones de belleza y En la investigación
Materiales	: Guía de observación con 29 ítems, que contiene el Proceso de compras 7 ítems, Proceso de producción 15 ítems y Proceso de distribución con 7 ítems.

Ficha técnica

Nombre completo	: Cuestionario de la gestión logística
Autor	: Reyes Flores, Katia Milagritos
Procedencia	: Trujillo – Perú
Versión	: Idioma Español
Administración	: Colectiva e Individual
Duración	: 30 minutos
Aplicación	: 29 dueños o encargados de salones de belleza clásicos.
Puntuación	: Calificación computarizada.
Finalidad	: Análisis de gestión logística
Variable	: Gestión logística
Significación	: 3 Dimensiones y 12 indicadores; dentro de ellos se encuentra Proceso de compras n° de indicadores: (4), Proceso de producción n° de indicadores: (4) y Proceso de distribución n° de indicadores (4).
Usos	: En representantes de los salones de belleza y En la investigación
Materiales	: Guía de observación con 35 ítems, que contiene el Proceso de compras 12 ítems, Proceso de producción 14 ítems y Proceso de distribución con 9 ítems.

Ficha técnica

Nombre completo : Guía de entrevista de la gestión logística

Autor : Reyes Flores, Katia Milagritos

Procedencia : Trujillo – Perú

Versión : Idioma Español

Administración : Colectiva e Individual

Duración : 1 hora

Aplicación : 29 dueños o encargados de salones de belleza clásicos.

Puntuación : Calificación computarizada.

Finalidad : Análisis de gestión logística

Variable : Gestión logística

Significación : 3 Dimensiones y 10 indicadores; dentro de ellos se encuentra Proceso de compras n° de indicadores: (4), Proceso de producción n° de indicadores: (4) y Proceso de distribución n° de indicadores (2).

Usos : En representantes de los salones de belleza y En la investigación

Materiales : Guía de observación con 13 ítems, que contiene el Proceso de compras 05 ítems, Proceso de producción 06 ítems y Proceso de distribución con 2 ítems.

Anexo N° 07: Tablas

A. Guía de observación tablas

Tabla 01 Resultados guía de observación proceso de compras

N°	Proceso de compras						
	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7
1	29	0	17	23	21	1	23
2	0	29	12	6	8	28	6
Total	29	29	29	29	29	29	29
Prom	1	2	1	1	1	2	1
Categoría	SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI

Nota: Elaboración propia

Interpretación: La guía de observación arroja que se realiza 6 pasos en el proceso de compras y no 8 pasos.

Tabla 02 Resultados guía de observación proceso de producción

N°	Proceso de producción														
	Item 8	Item 9	Item1 0	Item1 1	Item1 2	Item1 3	Item1 4	Item1 5	Item1 6	Item1 7	Item1 8	Item1 9	Item2 0	Item2 1	Item2 2
1	29	8	27	28	24	10	26	27	28	4	27	8	26	22	6
2	0	21	2	1	5	19	3	2	1	25	2	21	3	7	23
Total	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
Prom	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2
Categorí a	SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI	NO	SI	SI	NO

Nota: Elaboración propia.

Tabla 03 Resultados guía de observación proceso de distribución

N°	Proceso de distribución						
	Item23	Item24	Item25	Item26	Item27	Item28	Item29
1	14	6	14	26	13	11	21
2	15	23	15	3	16	18	8
Total	29	29	29	29	29	29	29
Prom	2	2	2	1	2	2	1
Categoría	NO	NO	NO	SI	NO	NO	SI

Nota: Elaboración propia

Interpretación: La guía de observación arroja que se realiza 2 pasos en el proceso de compras y no 5 pasos.

B. Cuestionario tablas

En esta herramienta, los proveedores son tres insumos que corresponde a materiales, el de herramientas que corresponde al conjunto de instrumentos que utilizan los estilistas para su oficio y por último el proveedor de mobiliario que son los muebles se realiza mediante forma presencial. Según el diagnóstico de su gestión de compras podemos ver la siguiente tabla.

Tabla 04

Forma actual de la realización de compras

Niveles	Proceso de compras							
	Elección de proveedores		Cotización		Registro de compras		Productos en stock	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Alto	10	34%	20	69%	2	7%	9	31%
Medio	19	66%	9	31%	24	83%	20	69%
Bajo	0	0%	0	0%	3	10%	0	0%
Total	29	100%	29	100%	29	100%	29	100%

Nota: Elaboración según datos obtenidos del cuestionario.

Según el análisis del cuestionario, la elección de sus proveedores tiene un 66% medio de nivel de gestión, su cotización es alta con un 69% es decir, que ellos si tienen mayor cuidado al realizar sus compras, tienen una media en su registro de compras porque para ellos es correcto el registro en un cuaderno según la tabla 7 y para ellos si manejan productos en stock según su nivel medio de 69%.

Tabla 05

Diagnóstico del proceso de producción actual

Niveles	Proceso de producción							
	Efectividad		Eficiencia		Calidad		Tiempos de producción	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Alto	14	48%	8	28%	21	72%	3	10%
Medio	14	48%	19	66%	8	28%	23	79%
Bajo	1	3%	2	7%	0	0%	3	10%
Total	29	100%	29	100%	29	100%	29	100%

Nota: Elaboración según el instrumento del cuestionario

Según esta tabla podemos identificar que los 29 salones de belleza cuentan con un alta y media efectividad esto quiere decir que para cualquier problema ellos pueden contrarrestarlo, en eficiencia ellos tienen un medio con 66%, su calidad es alta con un 78% y sus tiempos de producción para ello es un medio con 79 luego lo contrarrestaremos con el tiempo de producción para un servicio normal en la tabla 10 y figura 3.9

Tabla 06

Diagnóstico del proceso de distribución actual

Proceso de distribución									
Niveles	Documentación de entrega		Tiempo de entrega		Registro de reclamos		Servicio de atención al cliente		
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	
Alto	22	81%	2	6%	14	51%	0	0%	
Medio	6	17%	2	6%	12	47%	28	97%	
Bajo	1	3%	25	89%	3	2%	1	3%	
Total	29	100%	29	100%	29	100%	29	100%	

Nota: Elaboración según el instrumento del cuestionario

Según esta tabla podemos identificar que los 29 salones de belleza cuentan con una alta documentación de entrega cosa que refuta los tiempos de entrega y tiene que mejorar su atención al cliente.

C. Entrevista tablas

Tabla 07 Forma actual de la realización de compras

Condición	Cuentas de ¿Cuántas de sus compras son vía web, de forma presencial o por llamada telefónica?	
	Q	%
Llamada	2	7%
Presencial	27	93%
Total general	29	100%

Nota: Elaboración según datos obtenidos del cuestionario.

Según el análisis de la guía de entrevista, en el proceso de compras con el 93% de los encuestados afirman realizar sus compras de forma presencial mientras que sólo el 7% únicamente por llamada telefónica.

Tabla 08 Forma actual según consideración en compras

Condición	Cuenta de ¿Cuáles son sus propias reglas de compra?	
	Q	%
Buen precio	7	24%
Calidad	9	31%
Cantidad	7	24%
Comprar por mayoreo.	6	21%
Total general	29	100%

Nota: Elaboración según datos obtenidos del cuestionario.

Las reglas de compras que toman en cuenta en su mayoría la cantidad con un 24% en consideración, le sigue el buen precio y la calidad con 31% y por último comprar por mayoreo que son sólo 6 locales de los 29 que tienen en consideración esa regla para sus proveedores.

Tabla 09

Forma actual de revisión de materiales en el proceso de compras

Condición	Cuenta de ¿De qué manera controla que los insumos y materiales sean idóneos?	
	Q	%
Los reviso antes de llevar la compra.	29	100%
Total general	29	100%

Todos los salones de belleza, spa y barberías consideran que antes de llevarse los materiales comprados se debe llevar revisado los materiales por posibles cambios en la cantidad ofrecida por el proveedor.

Tabla 10

Forma actual de documentos de compras

Condición	Cuenta de ¿Cuáles son los documentos que acreditan sus compras?	
	Q	%
Boletas de compras	24	83%
Facturas	5	17%
Total general	29	100%

Nota: Elaboración según datos obtenidos del cuestionario.

Como se demuestra en la tabla, sólo el 17% de salones de belleza consideran comprar a través de facturas mientras que el resto aún paga al contado, es decir reciben boletas de ventas que posteriormente serán guardadas en sus cuadernos de venta.

Tabla 11

Forma actual de anotaciones contables y archivamiento de registro de compras

Condición	Cuenta de ¿Dónde realiza sus anotaciones contables y archiva documentos de su compra?	
	Q	%
Computador	2	7%
Cuaderno	27	93%
Total general	29	100%

Nota: Elaboración según datos obtenidos del cuestionario.

La gran mayoría prefiere realizar su registro de compras y anotaciones contables en un cuaderno común con el 93% mientras que sólo dos establecimientos manejan una política más innovadora con el uso de una máquina de computador con el 7% de nuestro total.

En esta herramienta se describe los procesos que se continúan para el servicio general que es el de brindar belleza, se complementa porque se nombra los procesos generalizados para los más de 10 servicios que se ofrecen dentro de un salón de belleza. Según el diagnóstico de su gestión de producción actual podremos comparar ver la siguiente tabla.

Tabla 12

Eficiencia, mejora de procesos

Condición	Cuenta de ¿Cuál es la última área o servicio que ha mejorado?	
	Q	%
Corte	7	24%
Spa	13	45%
Uñas	9	31%
Total general	29	100%

Nota: Elaboración según el instrumento de la entrevista

En la tabla podemos identificar que los procesos que los 29 establecimientos más han mejorado son el spa luego le sigue manicure (uñas) y por último el corte con 24% del total.

Tabla 13

Eficiencia, entretenimiento de espera

Condición	Cuenta de ¿De qué forma lo contrarresta la intensa espera por un servicio de belleza?	
	Q	%
Música	2	7%
Televisión	19	66%
Televisión, música y revistas	8	28%
Total general	29	100%

Nota: Elaboración según el instrumento de la entrevista

En la tabla podemos identificar que todos los establecimientos cuentan con entretenimiento desde la televisión, música y revistas.

Tabla 14

Eficiencia, mejora de procesos

Condición	Cuenta de ¿Realiza la limpieza y desinfección de las herramientas que utiliza? ¿Cuál es su procedimiento?	
	Q	%
Alcohol	11	38%
Legía	9	31%
Producto de desinfección	9	31%
Total general	29	100%

Nota: Elaboración según el instrumento de la entrevista

En la tabla podemos identificar que los procesos desinfección no utilizan ninguna máquina desinfectante, ellos cuentan con productos de aseo.

Tabla 15

Eficiencia, mejora de procesos

Condición	Cuenta de ¿Cuentos estilistas trabajan? ¿Son especializados?	
	Q	%
1	17	59%
2	5	17%
3	4	14%
4	3	10%
Total general	29	100%

Nota: Elaboración según el instrumento de la entrevista

En la tabla podemos identificar que cuenta en su mayoría con un estilista con 59% que llega a ser el dueño del local y de entre 2 a 4 a 31% por lo que sólo algunos establecimientos cuentan con estilistas realmente especializados como mano de obra.

Tabla 16

Eficiencia, mejora de procesos

Condición	Cuenta de Detalle cuáles son los servicios más solicitados. ¿Cuánto tiempo y dinero promedio es por cada servicio?	
	Q	%
Corte	5	17%
Depilación de cejas	2	7%
Manicure	7	24%
Peinados	3	10%
Pestañas postizas	2	7%
Planchado de cejas	3	10%
Tinturación	7	24%
Total general	29	100%

Nota: Elaboración según el instrumento de la entrevista

En la tabla podemos identificar los servicios esenciales de los 12 en promedio que se ofrece en un salón de belleza del distrito el porvenir ganando la tinturación, manicure y corte

Anexo N° 08: Figuras complementarias a la investigación

Figura N°01: Clasificación de la empresa según su proceso productivo



Figura N°02: Clasificación de la empresa según su proceso productivo como servicio



Figura N° 03: Calificación para estudio de tiempos

Escala 0 - 100	Descripción del desempeño
0	Actividad nula
50	Muy lento, movimientos torpes, inseguros; el operario parece medio dormido y sin interés de trabajo
75	Constante, resuelto, sin prisa, como de operario no pagado a destajo, pero bien dirigido y vigilado; parece lento, pero no pierde tiempo adrede mientras lo observan
100	Activo, capaz, como de operario calificado medio, pagado a destajo; logra con tranquilidad el nivel de calidad y precisión fijado
125	Muy rápido; el operario actúa con gran seguridad, destreza y coordinación de movimientos, muy por encima del operario calificado medio
150	Excepcionalmente rápido; concentración y esfuerzo intenso, sin probabilidad de durar por varios periodos; actuación de "virtuoso" sólo alcanzada por algunos trabajadores sobresalientes

Figura N°04 Suplementos para estudio de tiempos

N°	Descripción del Suplemento	Suplementos
1	Suplemento por descanso	
	Suplementos por fatiga básica	4%
	Suplementos por necesidades personales	5%
2	Suplemento por contingencias	
	Suplementos por eventualidades (inevitables)	3%
3	Suplemento por política de la empresa	
	Suplemento excepcional, a nivel de desempeño	0%
4	Suplementos especiales	
	Actividades que no forman parte del ciclo de trabajo	0%
	Total % de suplementos	12%

Figura N°05: Nivel del proceso de compras de los salones de belleza El Porvenir 2019

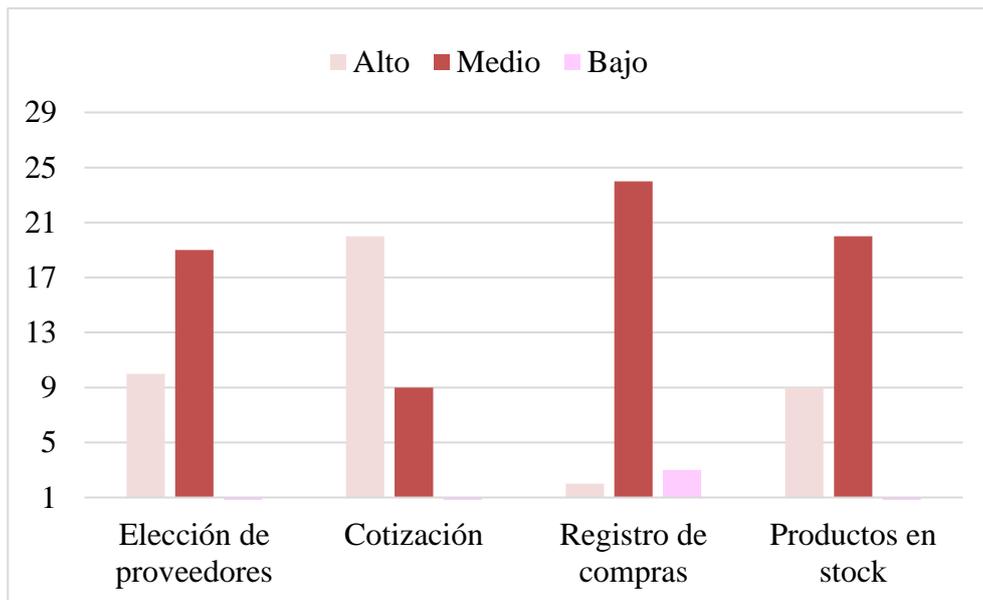


Figura N°6: Nivel del proceso de producción de los salones de belleza El Porvenir 2019

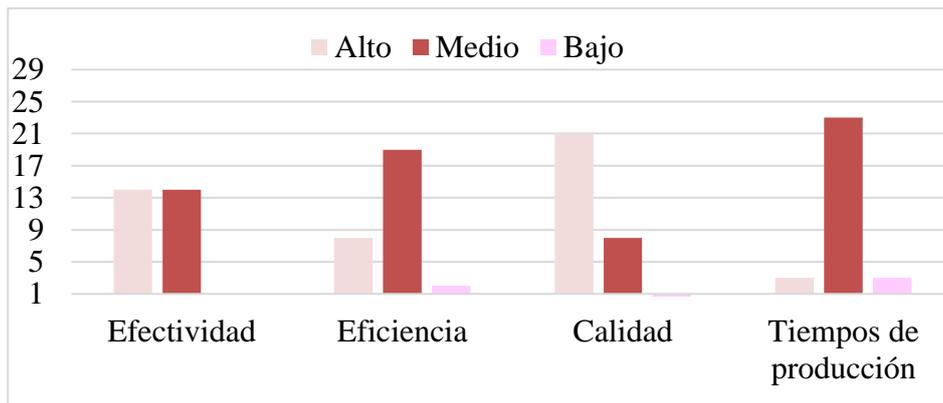


Figura N°7: Nivel del proceso de distribución de los salones de belleza El Porvenir 2019

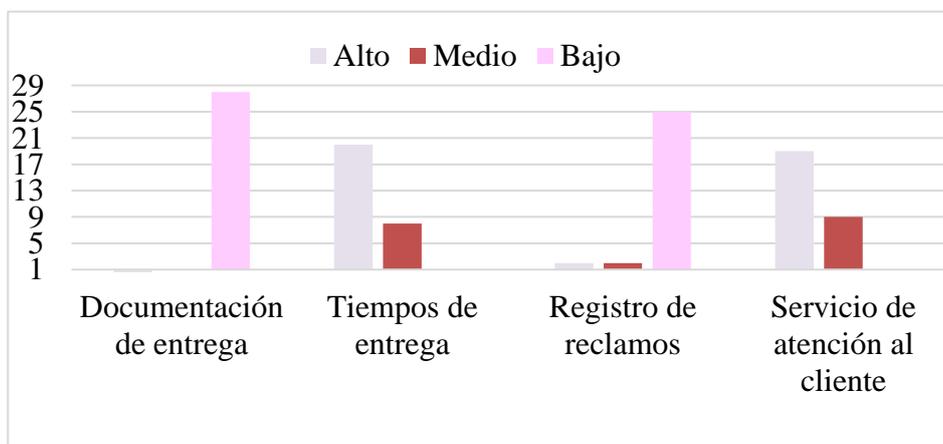


Figura N°8: Nivel de gestión logística actual de los salones de belleza El Porvenir 2019

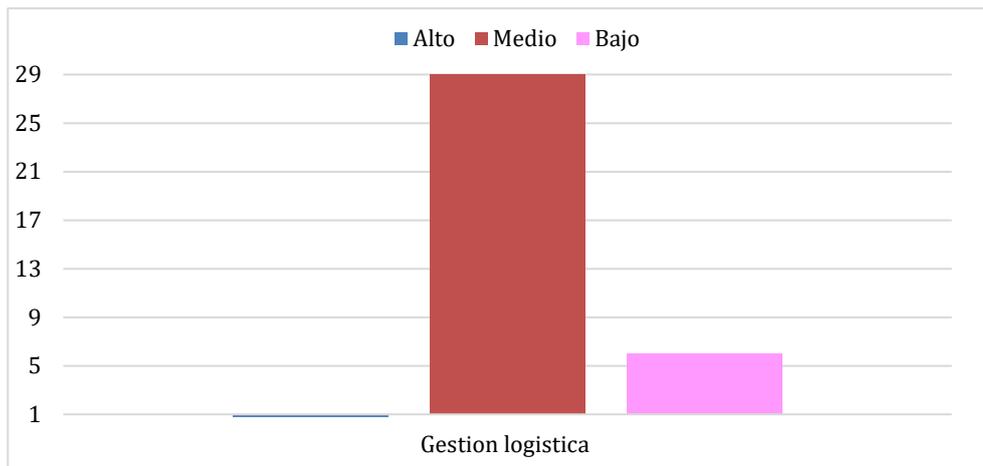


Figura N°9: Solicitud a la Municipalidad Distrital de El Porvenir

Anexo n° 09: carta de presentación



Trujillo, 21 de mayo de 2019

CARTA No.158-2019-FCE-UCV

Señor:
JHONATAN PIERRE VELASQUEZ URIOL
GERENTE DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DEL PORVENIR
Presente.-

Es grato dirigirme a usted para saludarlo a nombre de la Universidad César Vallejo, y a la vez manifestarle que, dentro de la programación silábica de las asignaturas de la Escuela de **ADMINISTRACION**, se contempla la realización de visitas empresariales con fines de estudio.

En tal sentido, considerando la relevancia de su organización, solicito su colaboración, para que la estudiante Reyes Flores Katia Milagritos, puedan realizar una visita de estudios y obtener la información necesaria para poder desarrollar su trabajo de investigación sobre "Gestión Logística de los salones de belleza del Distrito del Porvenir 2019"

Agradeciéndole anticipadamente por vuestro apoyo en favor de la formación profesional de los estudiantes, hago propicia la oportunidad para expresar las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,



MG. AUGUSTO LOPEZ RAREDES
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CAMPUS TRUJILLO
Av. Larco 1770.
Tel.: (044) 485 000. Anx.: 7000.
Fax: (044) 485 019.

fb/ucv.peru
@ucv_peru
#saliradriante
ucv.edu.pe