



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN  
COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE  
CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS,  
DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO VENTA DE  
PRENDAS DE VESTIR PARA CABALLEROS, DEL  
MERCADO VIRGEN DEL CARMEN, DISTRITO DE  
IMPERIAL, PROVINCIA DE CAÑETE, 2018**

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

**AUTORA:**

**Bach. JUDITH MIRIAM FLORES TIPTE**

**ORCID ID: 0000-0001-5375-0751**

**ASESOR:**

**Mg. SIMÓN POMA ANCCASI**

**ORCID ID:0000-0001-6594-8650**

**LIMA – PERU**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Bach. Judith Miriam Flores Tipte

ORCID: 0000-0001-5375-0751

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Lima, Perú

### **ASESOR**

Mg. Simón Poma Ancasi

ORCID: 0000-0001-6594-8650

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,

Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Lima,

Perú.

### **JURADO**

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Mg. Juan Pablo Mesa de los Santos

ORCID: 0000-0001-8852-1342

Lic. Adm. Víctor Hugo Espinosa Otoyá

ORCID: 0000-0002-7260-5581

## HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

---

Dra: Zenozain Cordero, Carmen Rosa

**Presidente**

---

Mgtr.: Mesa de los Santos, Juan Pablo

**Miembro**

---

Lic. Adm.: Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

**Miembro**

---

Mgtr.: Poma Ancasi, Simón

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar agradecer a nuestro creador, por permitir que goce de buena salud y lograr con mis objetivos.

A mis padres por apoyarme incondicionalmente en todo momento de mi carrera.

A mi casa de estudio por permitirme cumplir este reto en mi vida profesional y a mis docentes por contribuir con sus enseñanzas.

## **DEDICATORIA**

A mis padres Beltrán y Magna  
adorados padres, por ser forjadores  
de mi futuro y cómplice de este  
logro.

A Dafne Luana y Zaid Adriano mis  
tesoritos, motivadores de mis  
logros, por tener esa paciencia de  
esperarme y comprenderme .

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Proponer las mejoras de la motivación como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen, Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, 2018. La metodología de esta investigación fue de tipo Cuantitativa. El Nivel fue descriptivo, el diseño de la investigación fue No experimental y transversal, Para que, se llevara a cabo este estudio se tomó una muestra poblacional de 15 representantes de la MYPE del Mercado Virgen del Carmen, a quienes se le aplico un cuestionario con 25 preguntas, a través de la encuesta se obtuvo los siguientes resultados: 60.0% de los representantes de las MYPES tienen de 31-50 años, el 60.0% son de sexo femenino, el 46.7% tienen secundaria como grado de instrucción, el 86.7% son los dueños de la empresa, el 60% tienen más de 9 años trabajando en la empresa. Sobre las Mypes, el 33.3% cuentan con 3 trabajadores en su empresa, el 100% de las empresas tienen como objetivo de generar ganancias, el 53.3% de las personas que laboran en la empresa son familiares y no familiares, el 66.7% de las empresas no están formalizadas. Sobre la Gestión de Calidad, el 40.0% planifica sus objetivos que desea conseguir en el último año, el 46.7% Cuenta con un Plan Estratégico, el 46.7% Cumple con un Plan de Gestión, el 53.3% realiza flujo de caja, el 73.3% realiza seguimientos a los procesos de venta, el 60.0% evalúa los resultados con lo planificado, el 46.7% realiza Plan de mejora Continua, el 66.7% controla la atención al cliente durante el proceso de venta, el 33.3% hace un reconocimiento al, cumplir con las metas, 53.3% cumple con el horario establecido en el trabajo, 46.7% brinda seguridad laboral brinda un trato digno a sus trabajadores, el 66.7% brinda beneficios sociales, el 53.3% Cumple puntualmente con las remuneraciones de acuerdo al puesto de trabajo, el 80.0% existe una buena relación con sus compañeros de trabajo.

**Palabras clave: MYPE, motivación, gestión de calidad.**

## ABSTRACT

The present research work had as a general objective: To propose the improvements of motivation as a relevant factor for Quality Management in micro and small businesses in the commerce sector, item of sale of clothing for men, of the Virgen del Carmen Market, District of Imperial, Province of Cañete, 2018. The methodology of this research was quantitative. The Level was descriptive, the design of the research was non-experimental and cross-sectional. For this study to be carried out, a population sample of 15 representatives of the MYPE of the Virgen del Carmen Market was taken, to whom a questionnaire was applied with 25 questions, the following results were obtained through the survey: 60.0% of the representatives of the MYPES are 31-50 years old, 60.0% are female, 56.7% have secondary education, 86.7% They are the owners of the company, 60% have more than 9 years working in the company. Regarding the Mypes, 33.3% have 3 workers in their company, 100% of the companies have the objective of generating profits, 53.3% of the people who work in the company are family and not family, 66.7% of the companies They are not formalized. Regarding Quality Management, 40.0% plan their objectives that they wish to achieve in the last year, 46.7% Have a Strategic Plan, 46.7% Comply with a Management Plan, 53.3% make cash flow, 73.3% carries out follow-up of the sales processes, 60.0% evaluate the results with the planned, 46.7% carry out Continuous Improvement Plan, 66.7% control the customer service during the sale process, 33.3% make a recognition when fulfilling With the goals, 53.3% comply with the schedule established at work, 46.7% provide job security, provide decent treatment to their workers, 66.7% provide social benefits, 53.3% Comply promptly with wages according to the job, 80.0% have a good relationship with their coworkers.

Keywords: MYPE, motivation, quality management.

## CONTENIDO

1. TITULO DE LA TESIS.....	i
2. EQUIPO D ETRABAJO .....	ii
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
4. HOJA DE AGRADECIMIENTO.....	iv
5. RESUMEN Y ABSTRACT.....	v
6. CONTENIDO (Índice).....	8
7. INDICE DE TABLAS .....	10
8. INDICE DE FIGURAS.....	12
I. INTRODUCCIÓN.....	14
II. REVISION DE LITERATURA.....	19
2.1. Antecedentes.....	19
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	19
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	21
2.1.3. Antecedentes Locales.....	25
2.2. Bases Teóricas.....	28
2.2.1. Gestión de Calidad.....	28
2.2.2. Motivación.....	35
2.3. Marco Conceptual.....	43
III. METODOLOGIA.....	46
3.1. Diseño de la Investigación.....	46
3.2. Población y Muestra.....	49
3.3 Definición Operacionalización de las Variables.....	47
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	51



3.5 Plan de análisis.....	51
3.6 matriz de consistencia.....	52
3.7 Principios Éticos.....	54
IV. RESULTADOS .....	56
4.1. Resultados.....	56
4.2. Análisis de Resultados.....	81
V. CONCLUSIONES.....	87
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	89
ANEXOS.....	93
ANEXO N° 1 INSTRUMENTO DE RECOLESCCION DE DATOS.....	94
ANEXO N° 2 DIRECTORIO DE LAS MYPES DEL MERCADO VIRGEN DEL CARMEN DEL DISTRITO DE IMPERIAL.....	98
ANEXO N° 3 PROPUESTA DE MEJORA.....	99

## INDICE DE TABLAS

Tabla N°1. Edad.....	56
Tabla N°2. Género.....	57
Tabla N°3. Grado de instrucción.....	58
Tabla N°4. Cargo que desempeña.....	59
Tabla N°5. Tiempo que desempeña en el rubro de ventas.....	60
Tabla N°6. Número de trabajadores de su empresa.....	61
Tabla N°7. Objetivo de creación de su empresa.....	62
Tabla N°8. Personas que laboran en su empresa.....	63
Tabla N°9. La empresa esta formalizado.....	64
Tabla N°10. La empresa planifica sus objetivos que desea conseguir en el último año.....	65
Tabla N°11. La empresa cuenta con un plan estratégico.....	66
Tabla N° 12. La empresa cumple con un Plan de Gestión.....	67
Tabla N° 13. La empresa realiza flujo de caja.....	68
Tabla N° 14. La empresa realiza seguimiento a los procesos de venta.....	69
Tabla N° 15. La empresa evalúa los resultados con lo planificado.....	70
Tabla N° 16. La empresa realiza con un plan de mejora continua.....	71
Tabla N° 17. La empresa controla la atención al cliente durante el proceso de Venta.....	72
Tabla N° 18. La empresa le hace un reconocimiento, al cumplir con sus metas.....	73
Tabla N° 19. Cumple con el horario establecido en el trabajo .....	74
Tabla N° 20. La empresa le brinda seguridad Laboral.....	75
Tabla N° 21. La empresa contribuye a su crecimiento Profesional.....	76
Tabla N° 22. La empresa brinda un trato digno a sus trabajadores.....	77
Tabla N° 23. La empresa brinda Beneficios Sociales.....	78
Tabla N° 24. La empresa cumple puntualmente con las remuneraciones de acuerdo al puesto de trabajo.....	79

Tabla N° 25. En la empresa existe una buena relación con sus compañeros de trabajo.....80

## FIGURAS

Figura N°1. Edad.....	56
Figura N°2. Género.....	57
Figura N°3. Grado de instrucción.....	58
Figura N°4. Cargo que desempeña.....	59
Figura N°5. Tiempo que desempeña en el rubro de ventas.....	60
Figura N°6. Número de trabajadores de su empresa.....	61
Figura N°7. Objetivo de creación de su empresa.....	62
Figura N°8. Personas que laboran en su empresa.....	63
Figura N°9. La empresa esta formalizada.....	64
Figura N°10. La empresa planifica sus objetivos que desea conseguir en el último año.....	65
Figura N°11. La empresa cuenta con un plan estratégico.....	66
Figura N° 12. La empresa cumple con un Plan de Gestión .....	67
Figura N° 13. La empresa realiza flujo de caja.....	68
Figura N° 14. La empresa realiza seguimiento a los procesos de venta.....	69
Figura N° 15. La empresa evalúa los resultados con lo planificado.....	70
Figura N° 16. La empresa realiza un plan de mejora continua.....	71
Figura N° 17. La empresa controla la atención al cliente durante el proceso de Venta.....	72
Figura N° 18. La empresa empresa le hace reconocimiento, al cumplir la meta.....	73
Figura N° 19. Cumple con el horario establecido de trabajo.....	74
Figura N° 20. La empresa brinda Seguridad Laboral.....	75
Figura N° 21. La empresa contribuye a su crecimiento Profesional.....	76
Figura N° 22. La empresa brinda un trato digno a sus trabajadores.....	77
Figura N° 23. La empresa brinda Beneficios Sociales.....	78
Figura N° 24. La empresa cumple puntualmente con las remuneraciones de acuerdo al puesto de trabajo.....	79

Figura N° 25. En la empresa existe buena relación con sus compañeros de trabajo.....80

## I. INTRODUCCION

El trabajo de investigación que a continuación presentaremos y que lleva por título “Propuesta de Mejora de la Motivación como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector Comercio, rubro venta de prendas de vestir para caballeros del Mercado Virgen del Carmen, del Distrito de Imperial, Provincia de Cañete,2018”. Se tiene en cuenta dos variables en la que se empleara en esta investigación, la Motivación y Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de prendas de vestir para caballeros, cabe mencionar que la estructura presentada en el presente trabajo será de la siguiente manera: consta de V capítulos, en el I capitulo encontraremos la Introducción, en el II Capitulo encontraremos la Revisión Literaria, Capitulo III encontraremos la Metodología, Capitulo IV encontraremos los Resultados y por último en el Capítulo V encontraremos las Conclusiones.

En estos ultimos años, el mas grande reto en toda organización es estar satisfecho al alcanzar los resultados deseados con eficacia, calidad, bajos costos y sobre todo teniendo en cuenta la motivacion que es lo primordial para lograr los resultados deseados en toda empresa. En tal sentido son los trabajadores quienes realizan una serie de actividades de modo que puedan alcanzar sus objetivos y esto hace posible el desarrollo de las organizaciones y a su vez de la sociedad.

La motivacion según Robbins (1994) afirma: La motivacion son“ procesos que dan cuenta a la intensidad, direccion y persistencia del esfuerzo de un individuo para conseguir una meta”.

Herzberg define a la motivacion laboral “como el resultado de la interaccion de dos factores: Factor de Motivacion (logros, reconocimientos, etc); Factor de Higiene (sueldo ambiente, necesidades basicas)”.

Asimismo, en un mismo sentido la motivacion es un factor emocional basico para el ser humano y para cualquier profesional, estar motivado significa realizar las tareas cotidianas sin apatia y sin sobreesfuerzo adicional; aunque para unos el trabajo o las actividades de todo orden puedan representar una carga, para otros un acicate, a veces una liberacion. Muchos seres humanos encuentran en el trabajo un refugio a sus frustraciones personales y profesionales, y se automotivan en su trabajo por ser la unica forma de alcanzar la autoestima y el reconocimiento profesional y social.

(Aldo, p. 92).

Cabe recalcar que hoy en dia, en la administracion se considera a la motivacion como un pilar fundamental que se incorporan en las diferentes empresas, para que contribuyan con los objetivos de la organizaci3n con una sola finalidad y se sientan comprometidos hacia el logro de las metas. En tal sentido la motivacion es el eje principal que mueve y maneja nuestra forma de actuar ante las situaciones en un determinado tiempo. Po lo tanto un colaborador bien motivado, brindara un buen servicio y satisfaccion al cliente, de esta manera estariamos hablando de una gestion de calidad, t3rmino que se emplea con mucha frecuencia. El termino de calidad es ofrecer a bajo costo productos y servicios que satisfagan a los clientes. Esto implica tener compromiso tener presente la innovaci3n y estar en constante mejora continua.

(E. Deming 1989).

Este trabajo de investigaci3n ha surgido por el inter3s de conocer los resultados que conllevar3a una propuesta de mejora de la motivaci3n para una buena gesti3n de

Calidad y de qué manera puede influir en las micro y pequeñas empresas del sector Comercio, rubro de la venta de ropa para caballeros en el distrito de Imperial, Provincia de Cañete, 2018.

Sin embargo, en estos últimos años el sector comercio las micro y pequeñas empresas (Mypes) cumple un papel muy importante en nuestro país, por eso debemos destacar la labor emprendedora a favor de nuestra economía nacional. Las Mypes en nuestro país constituye el 98,6% de las unidades empresariales, dando espacio al desarrollo de los millones de trabajadores peruanos que a su vez constituyen el desarrollo de la economía.

Por otro lado, debido a la escasa Motivación que existe en los colaboradores de las diferentes organizaciones, la misma que es un problema para las MYPES, ya que esto afecta al rendimiento de su desenvolvimiento. Cabe recalcar que todo ser humano sin motivación corre riesgo su salud emocional y psicológica, esto podría ser a causa de la falta de confianza en uno mismo, la ausencia de recompensas de parte de empresa y por ende exista una baja en el rendimiento de los colaboradores; la que conlleva a la falta de interés en el desenvolvimiento del sus labores, las que tomaremos en cuenta como una de las características de la problemática, causante a formular el siguiente problema general: ¿Cuáles son las mejoras de la motivación como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen, del Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, 2018?. El objetivo de la investigación es “Proponer las mejoras de la Motivación como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector Comercio-rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen,



Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, 2018". Para ello se han establecido como objetivos específicos: a) Identificar los factores relevantes de la Motivación para la mejora de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector Comercio, rubro venta de prendas de vestir en el Mercado Virgen del Carmen, del Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, 2018. b) Describir los factores relevantes de la Motivación para la mejora de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector Comercio, rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, 2018. c) Elaborar la Propuesta de mejora de la Motivación como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector Comercio, rubro venta de prendas de vestir para caballero, del Mercado Virgen del Carmen, Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, 2018. La presente investigación queda delimitada desde la perspectiva de las variables: A) Motivación y Gestión de Calidad. B) población de las 15 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Distrito de Imperial, Provincia de Cañete. C) Situado en el Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial, Provincia de Cañete. D) Tiempo realizado en 2018.

Esta investigación permitirá a los futuros estudiantes poder contar con los resultados de su situación, para que se pueda tomar decisiones o iniciar estudios a posterior o simplemente tener información sobre el tema, cabe precisar que para ello se utilizaron técnicas como la entrevista, el instrumento que se utilizó fue el cuestionario de preguntas, la metodología que se utilizó fue cuantitativo, porque nos permite examinar los datos de manera numérica, sobre todo en el campo de la estadística, con la finalidad de obtener la información necesaria para la toma de

decisiones para la mejora de la empresa. Se justificará desde los diferentes puntos de vista:

Desde el punto de vista teórico, este proyecto permitió aportar un modelo de propuesta de mejora de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro venta de prendas de vestir.

Desde el punto de vista práctico, este proyecto de investigación nos ayudó a generar información que podría emplearse para tomar medidas y mejorarse en ese campo.

Desde el punto de vista metodológico, este proyecto servirá como base para estudios futuros y podrán ser utilizados en otros trabajos de investigación referente al mismo campo.

Asimismo, cabe mencionar que la metodología de la siguiente investigación fue de tipo Cuantitativa, El Nivel fue descriptivo, el diseño de la investigación fue No experimental y transversal, este estudio se llevó a cabo este en una muestra poblacional de 15 representantes de la MYPE del Mercado Virgen del Carmen, a quienes se le aplicó un cuestionario con 25 preguntas.

## II. REVISION DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

Para el desarrollo de este Proyecto de Investigación, se ha revisado y consultado diversas bibliotecas e investigaciones que guarden relación con el problema planteado.

#### **Antecedentes Internacionales**

**Ramírez (2018)**, en su tesis titulada: “*Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial. México-Colombia*” El presente trabajo que tuvo como objetivo describir los factores de competitividad empresarial presentes en el sector de México y Colombia, con una metodología de tipo descriptivo transaccional de campo. La población de estudio estuvo constituida por el personal de la empresa comercial de Súper Almacén Olímpica (SAO) y tiendas COPPEL, considerando con un universo de la población en el sector de Colombia y México. La muestra fue de ciento veinte (120) informantes claves: específicamente el personal administrativo fijo que labora en dicha empresa. Se utilizó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario, estructurado por (12) ítems, con una escala tipo Likert. Se Concluyó que los factores de competitividad empresarial presentes en el sector comercial son la innovación, flexibilidad productiva y calidad, ubicándose en una categoría moderadamente satisfactoria, considerando como oportunidad de mejora el indicador tecnología, y se recomienda diseñar estrategias para fortalecer los recursos técnicos, procedimientos empleados para el sector productivo, donde se promueva en la organización actitudes a favor de la visión estratégica, dirigidas a implantar las mejores prácticas específicas de Gestión humana, generando efectos positivos en el desempeño del talento humano.

**Mora (2015)**, en la investigación: “*Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá*” El presente artículo tiene como objetivo de analizar la relación entre la dimensión planificación estratégica y la competitividad en las Mypimes del sector comercio en la ciudad de Bogotá, considerando el impacto que puede tener esta dimensión en el desempeño empresarial. Para ello, se realiza una contextualización del estado del sector y se evalúa su nivel de competitividad a partir del Mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). El análisis estadístico basado en pruebas de correlación directa y parcial, permite inferir que la planificación estratégica tiene un impacto significativo en el funcionamiento de otras dimensiones de gestión organizacional de las Mypimes y en su competitividad. Conclusión: Se concluyó que la planeación estratégica es un elemento fundamental en el crecimiento y sostenimiento a futuro de la empresa, debido a la importancia en la composición empresarial, de las micros y pequeñas empresas que se consolida como una posibilidad de mejoramiento de la competitividad de un país.

**Berovides y Fernández (2013)**, en su tesis titulada: “*La Gestión de la Calidad de una empresa de pastas alimenticias.Cuba*” Este presente trabajo tuvo como objetivo primordial elaborar una serie de procedimientos para la implementación y diseño de un Sistema de Calidad, en la que se aplicó en una empresa de pastas Alimenticias. Para lograr este objetivo se emplearon técnicas y herramientas como encuestas, con el cual se elaboró y aplicó todo el procedimiento, la misma que permitió crear un equipo de mejora continua de la empresa. Se concluyó que se debe tomar acciones correctivas y preventivas para lograr la eficacia de los procesos y eliminar las no conformidades detectadas.

**Fuentes (2012)**, en su tesis titulada: *“La Gestión de la Calidad Total en Nuevas Empresas de Bases Tecnológicas, propuesta de modelo y validación en el Parque Científico de Madrid”*, tiene como propósito de proponer y validar un modelo de Gestión de la Calidad Total para el Parque científico de Madrid, tiene un diseño de investigación descriptivo, la población que se aplico fue una empresa, se aplicó como instrumento la recolección de datos, y por ultimo concluyo que la calidad hoy en día ha evolucionado en etapas, a medida que pasa el tiempo, la gestión de calidad está latente, ya que es un interés importante para el beneficio de los clientes.

### **Antecedentes Nacionales**

**Panduro (2018)**, en su tesis titulada: *“Gestión de Calidad con el uso del Marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de prendas de vestir de la ciudad de Tingo María 2017”*. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del Marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro ventas de prendas de vestir de la ciudad de Tingo María 2017. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, para la recopilación de la información se realizó en forma dirigida sin muestra, sino que se aplicó la encuesta a la población absoluta comprendida por 10 PYMES, a quienes se le formulo un cuestionario de 22 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: La mayoría de las Mypes encuestadas se encuentran administradas por sus propios dueños y la totalidad de las MYPES fueron creadas con la finalidad de generar ganancias.

En cuanto a las características de la Gestión de la Calidad, la totalidad de las Mypes conocen el termino Gestión de la calidad, sin embargo, no conocen las

técnicas modernas de la gestión, pero en su totalidad dicen que contribuyen a la mejora de calidad de la empresa. Respecto al Marketing se aumentó las ventas en el negocio y los medios que utiliza es los carteles, la mayoría de las Mypes utilizaron como herramienta el Marketing a sus propias estrategias de venta.

**Espinoza (2016)**, en su tesis titulada: “*Gestión de Calidad con el uso del Marketing estratégicos en las micros y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta minorista de ropa, galería Señor de los Milagros de Huarmey, Año 2016.*” Este presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Cali con el uso del Marketing Estratégico da propósito la caracterización de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio-rubro venta minorista de ropa en la galería Señor de los Milagros de Huarmey, año 2016, la investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo, para llevar a cabo se escogió una muestra dirigida de 20 Mypes de una población conformada por 30 Mypes, para el recojo de información se empleó un cuestionario estructurado de 14 preguntas cerradas aplicado a las representantes de las Mypes a través de la técnica de las encuestas; obteniendo como resultados: Respecto a los microempresarios y las Mypes: El 50% de los representantes tienen entre 31-50 años, el 85% son de sexo femenino, el 65% tienen su grado académico secundaria. El 85% de las Mypes son informales, con el mismo porcentaje no se acogen a ningún régimen tributario. Respecto a la Gestión de Calidad el 70% tienen desconocimiento de la Variable gestión de Calidad, así mismo el 70% desconocen el Marketing estratégico. Llegando a la Conclusión que las Mypes no tienen un concepto ni técnicas de Gestión de Calidad con el uso de Marketing, trabajando empíricamente.

**Rosales (2019)**, en su tesis titulado: *“Gestión de Calidad con el uso de benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Chic galerías en el distrito de Chimbote, 2016”* El presente trabajo tiene como objetivo, determinar las principales características de la gestión de la Calidad con el uso del Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el centro comercial en el distrito de Chimbote 2016. La investigación fue de diseño no experimental, transversal-Descriptivo, para poder obtener la información, se trabajó con una población maestra de 15 micro y pequeñas empresas, a quienes se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas, dando así los siguientes resultados. El 60% de los representantes del rubro de tienda de ropa para damas tienen edades entre 18 a 30 años. El 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino. El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 01 a 05 empleados que laboran en las micro y pequeñas empresas son personas no familiares. El 46,7% de las micro y pequeñas empresas mide el rendimiento del personal con la evaluación. El 93,3% de las micro y pequeñas empresas no conoce el término de Benchmarking respectivamente. El 86,6 de las micro y pequeñas empresas encuestadas opinan que es primordial el Benchmarking cuando las organizaciones desean incursionar. Llegando a la Conclusión que la totalidad de las micro y pequeñas empresas comprenden que la gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y opinan que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, miden el rendimiento del personal por medio de la observación y no conocen el término Gestión de Calidad, conocen

las 5s, como técnica moderna y tienen dificultades para la implementación de calidad por la poca iniciativa y desconocimiento del puesto.

**Arias (2016)**, en su investigación titulada: *“caracterización de la Gestión de Calidad bajo el proceso de selección del personal en las micros y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta minorista de productos textiles y prendas de vestir (Boutique) del distrito de Huaraz, Año 2016”* El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la gestión de Calidad bajo el enfoque de selección de personal en la micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta al por mayor de productos textiles y prendas de vestir (Boutique) del distrito de Huaraz, año 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptivo-cuantitativa y un diseño no experimental (transaccional o transversal). Para una muestra censal de 16 gerentes debido a que la población fue relativamente pequeña; de lo cual se obtuvo un resultado predominante que es: El 31,25% de gerentes encuestados del rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir, afirman que la gran mayoría de gerentes solo a veces solo efectúan pruebas de conocimientos. Situación que podría generar conflictos al no tomar importancia y desconocimiento de los beneficios que le va a traer. Como conclusión se obtuvo que al no tener mayor preocupación en cuanto a las pruebas de conocimientos y no seguir con un proceso de selección de personal adecuado, puede ocasionar a contratar a un personal inadecuado e idóneo para la empresa. Finalmente, de concluye que la boutique del distrito de Huaraz no cuenta con una buena selección de personal para la buena atención de los clientes por consiguiente existen grupos



de clientes insatisfechos con la atención que brindan, por ello algunos optan por retirarse del establecimiento sin adquirir prenda alguna.

**Alba y Trujillo (2014)**, en su tesis titulada: *“Factores de Motivación Según Herzberg y desempeño laboral de la distribuidora Navarro EIRL de Huaraz, 2014”*, este trabajo tuvo como finalidad determinar la influencia de los factores de motivación según el enfoque de Herzberg en el desempeño laboral de la distribuidora Navarro EIRL de Huaraz, 2014. como describe Frederick Herzberg propone una teoría de la Motivación en el trabajo. De acuerdo a la orientación es de tipo correlacional-causal, de acuerdo a la técnica de contrastación. La investigación es de tipo no experimental y transeccional. Es causal ya que se analiza la causalidad entre una variable independiente y una dependiente que para el caso son factores de motivación y el desempeño laboral. La población estuvo constituida por 16 trabajadores, tuvo como conclusión: Los factores de motivación según Herzberg influyen de manera regular en el desempeño laboral en los trabajadores de la empresa. Los factores motivadores inciden poco con el desempeño laboral, y los factores higiénicos inciden de manera regular en el desempeño laboral de esta importante empresa huaracina.

#### **Antecedentes Locales**

**Valderrama (2014)**, en su tesis titulada: *“Gestión de Calidad y competitividad las MYPES del sector comercio-rubro venta de calzados para damas del distrito El Porvenir, año 2014”*, esta tesis tiene como objetivo de describir las principales características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas , la investigación fue descriptiva con una muestra de 15 MYPES a las que se aplicó un cuestionario de 14 preguntas,

obteniendo las siguientes resultados: Con respecto a los representantes de las Mypes, el 42.86% de los representantes tienen edad entre 50 y 60 años, contando con estudios secundarios el 53.3%; El 60% de estas organizaciones realizan sus actividades más de 10 años a pesar de la alta competitividad, teniendo una demanda una demanda del 66.7% en calzado para damas y el 33.3% para caballeros. En la que se concluye que es importante la calidad de los productos a que se ofrecen y una forma de subsistir en el mercado retroalimentando sus puntos débiles que como organización presentan.

**Aguilar (2018)**, tesis que lleva como título: *“Influencia de la Motivación en el rendimiento laboral en la empresa inversiones Leña y Sabor S.A.C., Lima 2018”*

Este trabajo de investigación tiene como objetivo principal de describir las características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-Rubro compra/venta de ropa para damas de Imperial-Cañete,2015., la misma que consta de 32 trabajadores, siendo la muestra de 30 personas, para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta a través del cuestionario, que comprendida por 5 ítems con escala de valoración de Likert. Para el análisis de resultados se codifico y tabulo la información obtenida, la que fue analizada con un carácter analítico-estadístico. El tipo de investigación es de tipoi descriptiva y correlacional, de enfoque cuantitativo ya que describe y explica la influencia o relación entre las variables. Para la hipótesis se han utilizado la técnica estadística de Chi cuadrado, demostrando una relación directa entre (V1) Motivación Laboral y (V2) rendimiento laboral de la empresa de inversiones Leña y Sabor S.A.C. Se concluyó: Se ha demostrado que la motivación influye positivamente en el rendimiento laboral del personal de la empresa Inversiones Leña y Sabor S.A.C., lo

cual implica que la motivación se relaciona con el rendimiento laboral de los trabajadores, afirmación sustentada en los resultados estadísticos obtenidos.

**Rioja (2018)**, en su tesis titulado: *“La gestión de Calidad y sus influencias en los beneficios de las MYPES, del sector comercio- rubro venta de ropa para varones, galería 5 continentes Av. Abancay N° 1109-Lima 2018”*. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal describir las principales características de la influencia de la Gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del sector Comercio-rubro venta de ropa para varones, galería 5 continentes, Av. Abancay N° 1109, Lima 2018, la metodología fue descriptivo y no experimental, se ha trabajado con una muestra de 30 MYPES, a la que se le aplicó una encuesta de 26 preguntas cerradas, se obtuvo como resultado sobre la Gestión de Calidad: 60% las MYPES están de acuerdo que sus productos no presentan fallas, cumplen con las especificaciones y tienen una duración estable, 100% de sus productos cumplen con la duración ofrecida, 83.33% cumplen con las especificaciones del producto, 100% está totalmente de acuerdo en el trato hacia el cliente es amable, satisfacen sus gustos, el costo del producto es accesible y 70% es indiferente sobre la garantía del producto. 56.7% está de acuerdo que su producto es de calidad. Sobre los beneficios de las MYPES: 100% está totalmente de acuerdo que el nivel de la calidad de su producto, reducción de costos, participación e integración del personal, nivel de satisfacción del cliente, mejoramiento de la imagen de la empresa, competitividad y sostenibilidad obtendrán como beneficio de la aplicación de los principios de Gestión de Calidad y los beneficios de las MYPES.

## **2.2 BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.2.1 Gestión de calidad**

#### **A. Concepto de Gestión de Calidad:**

##### **Calidad**

Según el análisis de la norma ISO 9001, “La calidad tiene que ver con una adecuado es el producto o servicio para el uso que se pretenda hacer de él, es lo que el cliente desea, se trata de satisfacer las necesidades de cliente”.

Con lo mencionado de Cuatrecasas (2012), “Calidad es un conjunto de características que posee un producto o servicio, es la capacidad de satisfacer los requerimientos del usuario” (p.575)

La Gestión de Calidad, en la actualidad no existe una definición aceptada, porque las diferentes definiciones varían mucho de acuerdo al alcance, desde el punto pragmático hasta el punto teórico.

Juan D. (2017) manifiesta que un Sistema de Gestión de Calidad, es la interacción entre partes de la organización enfocada en el logro de los objetivos de la calidad, para satisfacer las necesidades, expectativas y requisitos de las partes interesadas, según corresponda. (p. 9).

Sin embargo, Coello (2013) define que la Gestión de la Calidad, conocida también como Sistema de Gestión de la Calidad, es el conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre si y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma. (p. 8).

García (2017) afirma: “Gestión de Calidad es el conjunto de actividades planificadas, necesarias para crear confianza adecuada referente al producto o servicio con la finalidad de satisfacer al cliente”.

### **B. Importancia de Gestión de calidad**

Según Rubio, I. & Sandale, P. (2010) “Si bien la calidad antes era un tema que se relacionaba sobre todo con la actividad de la fábrica, cada vez incursiona más en otras áreas de la actividad humana. Últimamente lo hemos visto implantarse en empresas de servicio, empresas públicas, escuela y oficina de gobierno, La calidad es una serie de conocimientos de los cuales te ayudan a comprender las relaciones interpersonales en cualquier tipo de organización, y entender los procesos que evolucionan el medio ambiente del ser humano.”

### **C. Control de Calidad**

Pola A. (1988) “Gestión de Calidad” Manifiesta que el control de Calidad ha evolucionado, pasando de ser la persona o departamento encargado de controlar el cumplimiento de unas especificaciones, a desarrollar una función en la empresa: La función de la calidad. La función actual del control de calidad se orienta totalmente a satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores en base a una adecuación al uso de los productos o servicio.

Mientras que Ishikawa, refiere un auténtico control de calidad consiste en desarrollar, diseñar, producir y servir un producto o servicio de calidad, el cual debe ser lo más económico posible, útil y siempre satisfactorio para el cliente o usuario.

#### **D. Ciclo de Deming como herramienta**

Según Hernández, F & pulido, M (2015) Afirma que el Dr. Williams Deming matemático americano, trabajo en la década de 1950 en Japón como consejero del censo de este país, la misma que fueron aplicados en el área industrial.

El ciclo de Deming o también conocido como el “ciclo de mejoramiento de Shewhart” o Ciclo PHAV, “Es una estrategia o procedimientos que busca la mejora continua de cualquier actividad de la empresa, persigue mejora de la calidad” que consta en cuatro pasos, la misma que permite a la organización mejorar cualquier etapa y satisfacer por tanto al cliente, estas etapas son: Planear, Hacer, Verificar y Actuar.

##### **✓ Planificar**

La planeación es la etapa donde se identifica el problema y se traza los objetivos a lograr, se analizará detalladamente el fenómeno del problema, en donde se identifican las causas que genera el problema, para establecer un plan de acción sobre las causas.

Planificar significa anticipar el curso de acción que ha de tomarse con la finalidad de alcanzar la situación deseada.

El planificar consiste en formular los objetivos, definir que estrategias vamos a tomar el camino que debemos determinar para llegar a los objetivos.

##### **✓ Hacer**

El hacer, desarrollar los pasos conforme a la planificación, ponemos en práctica lo planeado, reflejando las capacidades de la organización y del talento humano para la toma de decisiones, trabajando en equipo y hacer uso de lo recursos necesarios para el logro de los objetivos

Es la ejecución de lo planeado, esto consiste en llevarse a cabo el plan establecido, con acciones y estrategias para la solución de los problemas que se enfrenta. Para esto se debe de ejecutar y aplicar las tareas tal como han sido planificadas.

✓ **Verificar**

Se propicia la medición de lo ejecutado frente a lo planeado, en este proceso podemos encontrar anomalías o situaciones que podría realizarse de otra forma por lo tanto deben de verificarse como se están desarrollando las cosas y esto lo haremos gracias a la retroalimentación. Según como se planeó se verificará como se están haciendo las cosas y los objetivos que debemos alcanzar.

Se enfoca en realizar el seguimiento, determina el cumplimiento de las metas planeadas

✓ **Actuar**

Es toma de decisiones, son acciones de mejoramientos que pueden ser preventivas o correctivas para garantizar los resultados esperados, el actuar corresponde a establecimientos de medidas correctivas en el caso de existir diferencia entre el hacer y lo planeado, una vez analizadas las causas se establece un plan de mejoramiento como base en medidas correctivas para tomar el rumbo deseado, ello permitirá nuevamente llevarnos a la etapa de planificación, y así de esta manera estar en constante mejora continua.

**Beneficios del ciclo de Deming:**

-En la planeación nos permite la identificación y eliminación de las causas de los problemas.

-En hacer nos da garantía de una gestión efectiva en los procesos donde se aplica.

-En el verificar nos facilita la supresión de trabajo innecesario.

-En el actuar nos permite el mantenimiento de niveles y búsquedas de mejoras continuas.

### **E. Cambios que plantea la nueva versión de la norma ISO 9001:2015**

La norma ISO 9001:2008 es objeto de modificaciones. La Organización Internacional de Normalización (ISO) está trabajando en la revisión de la ISO 9001, como se ha indicado, el estándar principal para el sistema de la Gestión de la Calidad. Se prevé que esta revisión esta lista para ser publicada hacia el mes de setiembre de 2015.

### **F. Principales Enfoques en la Gestión de Calidad**

Miranda, Chamorro & Rubio (2005) Manifiesta que: Se considera cuatro grandes enfoques en la Gestión de Calidad, que a continuación se mencionara:

**1.-Inspeccion.** – Se entiende que la Gestión de Calidad se da inicio con la inspección, con el objetivo de conseguir, medir ciertas características o identificar defectos del producto. Este enfoque apuesta por una inspección del 100% del producto final.

**2.-Control de la Calidad.** - A medida que el volumen de la cantidad de producción y su complejidad de los productos se incrementaba, la inspección del 100% de los productos resultaba más complicada y mucho más costosa, lo que produjo a la aparición de un nuevo enfoque: El control de calidad.

**3.-Aseguramiento de la Calidad.** - Se trata de un Planteamiento empresarial de carácter preventivo que tiene como finalidad comprobar que se realizan todas las actividades satisfactoriamente de modo que el producto final sea adecuado, sobrepasando el departamento de calidad e involucrando a toda la organización. El



aseguramiento de calidad incluye al de control de calidad, completándolo con la prevención, para evitar que los fallos lleguen a producirse.

**4.-Gestión de Calidad Total.** - La gestión de calidad total, implica la comprensión, la implantación de un conjunto de principios, conceptos de gestión en todos y en cada uno de las diferentes niveles y actividades de la organización.

Asimismo, si se tuviera que caracterizar la orientación de cada enfoque en una sola palabra asociaríamos la inspección a los productos, el control a los procesos, el aseguramiento a los sistemas y la gestión de la calidad total a las personas.

### **G. Enfoque basado en riesgos**

European Quality Assurance (2014) manifiesta, que en esta nueva versión 2015 se nota grandes cambios, que tiene que ver con el enfoque basado en riesgos, tener en cuenta los riesgos es un requisito en varias de las cláusulas de la norma, en particular en los procesos, liderazgo y planificación.

La documentación del sistema debe ser adecuada a los riesgos existentes para la conformidad de productos o servicios y la satisfacción del cliente. Considerar estos riesgos habilita a la organización para abordar múltiples oportunidades. En el futuro, las organizaciones deberán usar herramientas y mecanismos de gestión de riesgo y de ahí derivar el desarrollo de mecanismos y acciones de mejora en el sistema de gestión (DNV GL, 2014).

La gestión del riesgo supone un diseño preventivo del sistema de gestión, con lo que desaparece el aparato específico de “acción preventiva”. Se pide a las organizaciones que identifiquen el contexto en donde operan y localicen los riesgos y las oportunidades que deben tratarse. Aunque no se define con mucho detalle

metodológico como documentar el requisito, si debe ser la base para el diseño del sistema de gestión (p. 49).

### **2.2.2 Motivación**

#### **A. Concepto:**

“La palabra Motivación proviene del latín “motivivus” o “motus” que significa “causa del movimiento”. Entonces la motivación podemos conceptualizarlo como la voluntad que estimula a realizar un esfuerzo con la finalidad de alcanzar metas” (Casas, 2017, p.320).

Asimismo, la motivación es considerado como un factor primordial para el ser humano, el estar motivado es realizar el trabajo sin sobreesfuerzo adicional, realizar las actividades diarias sin apatía

Según Maslow (2015) La motivación es un impulso que tiene el ser humano de satisfacer sus necesidades.

Mientras que para McClelland, la satisfacción de un individuo se debe a la búsqueda de satisfacción de tres necesidades como son: La necesidad de logro, relacionada con aquellas tareas que considere un desafío, la lucha por el éxito y por último la superación personal.

#### **B. Ciclo Emocional**

El comportamiento del ser humano está constantemente motivado y la motivación es la tensión persistente que conlleva al individuo a comportarse de cierta manera para satisfacer sus necesidades, es allí donde surge el concepto de CICLO EMOCIONAL, que viene ser como una fuerza dinámica muy persistente que va originando el comportamiento del ser humano.

El punto de partida del ciclo motivacional está dado por el surgimiento de una necesidad.

“Cada vez que aparece una necesidad se produce un estado de tensión, insatisfacción inconformismo y desequilibrio que lleva al individuo a desarrollar un comportamiento acción capaz de descargar la tensión y liberarlo de la incomodidad y desequilibrio.” (Chiavenato, 2000, pag.70).

### **C. Etapas de la Motivación**

La motivación es un proceso para satisfacer necesidades, en la cual surge lo que se denomina el ciclo motivacional, cuyas etapas son las siguientes (Según Chiavenato, 2000).

- ✓ **Homeostasis:** Quiere decir, en cierto momento el organismo humano pertenece en estado de equilibrio.
- ✓ **Estímulo:** Esto es cuando aparece un estímulo y genera una necesidad.
- ✓ **Necesidad:** Esta necesidad (insatisfecha aun), provoca un estado de tensión.
- ✓ **Estado de tensión:** La tensión produce un impulso que da lugar a un comportamiento a una acción.
- ✓ **Comportamiento:** El comportamiento, al activarse, se dirige a satisfacer dicha necesidad, alcanzar el objetivo satisfactoriamente.
- ✓ **Satisfacción:** Si se logra satisfacer la necesidad, el organismo retorna a su estado de equilibrio, hasta que otro estímulo se presente. Toda satisfacción es básicamente una liberación de tensión que permite el retorno al equilibrio homeostático anterior.

## **D. Motivación laboral**

**Concepto.** - Se han dado muchos conceptos acerca de la motivación laboral, Robbins (1994) Sostiene: “La Motivación laboral es la voluntad para hacer un gran esfuerzo por alcanzar las metas de la organización, condicionado por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad” (p.26).

Por otro lado. Hidalgo (2017) manifiesta que “La motivación Laboral consiste fundamentalmente en mantener culturas y valores corporativos que conduzcan a un alto desempeño, por esto, es necesario pensar en que hacer uno, como organización, para estimular a los individuos y a los grupos a dar lo mejor de ellos mismos, en tal forma que favorezcan tanto los intereses de la organización como los suyos”.

(p 24).

De la misma manera. Chiavenato (2002) afirma: “La Motivación esta constitución en dos momentos centrales, estos componentes son Higiénicos, y el segundo está vinculado a la identificación y el desempeño. Estos motivos son infalibles porque acrecienta la satisfacción”. (p.47).

## **E. Teorías de Motivación**

Según los autores la motivación se considera en diferentes teorías, que a continuación se presentara:

### ➤ **La Jerarquía de las necesidades (Maslow)**

De acuerdo a esta teoría de necesidades, una persona está motivada cuando todavía no ha alcanzado ciertos grados de satisfacción. A medida que el hombre satisface

sus necesidades básicas, otras más elevadas ocupan el predominio de su comportamiento:

- **Necesidades Fisiológicas:** Las necesidades fisiológicas, también llamadas biológicas o básicas; son innatas como alimentarse, el sueño, agua, temperatura adecuada, sexo, vivienda etc.

- **Necesidades de Seguridad:** Esta necesidad lleva a que la persona se proteja de cualquier peligro real o imaginario, físico o abstracto Como la estabilidad personal, ausencia de amenaza, etc.

- **Necesidades Sociales:** En esta necesidad está relacionado con la vida del individuo en sociedad, necesidad de asociación Como amistad, afecto, vinculación social, interacción, amor, etc. |

- **Necesidades de Autoestima:** En esta necesidad está relacionada con la manera de cómo se ve y evalúa la persona, como la autoestima, posición, reconocimiento externo.

- **Necesidades de Autorrealización:** Son las necesidades humanas más elevadas, se expresa mediante el impulso de superarse cada vez más, así como llegar a ser lo que es capaz de ser de forma continua.

➤ **Teoría de los dos factores (Herzberg)** También llamada teoría de la motivación-higiene, Herzberg “encontró que los factores motivadores del trabajo incluían éxito, crecimiento, responsabilidad avance, reconocimiento, etc. De acuerdo a esta teoría, nos manifiesta que, si las personas están satisfechas con su trabajo y reciben retroalimentación positiva, desarrollan capacidades y mejoran en su rendimiento” esta teoría se basa en el ambiente externo y en el trabajo del

individuo. La motivación de las personas depende de dos factores. (factores de motivación y factores de higiene).

- **Factores motivacionales:** Los factores motivacionales está influenciado por los factores intrínsecos o motivadores del trabajo como el éxito, el reconocimiento, la responsabilidad, cargo, las tareas, los deberes y el trabajo en sí mismo. El termino motivación incluye sentimientos de realización, crecimiento profesional, ejecución de tareas y actividades que constituyen un gran desafío y tienen mucho significado para el trabajo.

- **Factores higiénicos:** Son las condiciones que rodean al individuo cuando trabaja. Su finalidad es evitar las insatisfacciones en el ambiente o amenazas potenciales, así como las condiciones de trabajo, comodidad, las políticas de la organización, la supervisión, salarios, los beneficios sociales, clima de las relaciones entre los directivos y los empleados, el reglamento interno.

➤ **Teoría de la expectativa (Lawler)** Según esta teoría el dinero puede causar una motivación no solamente en el desempeño, sino también el compañerismo y la dedicación.

Según Stephen (1996) afirma: “La fuerza de una tendencia a actuar en determinada forma depende de la fuerza de la expectativa de que el acto este seguido por un resultado determinado y de lo atractivo de ese resultado para el individuo” p.230.

#### F. **Clases de motivación laboral**

De las teorías ya mencionadas se pueden clasifican la motivación en tres partes, para tener una buena Gestión de Calidad, tasi como:

- **Motivación Extrínseca:**

La motivación extrínseca, se da cuando se trata de despertar el interés motivacional de la persona mediante recompensas externas, como por ejemplo dinero, ascensos, tiene que ver con aquellos estímulos o recompensas que necesita el individuo para realizar una actividad o poner mayor empeño para realizar una acción, con la finalidad de obtener esa recompensa.

Noblecilla (2018) menciona: “La Motivación extrínseca (ME) es la intervención en una acción para conseguir recompensas, esta conducta cobra significado porque está dirigido a un fin, es decir, tienen un valor instrumental” (p. 25).

Según. Casas (2017) manifiesta: “La Motivación extrínseca es cuando la motivación proviene de fuentes ambientales externas, es considerado que la causa fundamental de la conducta se encuentra fuera y no dentro de la persona, así como halagos y el dinero” (p.45).

El estudio de este tipo de motivación está relacionado con dos conceptos fundamentales: recompensa y el castigo, tanto las recompensas como los castigos ocurren después de una determinada conducta y afectan la probabilidad futura de ocurrencia de dicha conducta.

- **Motivación Intrínseca:**

La motivación Intrínseca es lo que nos impulsa a realizar acciones, por el simple gusto de hacerlas, para nuestra propia satisfacción de hacerlas sin la necesidad de ningún incentivo externo. Esta motivación proviene del interior, de uno mismo. Es la clase de motivación que aparece cuando hacemos algo que disfrutamos, cuando la tarea en sí misma es la recompensa.

Medina (2012) indica “la persona puede originarse un pensamiento (este puede ser causado por la memoria, el razonamiento o el subconsciente). Los pensamientos a su vez se vinculan con las emociones y sentimientos que acaban con una actitud. Para originar una actitud que sea positiva y negativa participan factores”

En aquellas situaciones en que las recompensas extrínsecas son insuficientes, los individuos pueden activar conductas intrínsecamente motivadas. Bandura llama a este tipo de motivación el interés intrínseco, mientras que Reeve (1994) manifiesta: “Cuando las personas realizan actividades para satisfacer necesidades de caución personal autodeterminación, afectividad o curiosidad entonces actúan por motivación intrínseca”; es decir, cuando la conducta esta autorregulada y surge de los intereses, curiosidades necesidades y reacciones personales. Las necesidades Psicológicas adquieren un papel principal.

Asimismo, nos haremos una pregunta, ¿Qué hace que una actividad sea intrínsecamente motivadora? Podremos decir que hay dos elementos de análisis: el primero, se refiere a la naturaleza de las actividades intrínsecamente motivantes y, el segundo se relaciona a las autopercepciones que ocurren durante la actividad y que puedan facilitar la aparición de la motivación intrínseca.

- **Motivación trascendente:**

Esta motivación es aquella satisfacción que proviene del beneficio que obtienen terceras personas, es decir, es una motivación para los demás, por lo que encajan todos aquellos trabajos que se realizan por propia voluntad.

Medina (2012) sustenta que “Es la medición que provoca en otras personas distintas a quien ejecute la acción, por ejemplo, ayudar a otro. En este tipo de motivación tiene su base en los valores, creencias y principios que tenga el



individuo y del grupo organizacional y social al que pertenezca. El hacer un acto para el provecho de una tercera persona, dejando de lado en muchos casos el beneficio material, personal, que es considerada para él, el valor de la amistad, el amor, el de servicio, etc.” (p 42).

## **Marco Conceptual**

### **Gestión**

Tarí (2000) Menciona “Calidad significa producir viene y/o servicio según especificaciones que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes”.

### **Calidad**

Deming “Es una serie de cuestionamientos hacia una mejora Continua”.

### **Gestión de Calidad**

Sousa (2017 ) Afirma: “La Gestión de Calidad radica en la fidelización de los Clientes, al verse atendidos por productos de alta calidad lo que va originar la satisfacción de los mismos y el hecho de que más personas deseen adquirir más productos”.(p. 26)

## **Sistema de Gestión de Calidad**

El sistema de Gestión de Calidad, “es una serie de procesos coordinados, que se llevan a cabo para el logro de calidad ya sea de productos o servicios, que podamos ofrecer al cliente y la satisfacción del mismo.”

## **Micro y Pequeñas Empresas**

Felipa (2014) “Manifiesta que la Mypes es un elemento económico bajo el mando de un individuo jurídico o natural que desarrolla distintos movimientos económicos.”

Asimismo, Adinvitro (2015) “Sostiene que las Mypes son unidades económicas consolidados como unidades de oficio destinados a la comercialización de productos o servicios”.

## **Sector comercio**

### **Concepto**

Para Chiavenato A. “*Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*” afirma, que la empresa es una organización social que se utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos.

Según Pallares, Romero y Herrera, autores del libro “*Hacer empresa: Un reto*”, Mencionan que a la empresa se le puede considerar como un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado.

## **Rubro-venta de prendas de vestir**

### **Concepto de venta**

Es una acción que se genera de vender un bien o servicio a cambio de dinero. Las ventas pueden ser por vía correo, persona, teléfono, entre otros medios. Según del Diccionario de Marketing (1999) define: “Como un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero” p.340

### **Motivación:**

La motivación es la acción y el esfuerzo, es la motivación de alcanzar metas propuestas, mientras que para, **Sextón (1977)**, afirma: “La motivación es el proceso

de estimular a un individuo para que realice una acción que satisfaga alguna de sus necesidades y alcance alguna meta deseada para el motivador” (P.162).

Según **Chiavenato (2000)**, Manifiesta: “Para que una persona este motivada debe existir una interacción entre el individuo y la situación que esté viviendo en ese momento, el resultado arrojado por esta interacción es lo que va a permitir que el individuo este o no motivado”

### **Prendas de Vestir:**

La prenda tiene su origen en el vocablo pignora, que significa prenda, el cual es un término que se usa en la actualidad, también conocido como prenda de vestir, para Julián, Pérez y Gardy (2016), manifiestan: “Ropa es el nombre genérico que reciben las prendas de vestir. Se trata de productos confeccionados con distintas clases de tejido, que tiene por objetivo cubrir el cuerpo y abrigarlo”.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Diseño de la Investigación

##### 3.1.1 El tipo de investigación

La Investigación realizada fue Cuantitativo:

**Cuantitativo:** Porque se hizo uso de la matemática y la estadística en el proceso de recolección de información a través de encuestas, se recopilaron y analizaron los datos que se obtuvieron. Según Saavedra (2017) Manifiesta que: “La Investigación Cuantitativa permite examinar los datos de manera numérica, sobre todo en el campo de la estadística. Para que funcione este método es necesario que haya claridad entre los métodos del problema de la investigación que queramos realizar” (p197)

##### 3.1.2 Nivel de la investigación

El presente trabajo de investigación fue de nivel Descriptivo:

**Descriptivo:** Porque especifico las dimensiones de las variables, se hizo la descripción de los fenómenos sociales en un tiempo determinado y espacio determinado, en este caso para trabajo de investigación para el año 2018, a realizarse en el Mercado Virgen del Carmen del distrito de Imperial de Cañete. Según Sánchez & Reyes (2006) Afirma que la investigación descriptiva: “Esta orientada al conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación espacio-temporal dada”. (p.38).

##### 3.1.3 Diseño de la investigación.

Para la ejecución del presente estudio se consideró el Diseño No experimental y transversal:

La investigación no experimental o también conocida como Investigación Ex Post Facto, es no experimental porque el investigador no pudo manipular directamente las variables, solamente se pudo observar los comportamientos de las diferentes variables, es decir, el investigador dio a conocer los datos reales obtenidos en el lugar de estudio, sin alterar los resultados de la investigación. Según Hernández, Fernández y Batista (1991) manifiesta que en la investigación Ex Post Facto los cambios en las variables independientes ya ocurrieron y el investigador tiene que limitarse a la observación de situaciones ya existentes dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos.

El diseño es transversal porque se analizó los datos de las variables recopiladas del periodo de tiempo, de una determinada población, en este caso fue el Mercado Virgen del Carmen del distrito de Imperial de la Provincia de Cañete. “Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelacionar en un momento dado” (Ibidem, p.270).

### **3.1.4 El universo y muestra**

#### **3.1.4.1. Población.**

La población estuvo constituida por 15 micro y pequeñas empresas dedicadas al sector comercio-rubro venta de prendas de vestir para caballeros de Imperial-Cañete, 2018.

Saavedra (2017) Considera que: “Es el Conjunto o suma total de unidades de investigación, que pueden ser personas, instituciones, hechos, etc.” (p. 211)

#### **3.1.4.2. Muestra.**

La muestra estuvo constituida de 15 MYPE, la que represento al 100% de la población de micro y pequeñas empresas dedicadas al sector comercio-rubro venta de prendas de vestir para caballeros de Imperial-Cañete, 2018, la misma que fue de manera dirigida.

Saavedra (2017) Afirma que: “El tamaño de la muestra no es simple cuestión de porcentaje con relación a la población, no interesa la cantidad de unidades, sino la representatividad de esta” (p. 211).

### 3.3. Definición y operacionalización de las variables.

VARIABLE		Definición Operacional			Escala de Medición
		DIMENSION		INDICADOR	
Denominación	Definición	Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de Calidad	La calidad es ofrecer a bajo costo productos y servicios que satisfagan a los clientes. Esto implica un compromiso con la innovación y mejora continua. (E. Deming 1989).	Planificar	La planificación es trazar los objetivos para satisfacer a los clientes, empleando estrategias para solucionar el problema.	Objetivos	Likert
				Estrategia	
		Hacer	El hacer es desarrollar y cumplimiento con lo planificado.	Cumplir	
				Realiza	
		Verificar	Es realizar un seguimiento y medición de todos los procesos y evaluar los resultados.	Seguimiento	
				Evaluaciones	
		Actuar	Es la toma de decisiones para una mejora continua.	Mejora Continua	
				Control de Procedimientos	

<b>Motivación</b>	<b>La verdadera motivación viene del logro, desarrollo personal, satisfacción en el trabajo y crecimiento. (F. Herzbert).</b>	<b>Factores Motivacionales:</b>	Los factores Motivacionales está influenciado por factores intrínsecos o motivadores del trabajo como el éxito, responsabilidad, crecimiento, reconocimiento, logro, realización, etc.	Reconocimiento	<b>Likert</b>
				Responsabilidad	
				Seguridad Laboral	
				Realización	
		<b>Factores Higiénicos:</b>	Los factores Higiénicos son factores extrínsecos, son aquellas condiciones que lo rodean al individuo cuando trabaja, así como el salario, seguridad, Relación con el jefe, Supervisión , Sueldo, Relación con los compañeros, etc.	Condiciones de trabajo	
				Beneficios	
				Clima Laboral	
				Salario	



### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.4.1. Técnica**

Teniendo en cuenta el diseño de la investigación, así como los objetivos de la misma se consideró como técnica de investigación para la recolección de datos, la encuesta. Según Anguita, Labrador y Campos (2003). Investigación. Aten Primaria, *V31. 527*. Manifiesta: La técnica de la encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar de modo rápido y eficaz.

#### **3.4.2. instrumento**

Instrumento que se empleó, fue el cuestionario de preguntas, fue muy importante ya que nos sirvió para recoger los datos de las investigaciones, y se aplicó según las características del objetivo de la investigación. Según Sánchez & Reyes (2006) Manifiesta que el cuestionario es: “Un documento o formato escrito de cuestionarios o preguntas diversas relacionados con los objetivos de estudio. Las preguntas pueden ser de diferentes tipos: de elección forzada, abiertas, dicotómicas, de comparación y alternativas múltiples” (p. 150).

### **3.5. Plan de análisis**

Para el análisis de los datos se empleó el Programa Software Informático SPSS versión 26 para Windows.

En cuanto a la estadística descriptiva, se utilizó: Tablas de frecuencia absoluta y relativa (porcentual), estas tablas nos ayudaron para la presentación de los datos procesados y ordenados según sus categorías, niveles correspondientes a las preguntas planteadas, luego dicho resultado se analizó tomando en cuenta los antecedentes y bases teóricas de la investigación.

### 3.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p><b>General:</b> ¿Cuáles son las mejoras de la Motivación como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen, Distrito de Imperial,</p>	<p><b>General:</b> Proponer las mejoras de la Motivación como factor relevante para la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen, Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, 2018.</p> <p><b>Específicos:</b> - Identificar los factores relevantes de la Motivación para la mejora en la gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen, Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, 2018. - Describir los factores relevantes de la Motivación para la mejora de la</p>	<p><b>Gestión de Calidad</b></p> <p><b>Motivación</b></p>	<p><b>Población:</b> La Población estará conformada por 15 representantes de las Pymes del Distrito de Imperial, Provincia de Cañete.  N=15</p> <p><b>Muestra:</b> El tamaño de la muestra se tomó consistente a 15 MYPE, la que representa al 100% de la población micros y pequeñas empresas dedicadas al sector comercio-rubro compra/venta de prendas de vestir para caballeros de Imperial-</p>	<p><b>Tipo:</b> El tipo de investigación será Cuantitativa.</p> <p><b>Nivel:</b> El nivel de investigación será descriptivo.</p> <p><b>Diseño:</b> Para la ejecución del presente estudio se considerará el Diseño No experimental Transversal.</p>	<p><b>Técnica:</b> -La encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> -Cuestionario de preguntas</p>

<p>Provincia de Cañete, 2018?</p>	<p>Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen, Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, 2018.</p> <p>- Elaborar la propuesta de mejora de la motivación como factor relevante para Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen, Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, 2018.</p>		<p>Cañete, 2018, la misma que fue de manera dirigida.</p>		
-----------------------------------	---	--	---	--	--

### **3.7. PRINCIPIOS ETICOS**

La presente investigación, no generó ningún impacto negativo sobre la sociedad, de lo contrario, es beneficioso y favorable para las MYPES del Distrito de Imperial, direccionado hacia el éxito.

El presente estudio está revisado y evaluado por el comité de ética de nuestra casa de estudio Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

#### **Protección a las Personas**

Se tomó en cuenta este principio, en la cual se protegió la identidad de los encuestados, por lo que los instrumentos brindados no se consignó nombres de las personas, solo se asignó un código para cuestión de procesamiento de la información.

#### **Beneficencia y no maleficencia**

Se respetó las ideas, opiniones de los investigadores, creencias de las personas, respetando en todo momento al público investigado.

#### **Justicia**

Al momento de realizar las investigaciones, el investigador está obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos asociados a la investigación

#### **Integridad Científica**

Se dio a conocer los resultados de lo investigado sin manipular ninguna información. Además, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de estudio o la comunicación de sus resultados.

### **consentimiento informado y expreso**

Al momento que se recolecto la información de nuestros colaboradores, fueron informados sobre los objetivos del cuestionario. Cabe mencionar que en ningún momento se le obligo a participar en el presente estudio, fue de manera voluntaria.

## IV RESULTADOS

### 4.1. Resultados

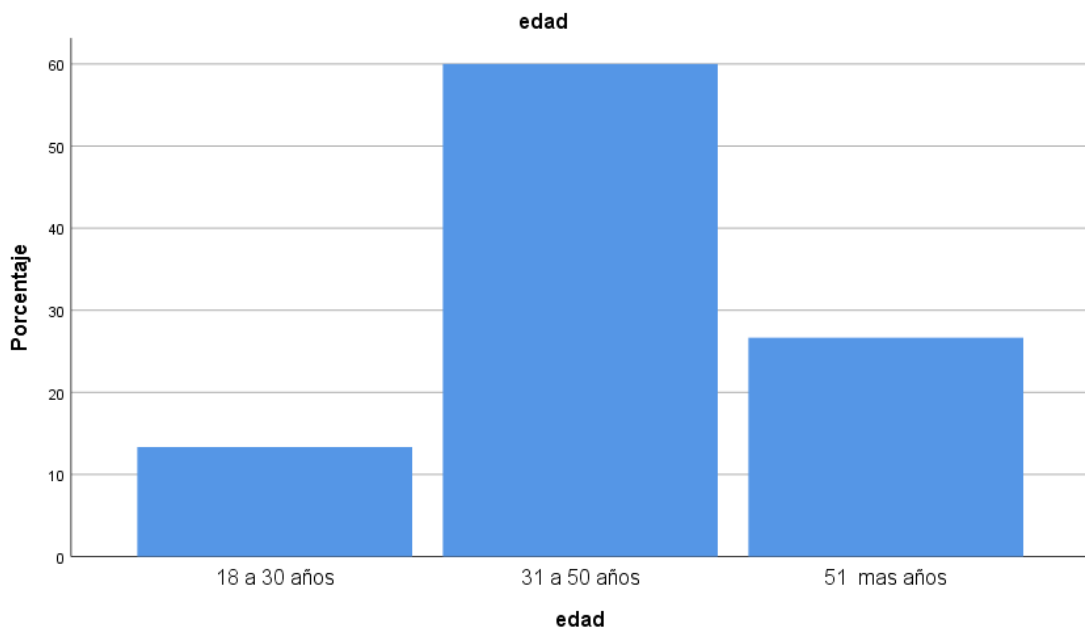
#### 4.1.1. Sobre las características de los representantes de las MYPES

**Tabla 1**

*Edad de los representantes de las MYPES*

		Edad		Porcentaje	Porcentaje
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	18 a 30 años	2	13,3	13,3	13,3
	31 a 50 años	9	60,0	60,0	73,3
	51 mas años	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



**Figura 1. Edad de los representantes de las MYPES**

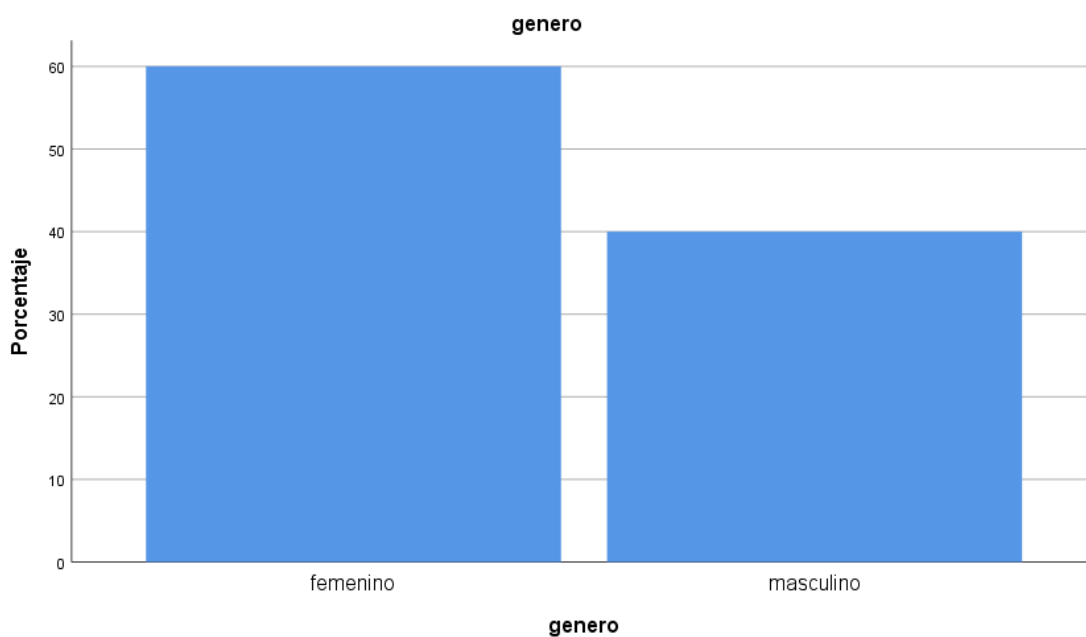
*Fuente: Tabla 1.*

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, se observa que, del total de las empresas, el 13.3% de los representantes de las MYPES tienen entre 18-30 años, el 60.0% de los representantes de las MYPES está conformado de 31-50 años y el 26.7% de los representantes de las MYPES estuvo representado de 51 años a más.

**Tabla 2**  
*Genero*

		<b>Género</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	femenino	9	60,0	60,0	60,0
	masculino	6	40,0	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



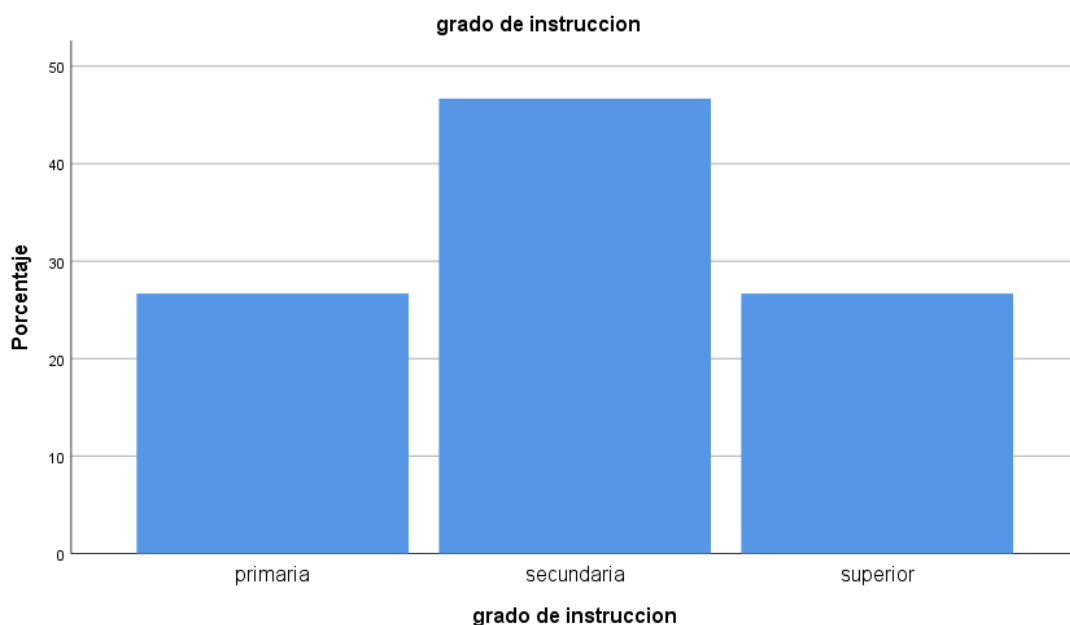
**Figura 2. Genero**  
*Fuente: Tabla 2*

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, se observa que, del total de las empresas, 60.0% indican que son de sexo femenino y el 40.0% afirma que son de sexo masculino.

**Tabla 3**  
*Grado de Instrucción*

		grado de instruccion			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	primaria	4	26,7	26,7	26,7
	secundaria	7	46,7	46,7	73,3
	superior	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



**Figura 3. Grado de Instrucción de los representantes de las MYPES**  
*Fuente: Tabla 3*

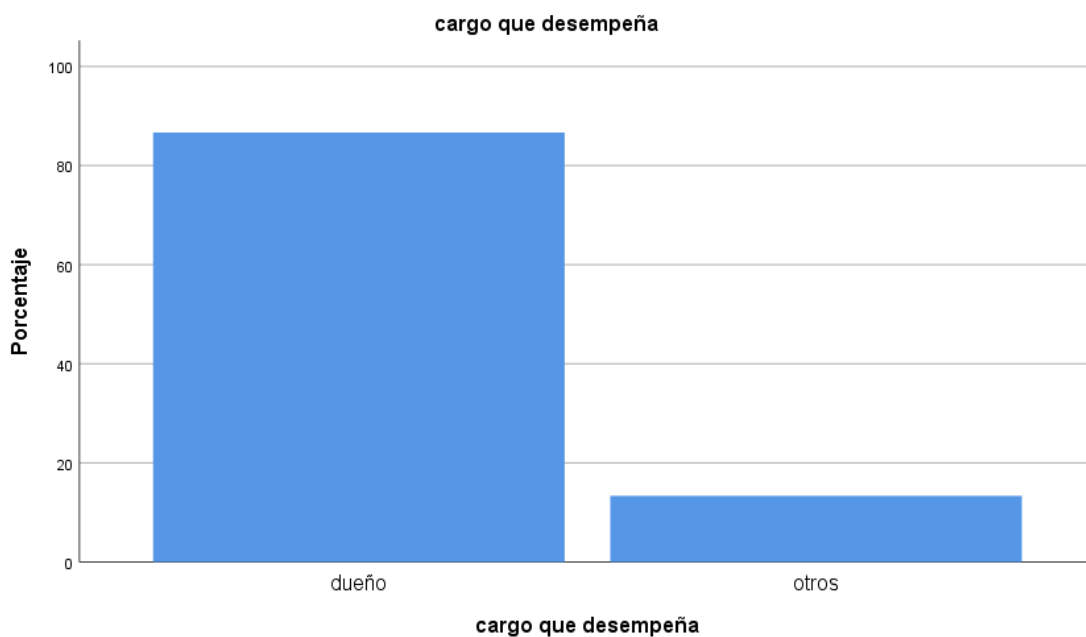
**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, se observa que, del total de las empresas, el 26.7% mencionan que cuentan con el grado de primaria, el 46.7% indican que cuentan con el grado de secundaria completa y el 26.7% afirma que tienen el grado de superior.



**Tabla 4**  
*Cargo que desempeña*

		<b>cargo que desempeña</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dueño	13	86,7	86,7	86,7
	Otros	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



**Figura 4. Cargo que desempeña los representantes de las MYPES**  
*Fuente: Tabla 4*

**Interpretación:** De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas, se observa que, del total de los representantes de las empresas, el 86.7% refieren ser dueño de la empresa, y el 13.3% manifiesta tener otros vínculos con los dueños (vendedores, familiares).

**Tabla 5**

*Tiempo que desempeña en rubro de ventas*

		tiempo que desempeña en el rubro de ventas			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0 a 4 años	2	13,3	13,3	13,3
	5 a 8 años	4	26,7	26,7	40,0
	9 años a mas	9	60,0	60,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



**Figura 5. Tiempo que desempeña los representantes de las MYPES**

*Fuente: Tabla 5.*

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, se observan que, del total de los representantes de las empresas, el 13.3% afirma tener de 0-4 años desempeñándose en ese cargo, el 26.7% manifiesta tener de 5-8 años desempeñándose en ese cargo y el 60.0% indican que tienen de 9 años a mas, desempeñándose en ese cargo.

**Tabla 6**

*Número de trabajadores de su empresa*

		<b>número de trabajadores de su empresa</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	5	33,3	33,3	33,3
	2	5	33,3	33,3	66,7
	3 a mas	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.*



**Figura 6. Número de trabajadores de su empresa**

*Fuente: Tabla 6*

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenido en las encuestas, se observa que, del total de los representantes de las empresas, el 33.3% afirma contar con un solo trabajador, el 33.3% indica contar con dos trabajadores en su empresa y un 33.3% indica contar con tres trabajadores a más.

**Tabla 7**

*Objetivo de Creación de la empresa*

<b>objetivos de creación de la empresa</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	generar ganancia	15	100,0	100,0	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.*



**Figura 7. Objetivo de Creación de la Empresa**

*Fuente: Tabla 7*

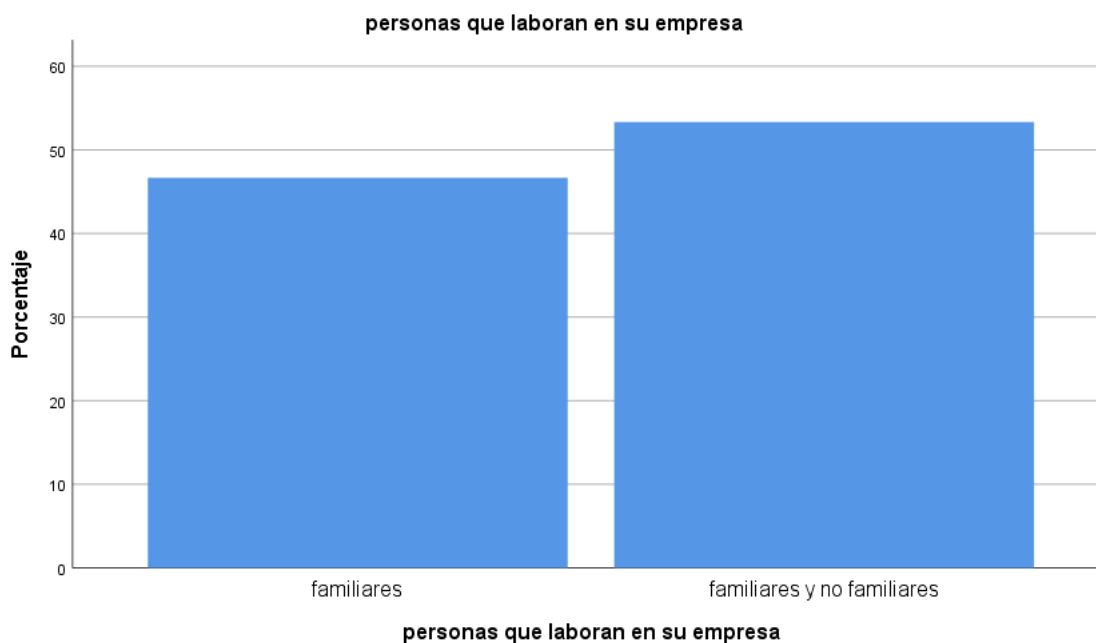
**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, se observa que, del total de los representantes de las empresas el 100% afirma que el objetivo de creación de la empresa es para generar ganancias.

**Tabla 8**

*Personas que laboran en la empresa.*

		<b>personas que laboran en su empresa</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Familiares	7	46,7	46,7	46,7
	familiares y no familiares	8	53,3	53,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.*



**Figura 8. Personas que laboran en su empresa**

*Fuente: Tabla 8*

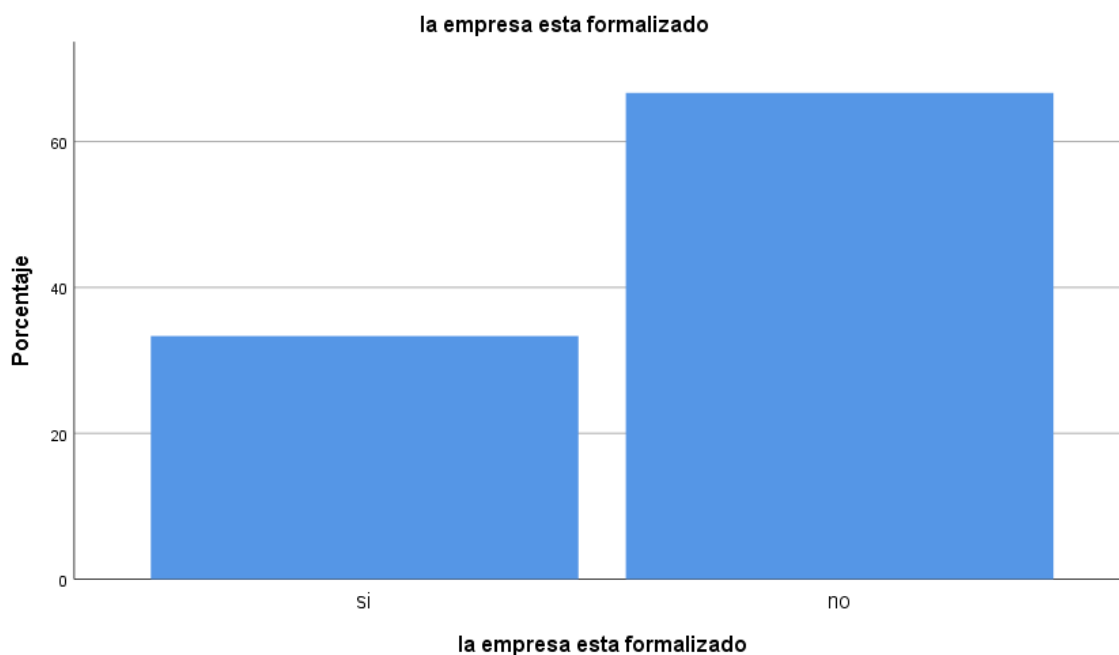
**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, se observa que el 46.7% afirma que son familiares que laboran en su empresa, el 53.3% refiere que laboran en su empresa con familiares y no familiares.

**Tabla 9**

*La empresa esta formalizado*

		la empresa esta formalizado			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	5	33,3	33,3	33,3
	no	10	66,7	66,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



**Figura 9. La empresa esta formalizado**

*Fuente: Tabla 9*

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, se observa que el 33.3% afirma que, si están formalizados, y el 66.7% refiere que no están formalizados.

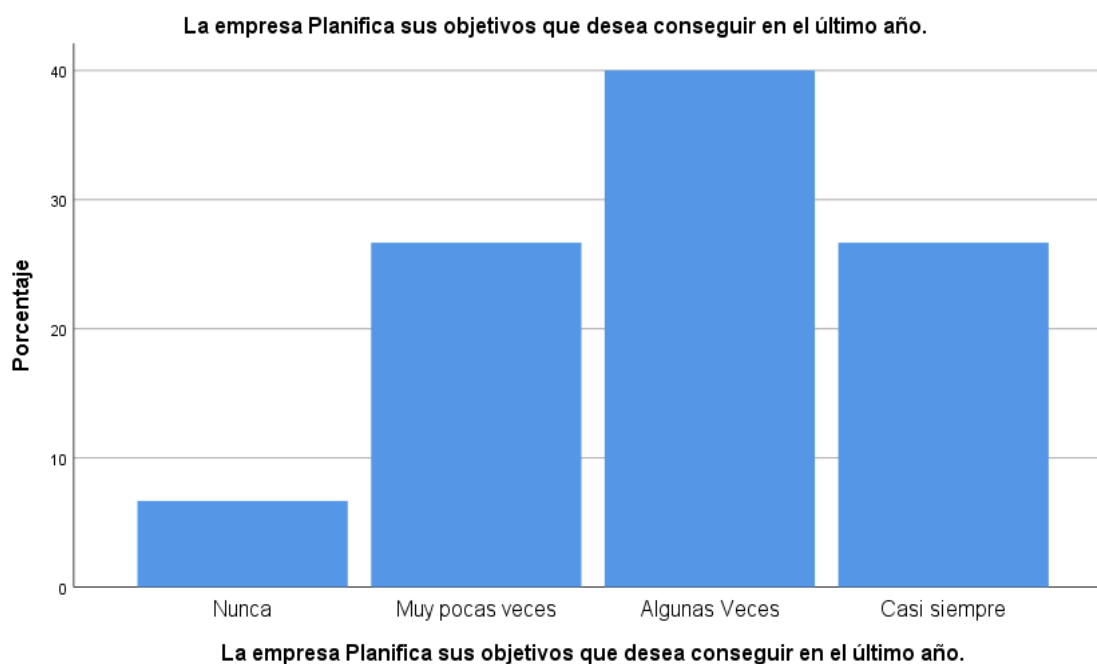
## Respecto a la Gestión de Calidad

**Tabla 10**

*La empresa Planifica sus objetivos que desea conseguir en el último año*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	6,7	6,7	6,7
	Muy pocas veces	4	26,7	26,7	33,3
	Algunas Veces	6	40,0	40,0	73,3
	Casi siempre	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



**Figura 10. La empresa Planifica sus objetivos que desea conseguir en el último año.**

Fuente: *tabla 10*

**Interpretación:** De acuerdo a los resultados obtenidas en las encuestas, se observa que, del total de las empresas, el 6.7% indican que nunca planifican sus objetivos que desea conseguir en el último año, un 26.7% refieren que muy pocas veces planifican sus objetivos que desean conseguir en el último año, mientras que un 40.0% manifiesta que algunas veces planifica sus objetivos que desea conseguir en el último año, un 26.7% afirma que casi siempre planifica sus objetivos que desea conseguir en el último año.

**Tabla 11**

*La empresa cuenta con un Plan Estratégico.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	6,7	6,7	6,7
	Muy pocas veces	5	33,3	33,3	40,0
	Algunas veces	7	46,7	46,7	86,7
	Casi siempre	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.*



**Figura 11. La empresa cuenta con un Plan estratégico**

*Fuente: Tabla 11*

**Interpretación:** De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas, se observa del total de la empresa, un 6.7% nunca han contado con un plan Estratégico, mientras que un 33.3% afirman que muy pocas veces cuentan con un Plan Estratégico, un 46.7% mencionan que algunas veces cuentan con un Plan estratégico, un 13.3% afirman que casi siempre cuentan con un Plan Estratégico.

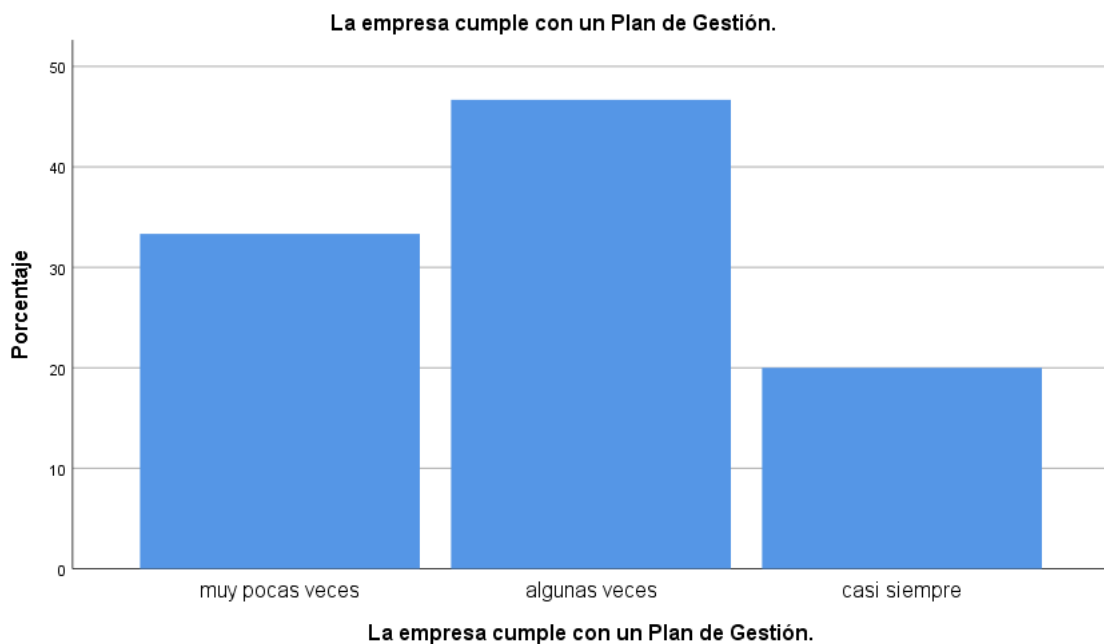


**Tabla 12**

*La empresa cumple con un Plan de Gestión.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	5	33,3	33,3	33,3
	Algunas veces	7	46,7	46,7	80,0
	Casi siempre	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.*



**Figura 12. La empresa cumple con un Plan de Gestión.**

*Fuente: Tabla 12*

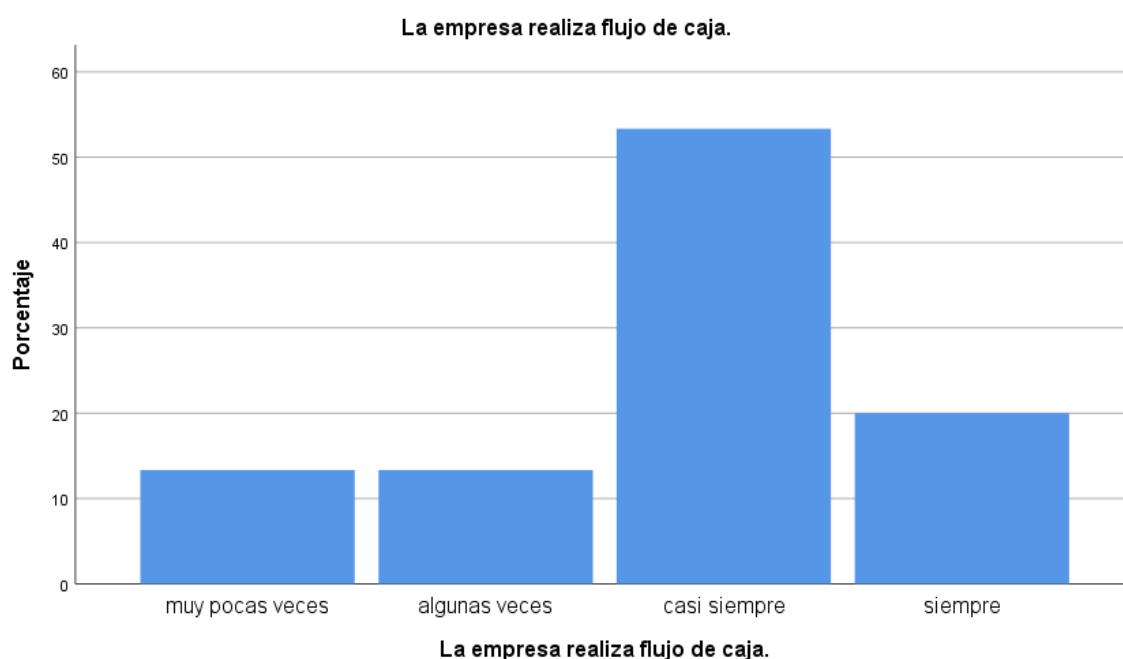
**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas, del total de las MYPE, se ha observado que el 33.3% mencionan que muy pocas veces cumplen con un Plan de Gestión, el 46.7% afirman que algunas veces cumplen con un Plan de Gestión, y un 20.0% sostiene que casi siempre cumplen con un Plan de Gestión.

**Tabla 13**

*La empresa realiza flujo de caja*

		<b>La empresa realiza flujo de caja.</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	2	13,3	13,3	13,3
	Algunas veces	2	13,3	13,3	26,7
	Casi siempre	8	53,3	53,3	80,0
	siempre	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.*



**Figura 13. La empresa realiza flujo de caja**

*Fuente: Tabla 13*

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, se observa que un 13.3% afirman que muy pocas veces realiza flujo de caja, el 13.3% manifiesta que la empresa realiza algunas veces flujo de caja, el 53.3% afirma que casi siempre la empresa realiza flujo de caja y el 20.0% menciona que la empresa siempre realiza flujo de caja.

**Tabla 14**

*La empresa realiza seguimientos a los procesos de venta.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	1	6,7	6,7	6,7
	Algunas veces	11	73,3	73,3	80,0
	Casi siempre	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.*



**Figura 14. La empresa realiza seguimientos a los procesos de venta.**

*Fuente: Tabla 14*

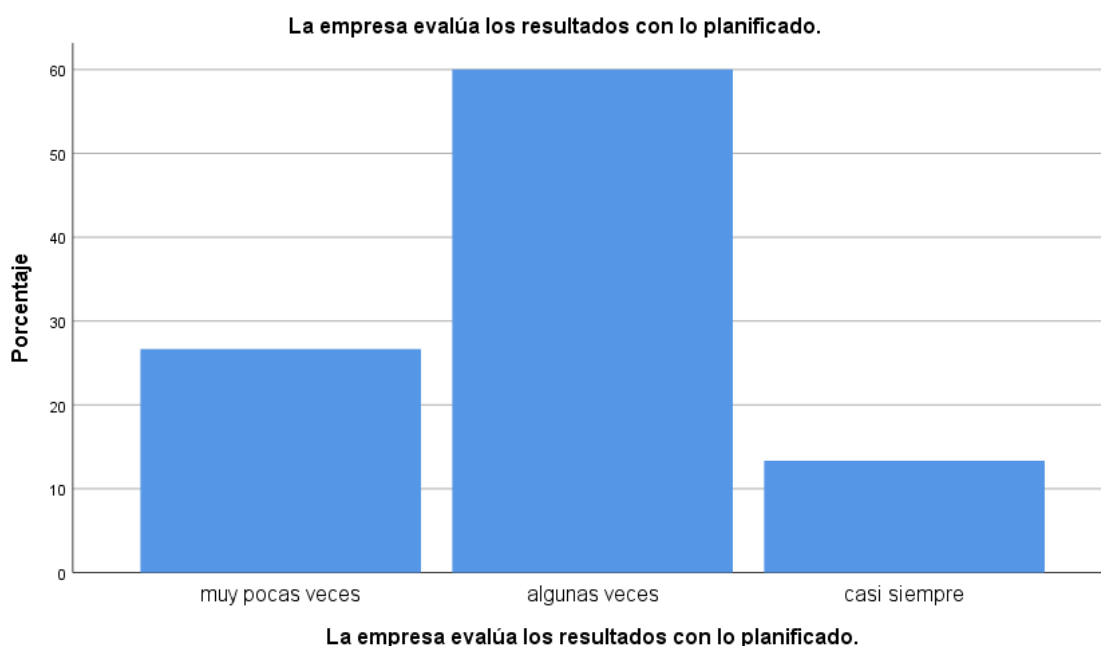
**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se observa que el 6.7% manifiestan que muy pocas veces realiza seguimientos a los procesos de venta, el 73.3% manifiesta que algunas veces realiza seguimiento a los procesos de venta, un 20.0% afirma que casi siempre realiza seguimiento a los procesos de venta.

**Tabla 15**

*La empresa evalúa los resultados con lo planificado.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	4	26,7	26,7	26,7
	Algunas veces	9	60,0	60,0	86,7
	Casi siempre	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.*



**Figura 15. La empresa evalúa los resultados con lo Planificado.**

*Fuente: Tabla 15*

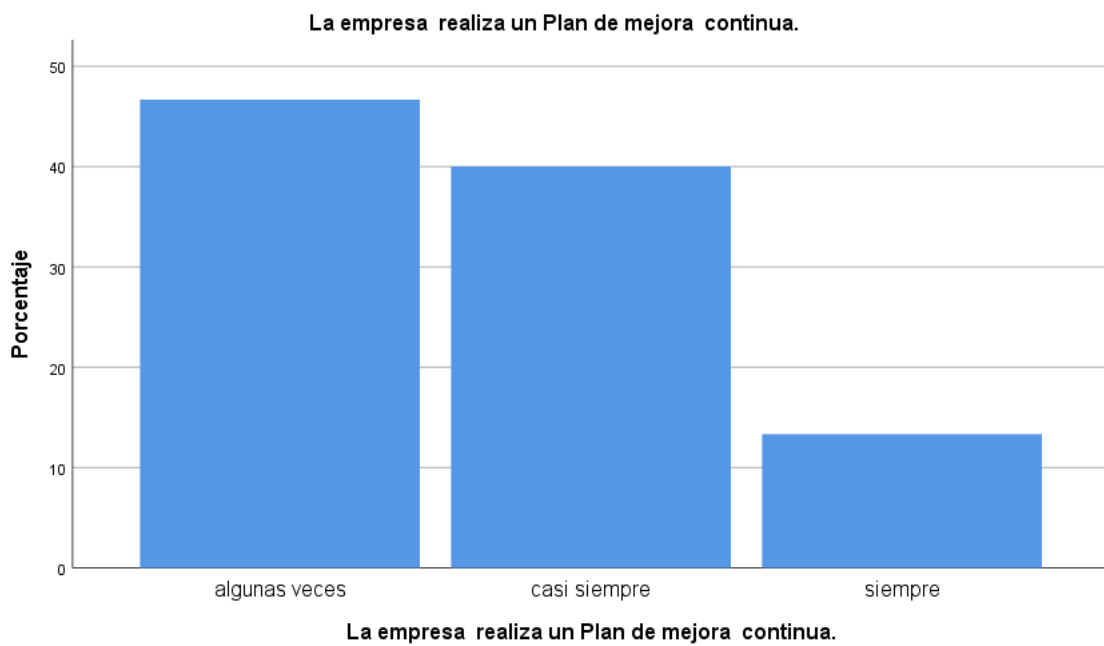
**Interpretación:** De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, del total, el 26.7% manifiesta que muy pocas veces la empresa evalúa los resultados con lo planificado, el 60.0% afirma que algunas veces la empresa evalúa los resultados con lo planificado, el 13.3% menciona que casi siempre la empresa evalúa los resultados con lo planificado.

**Tabla 16**

*La empresa realiza un Plan de mejora Continua*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	7	46,7	46,7	46,7
	Casi siempre	6	40,0	40,0	86,7
	Siempre	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



**Figura 16. La empresa realiza un Plan de mejora continua.**

*Fuente: Tabla 16*

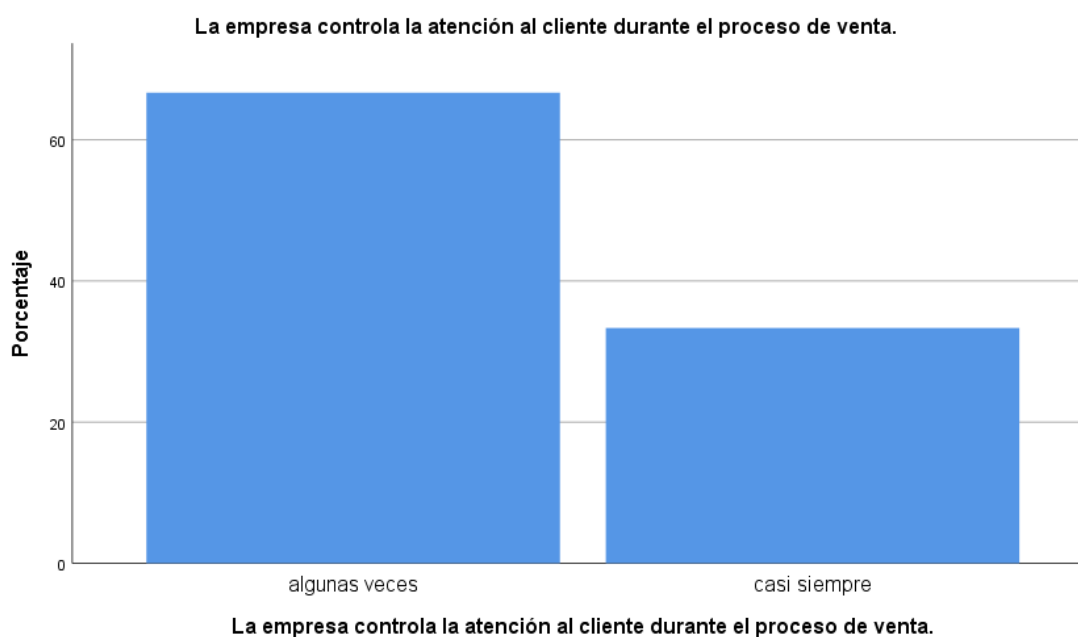
**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, el 46.7% manifiesta que algunas veces la empresa realiza un Plan de mejora continua, el 40.0% afirma que casi siempre la empresa realiza un Plan de mejora continua, 13.3% menciona que siempre la empresa realiza un Plan de mejora continua.

**Tabla 17**

*La empresa controla la atención al cliente durante el proceso de venta.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	10	66,7	66,7	66,7
	Casi siempre	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



**Figura 17. La empresa controla la atención al cliente durante el proceso de venta**

*Fuente: Tabla 17*

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados de la encuesta, del total, el 66.7% sostiene que algunas veces la empresa controla la atención al cliente durante el proceso de venta, el 33.3% manifiesta que casi siempre la empresa controla la atención al cliente durante el proceso de venta.

**Tabla 18**

*La empresa le hace reconocimiento, al cumplir con las metas.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	26,7	26,7	26,7
	Muy pocas veces	4	26,7	26,7	53,3
	Algunas veces	5	33,3	33,3	86,7
	Casi siempre	1	6,7	6,7	93,3
	Siempre	1	6,7	6,7	100,0
	Total		15	100,0	100,0

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



**Figura 18. La empresa hace reconocimiento, al cumplir con las metas.**

*Fuente: Tabla 18.*

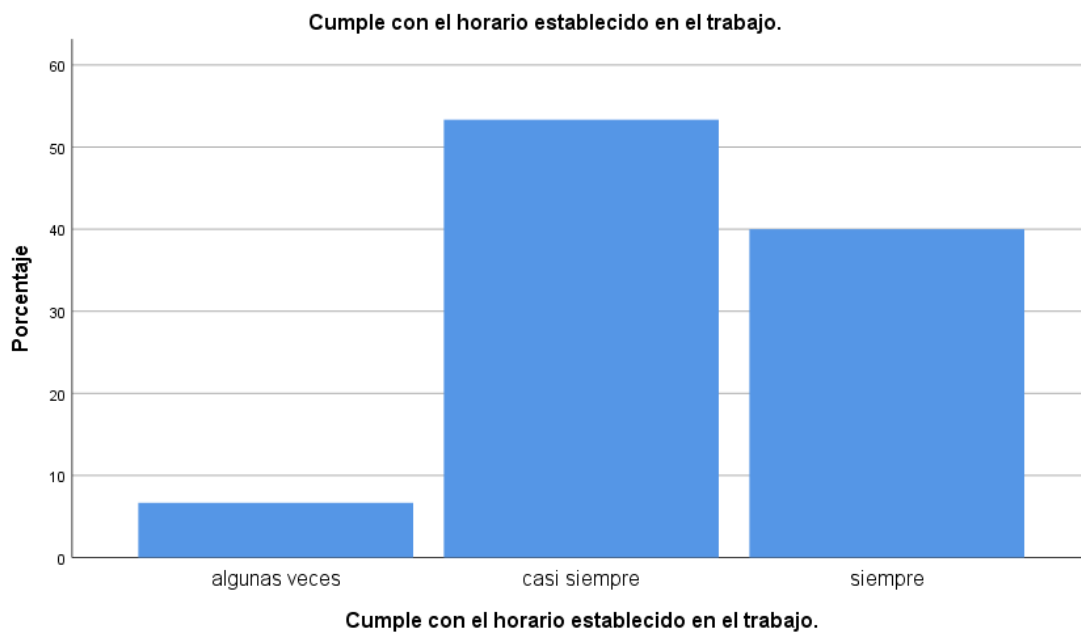
**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, del total, el 26.7% manifiesta que nunca la empresa le hace reconocimientos al cumplir con las metas, el 26.7% afirma que muy pocas veces la empresa realiza un Plan de mejora continua, el 33.3% afirma que algunas veces la empresa realiza un Plan de mejora continua, el 6.7% afirma que casi siempre la empresa realiza un Plan de mejora continua, el 6.7% afirma que siempre la empresa realiza un Plan de mejora continua.

**Tabla 19**

*Cumple con el horario establecido en el trabajo.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	6,7	6,7	6,7
	Casi siempre	8	53,3	53,3	60,0
	siempre	6	40,0	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



**Figura 19. En la empresa existe una buena relación con sus compañeros de trabajo.**

*Fuente: Tabla 19.*

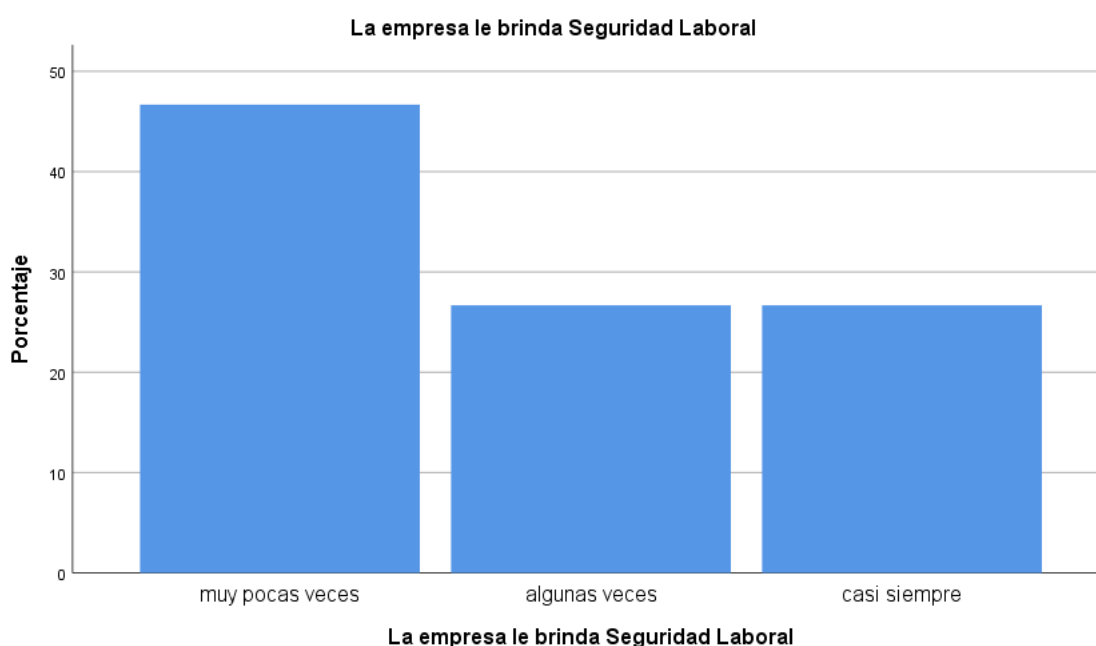
**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, del total, el 6.7% afirma que algunas veces cumple con el horario establecido en el trabajo, el 53.3% afirma que casi siempre cumple con el horario establecido en el trabajo, el 40.0% afirma que siempre cumple con el horario establecido en el trabajo.



**Tabla 20**  
*La empresa brinda Seguridad Laboral*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	7	46,7	46,7	46,7
	Algunas veces	4	26,7	26,7	73,3
	Casi siempre	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



**Figura 20. La empresa le brinda Seguridad Laboral.**

*Fuente: Tabla 20*

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados de las encuestas, del total el 46.7% de los encuestados manifiestan que muy pocas veces la empresa le brinda seguridad laboral, el 26.7% afirma que solo algunas veces la empresa le brinda seguridad laboral, el 26.7% afirma que casi siempre la empresa le brinda seguridad laboral.

**Tabla 21**

*La empresa contribuye a su crecimiento Profesional.*

		<b>La empresa contribuye a su crecimiento Profesional</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	7	46,7	46,7	46,7
	Algunas veces	5	33,3	33,3	80,0
	Casi siempre	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.*



**Figura 21. La empresa contribuye a su crecimiento Profesional.**

*Fuente: Tabla 21.*

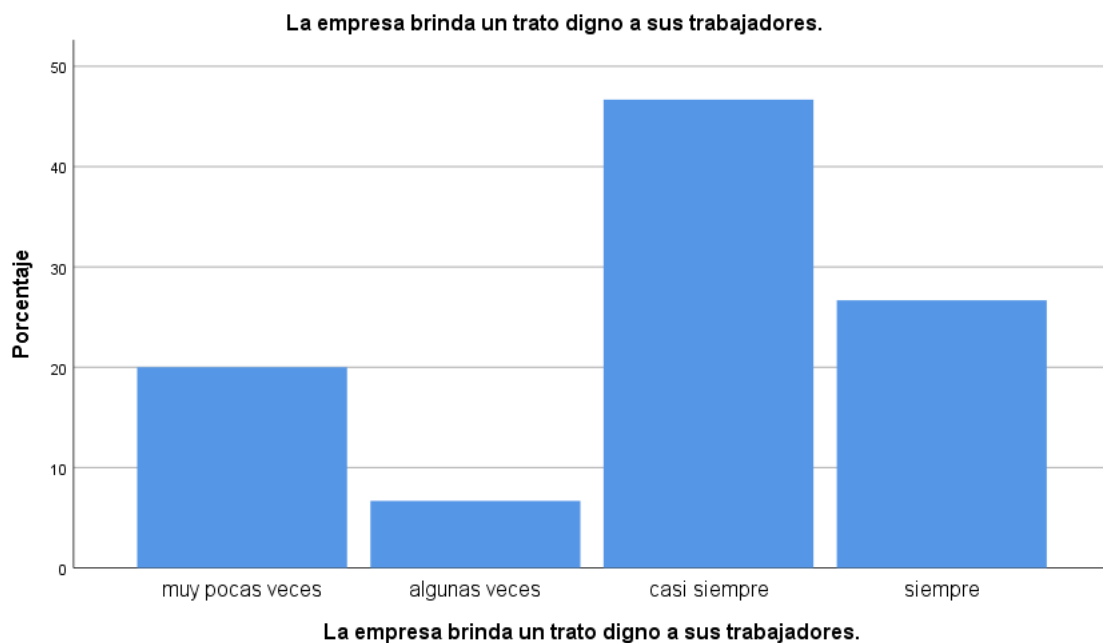
**Interpretación:** De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta del total, el 46.7% manifiesta que muy pocas veces la empresa contribuye a su crecimiento profesional, un 33.3% afirma que algunas veces la empresa contribuye a su crecimiento profesional, y el 20.0% mencionan que casi siempre la empresa contribuye a su crecimiento profesional.

**Tabla 22**

*La empresa brinda un trato digno a sus trabajadores.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	3	20,0	20,0	20,0
	Algunas veces	1	6,7	6,7	26,7
	Casi siempre	7	46,7	46,7	73,3
	siempre	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



**Figura 22. La empresa brinda un trato digno a sus trabajadores.**

*Fuente: Tabla 22.*

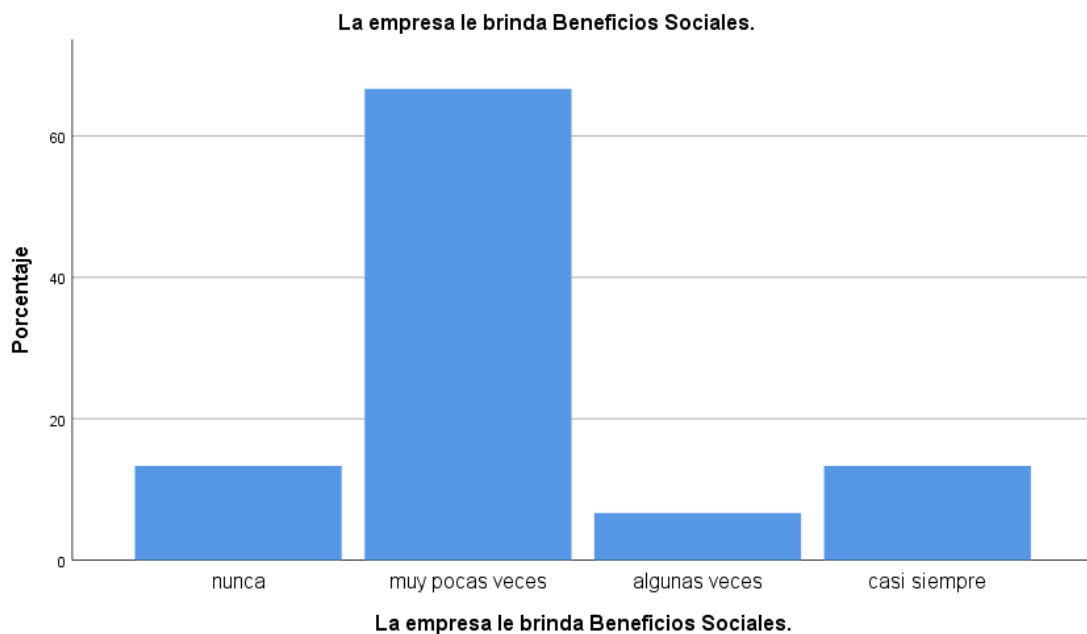
**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, de la totalidad, el 20.0% manifiesta que muy pocas veces la empresa brinda un trato digno a sus trabajadores, el 6.7% afirma que algunas veces la empresa brinda un trato digno a sus trabajadores, el 46.7% afirma que casi siempre la empresa brinda un trato digno a sus trabajadores, el 26.7% afirma que siempre la empresa brinda un trato digno a sus trabajadores.

**Tabla 23**

*La empresa brinda Beneficios Sociales.*

		<b>La empresa le brinda Beneficios Sociales.</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	13,3	13,3	13,3
	Muy pocas veces	10	66,7	66,7	80,0
	Algunas veces	1	6,7	6,7	86,7
	Casi siempre	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.*



**Figura 23. La empresa le brinda Beneficios Sociales.**

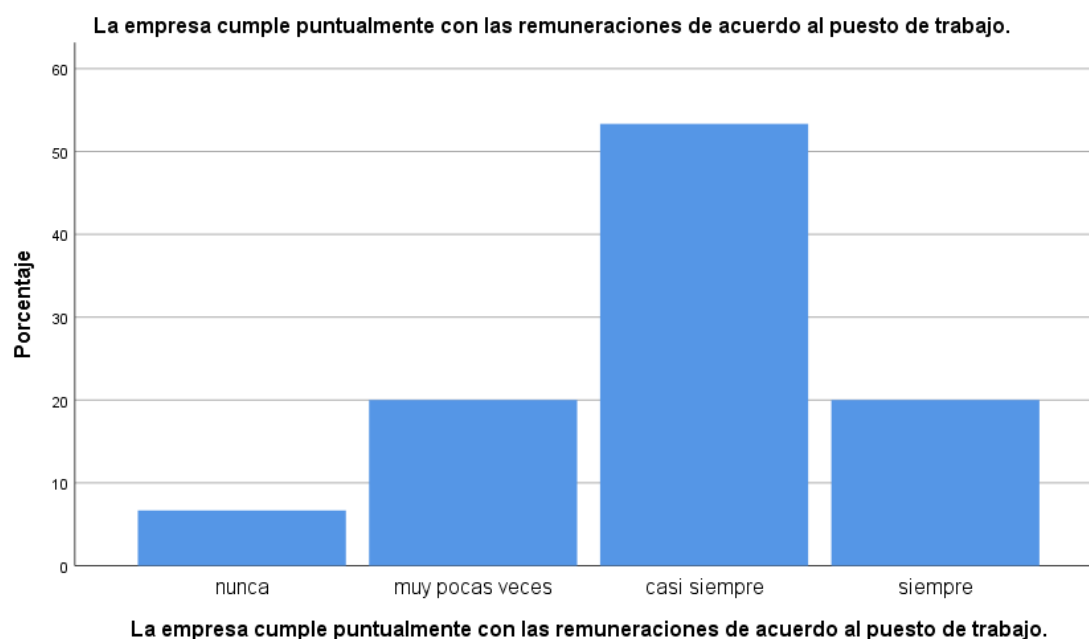
*Fuente: Tabla 23*

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se observó, de la totalidad, que el 13.3% manifiestan que nunca la empresa brinda beneficios sociales, el 66.7% menciona que muy pocas veces la empresa brinda beneficios sociales, el 6.7% afirma que algunas veces la empresa brinda beneficios sociales, el 13.3% señala que casi siempre la empresa brinda beneficios sociales.

**Tabla 24.** *La empresa cumple puntualmente con las remuneraciones de acuerdo al puesto de trabajo.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	6,7	6,7	6,7
	Muy pocas veces	3	20,0	20,0	26,7
	Casi siempre	8	53,3	53,3	80,0
	siempre	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** *Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.*



**Figura 24.** *La empresa cumple puntualmente con las remuneraciones de acuerdo al puesto de trabajo.*

*Fuente: Tabla 24.*

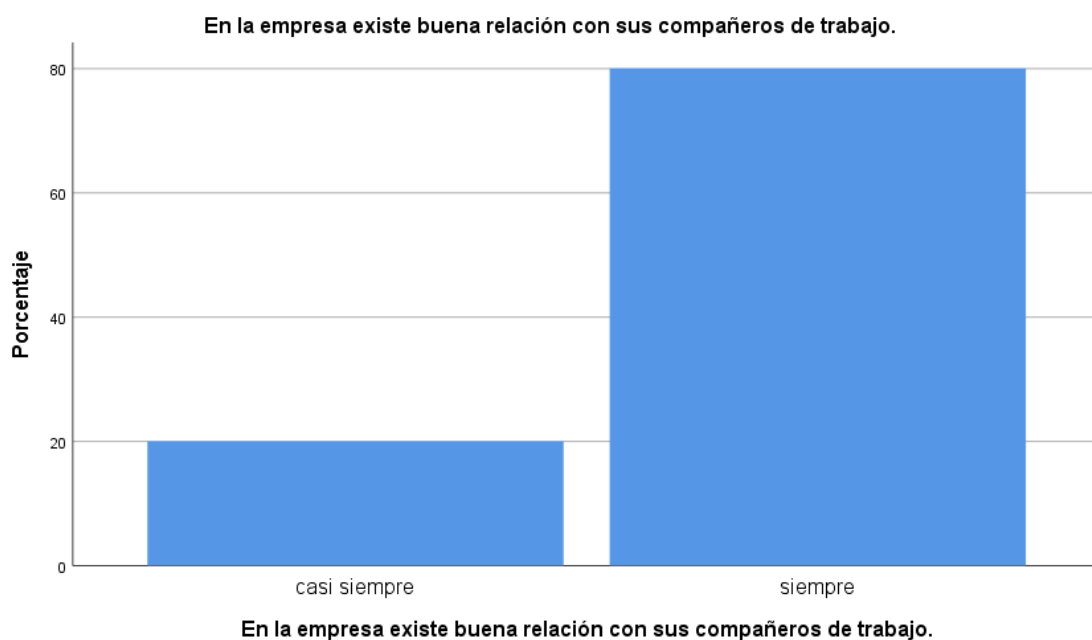
**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, de la totalidad el 6.7% manifiesta que nunca la empresa cumple puntualmente con las remuneraciones de acuerdo al puesto de trabajo, el 20.0% manifiestan que muy pocas veces la empresa cumple puntualmente con las remuneraciones de acuerdo al puesto de trabajo, el 53.3% menciona que casi siempre la empresa cumple puntualmente con las remuneraciones de acuerdo al puesto de trabajo, el 20.0% afirma que siempre la empresa cumple puntualmente con las remuneraciones de acuerdo al puesto de trabajo.

**Tabla 25**

*En la empresa existe buena relación con sus compañeros de trabajo.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	3	20,0	20,0	20,0
	siempre	12	80,0	80,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete, 2018.



**Figura 25. Disfrutas con la satisfacción de terminar una tarea difícil.**

*Fuente: Tabla 25.*

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, se observa de la totalidad, el 20.0% manifiesta que casi nunca en la empresa existe buena relación con sus compañeros de trabajo, y el 80.0% afirma que siempre en la empresa existe buena relación con sus compañeros de trabajo.

## **4.2. ANALISIS DE RESULTADOS**

### **4.2.1. características de los representantes de la MYPE**

- De acuerdo con lo obtenido de los resultados de la encuesta realizada en la investigación se observa que el 60.0% de los representantes de las MYPES, tienen entre 31-50 años (Tabla N° 1). Así mismo coincide con Meza (2018), quien tiene una similitud del 50% de los representantes de las Mypes tienen entre 30-40 años, asimismo Chávez (2017) quien registra un resultado similar de 50% de los representantes de las Mypes tienen de 31-40; también contrasta con los resultados realizados por Aquino (2018), donde registra un resultado del 70% de los representantes tiene más de 40 años de edad, así mismo hace contraste con los resultados realizados por Panduro (2017), donde registra un resultado de 80% de los representantes de las MYPES que tienen entre 20-35 años de edad. La misma que demuestra que la mayoría de los representantes de las MYPES están dirigidos por personas maduras y responsables que tienen mucha experiencia en este campo.
- Con respecto al Género de los representantes de las MYPES, el 60.0% son de género femenino (Tabla N°2), de la misma manera coincide con los resultados de Meza (2018), quien registra un resultado similar de 80% de los representantes de las MYPES son de género femenino, así mismo Panduro (2017) registra un resultado de un 70% de los representantes de las MYPES son de sexo femenino. Por otro lado, se hace una contrasta con Aquino (2018) quien registra un resultado de 55.0% de los representantes de las MYPES son de género masculino; lo que se puede deducir que el gran porcentaje de los representantes de las MYPES del sector Comercio-rubro venta son de género femenino.

- Con respecto al Grado de Instrucción de los representantes de las MYPES, el 46.7% tienen Secundaria como Grado de Instrucción (Tabla N° 3), así mismo tiene una similitud con Aquino (2018) quien sostiene en su investigación un 65.0% tienen grado de instrucción secundaria, un resultado muy parecido es de Panduro (2017) quien demuestra que el 42% solo tienen estudios secundarios, por otro lado se hace contraste con Chávez (2017), quien indica que el 50% de los representantes cuentan con estudios superiores no universitarios. Esto quiere decir que la gran mayoría de los representantes de las MYPES tienen estudios secundarios, ante ello decidieron formar su propia empresa y de esta manera generar un ingreso y crear puesto de trabajo, dando empleo a más personas.
- Con respecto al Cargo que desempeña los representantes de las MYPES, el 86.7% son dueño de la empresa (Tabla N° 4), de la misma manera existe una similitud con Aquino (2018), quien manifiesta que el 100% de los representantes son dueños, de igual forma tiene una similitud con Chávez (2017), quien afirma que el 56.25% de los representantes encuestados son los dueños, a su vez coinciden con los resultados de Parihuamán (2019) quien menciona que el 60% de los representantes de las MYPES son los dueños. Esto demuestra que la gran mayoría de los representantes de este rubro, son los mismos dueños, quienes dirigen su propia empresa.
- Con respecto al tiempo que desempeña en el rubro de ventas, un 60.0% tienen más de 9 años (Tabla N°5), estos resultados coinciden con resultados de Parihuamán (2019), quien indica que el 80% de los representantes tienen trabajando en ese rubro 7 a más años, de la misma forma existe una similitud entre el resultado de Aquino (2018), quien afirma que el 70% de los



representantes de las empresas tienen entre 6-10 años trabajando en su empresa, de la misma manera existe similitud con los resultados de Chávez (2017) quien afirma 43.75% de los representantes de las MYPES tienen laborando en ese cargo más de 7 años. Esto afirma y demuestra que los representantes de las MYPES tienen tiempo necesario para desempeñarse eficientemente en el rubro indicado.

### **Con respecto a las MYPES**

- Con respecto al número de trabajadores de la empresa, un 33.3% de los representantes de las MYPES, consideran a 3 trabajadores en su empresa (Tabla N° 6), de la misma manera existe una similitud de los resultados obtenidos por Rioja (2019) donde indica que cuentan con 1 a 5 trabajadores, por otra parte, se hace un contraste con Panduro (2017) que indica que el 40% de sus representantes, requieren de 11 a más trabajadores. Esto demuestra que la gran mayoría de los representantes de las MYPES cuentan en su mayoría con solo 3 trabajadores, cabe recalcar que esto es a consecuencia de que hay representantes que tienen otro establecimiento similar por lo que es necesario de otra persona y en otros casos existe 2 trabajadores en un mismo establecimiento.
- Con respecto al objetivo de creación de la empresa, un 100% de los representantes de las MYPES, su objetivo es generar ganancia (Tabla N° 7), de la misma manera existe similitud con los resultados obtenidos por Parihuamán (2019) en la que indica que el 60% de los representantes de la MYPES, indican que el objetivo para crear una empresa, ha sido para generar ganancias, Así mismo los resultados obtenidos por Carpio (2016), quien indica que el 70% de los representantes mencionaron que el objetivo de crear una empresa era para

generar ganancias. Esto significa que la gran mayoría de los representantes de las MYPES, el objetivo principal de crear una empresa es netamente de generar ganancias con la finalidad de crecer cada vez.

### **Con respecto a la Gestión de Calidad**

- Con respecto si cuenta con un Plan Estratégico, un 46.7% afirma que algunas veces cuentan y hacen uso de un Plan estratégico (Tabla N° 11), así mismo existe una similitud con los resultados obtenido por Panduro (2017) en la que un 60% utiliza el Plan Estratégico. Lo que significa que existe falta de preocupación por parte de las empresas en cuanto al uso y empleo de un Plan Estratégico, lo ideal sería de que el 100% de las hicieran uso de un Plan Estratégico.
- Con respecto si la empresa cuenta con Plan de Gestión, un 46.7% afirma que algunas veces cuentan y hacen uso de un Plan de Gestión (Tabla 12), del mismo modo existe similitud con los resultados de Panduro (2017) manifiesta que un 40% cuenta y hace uso de un Plan de gestión.
- Con respecto si la empresa realiza seguimientos a los procesos de venta, un 73.3% manifiestan que casi siempre lo realizan (Tabla N° 14), de la misma manera existe una similitud con Cornejo (2019) en la que manifiesta que en un 94% que si reciben orientación, la cual ayuda al cliente e influye en la decisión de la compra.
- Con respecto si compara los resultados con lo planificado, un 60.0% afirma que siempre compara los resultados con lo planificado (Tabla N°15), existe una similitud Vargas (2015) donde indica que el personal encuestado fija los objetivos en la empresa influyendo en un 29.49% sobre el modo en que se evalúa.

- Con respecto si cuenta con Plan de Mejora Continua, un 46.7% indica que algunas veces cuentan con un Plan de mejora Continua (Tabla N° 16), en la que López (2018) opinó que es necesario tener un Plan de mejora continua de los servicios que permita mejorar las actividades de la organización.

**Con respecto a la Motivación:**

- Con respecto si le hace reconocimiento, al cumplir con las metas, el 33.3% mencionaron que algunas veces le hacen reconocimientos de diferentes tipos (Tabla N° 18), mientras que existe una similitud con Alva (2014) quien menciona que un 31.3% considera que el logro laboral si influye como elemento motivador en una empresa, es decir que la motivación es muy importante para la motivación de los colaboradores dentro de la empresa.
- Con respecto si la empresa brinda seguridad laboral el 46.7% mencionaron que muy pocas veces las empresas brindan seguridad a sus trabajadores (Tabla N° 20), mientras que existe una similitud con Alva (2014) donde menciona en su resultado, que el 37.5% considera que casi siempre se han establecido elementos de seguridad en su puesto laboral.
- Con respecto si brinda un trato digno a sus trabajadores, el 46.7% mencionaron que si brindan un trato digno a sus trabajadores (Tabla N° 22), es decir es una forma de motivación para el mejor desenvolvimiento dentro de la empresa.
- Con respecto si la empresa contribuye a su crecimiento laboral, el 46.7% afirmaron que muy pocas veces la empresa contribuye de alguna manera al crecimiento profesional (Tabla N°21), de la misma manera tiene una similitud con Alva (2014) en la que menciona que el 43.8% de los encuestados indicaron que casi nunca la empresa le brinda oportunidades de crecimiento laboral.

- Con respecto si existe una buena relación con sus compañeros de trabajo, el 80% afirmaron que siempre existe una buena relación con sus compañeros de trabajo (Tabla N°25), de la misma manera tiene una similitud con Arias (2016) en la que menciona que el 87.5% de los encuestados indicaron que siempre establecen un clima de confianza.

## V. CONCLUSIONES

En el trabajo de investigación se concluyó de la siguiente manera:

1. Se identificó que la motivación es un gran problema que tienen en su mayoría de las micro y pequeñas empresas, por falta de incentivos de parte de los representantes de las Mypes.
2. Se concluyó, la motivación para los trabajadores se deriva de una interacción compleja entre los motivos internos de las personas y los estímulos de la situación o ambiente.
3. Los colaboradores del Mercado Virgen Del Carmen de Imperial de Cañete, no se encuentran totalmente motivados, ya que mencionan que las empresas no se comprometen en cuanto a su crecimiento profesional, no le brindan ningún tipo de beneficios, mucho menos le hacen reconocimientos a su labor y entrega a su trabajo.
4. La Motivación Laboral es un elemento fundamental para el éxito de las micro y pequeñas empresas, ya que de ellas dependen en gran medida la consecución de los objetivos de las empresas. Lo cierto es que todavía muchas de las empresas no se han percatado de la gran importancia de este tema y siguen practicando una gestión que no se tiene en cuenta el factor humano.

## **RECOMENDACIONES**

### **Referente a los representantes de las MYPES**

Luego de haber obtenido los resultados y haber llegado a diferentes conclusiones, se pasará a realizar recomendaciones:

- Se les sugiere a los representantes de las Mypes a que aspiren a continuar con sus estudios superiores, dándose esa oportunidad de estudiar una carrera a distancia, sin descuidarse de su empresa.
- Así mismo a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de prendas de vestir se recomienda aplicar los principios de gestión de calidad, implantando los procesos de mejora continua, ya que es el mejor modo de conseguir la calidad y generar más ingresos.

### **Referente a las MYPES**

- Se les recomienda a los representantes de las Mypes a la participación y el compromiso con todo el personal de las micro y pequeñas empresas a realizar el proceso de comparación de los resultados con lo planificado, para obtener mejores resultados.
- Se les recomienda a los representantes de las micro y pequeñas empresas a establecer objetivos claros, de esa manera contribuir a la satisfacción personal.

### **Referente a la gestión de Calidad**

- A los representantes de las Mypes, se le recomienda a emplear un Plan de mejora continua, para que de esta manera los clientes se sientan satisfechos de adquirir un producto de buena calidad. (variedad de producto, variedad de precios, variedad de modelos).

- Asimismo, se le recomienda analizar y evaluar los resultados de cada colaborador de la empresa de manera periódica o trimestrales para obtener mejores resultados, siendo beneficioso para ambas partes.

**Referente a la Motivación**

- A los representantes de las Mypes, se le recomienda a que realicen acciones de Motivación a su personal para mejorar su rendimiento laboral y el logro de los objetivos.
- Involucrar a los colaboradores de manera directa y activa en todas las actividades que se desarrolle en la empresa.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Aguilar López, F. (2018). *Influencia de la motivación en el rendimiento laboral del personal de la empresa Inversiones Leña y Sabor S.A.C, Lima, 2018.*
- Alba Zegarra, I. E., & Trujillo Navarro, J. L. (2014). Factores de motivación según Herzberg y desempeño laboral de la distribuidora Navarro eirl de Huaraz 2014.
- Aldo G. MBA Marketing estratégico (Pag 92).
- Arias Quispe, M. N. (2018). Caracterización de la gestión de calidad bajo el proceso de selección del personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio–rubro venta minorista de productos textiles (Boutiques) del distrito de Huaraz, 2016.
- Berovides-Castellón, M., & Michelena-Fernández, E. (2013). La gestión de la calidad en una empresa de pastas alimenticias. *Ingeniería industrial*, 34(3), 252-266.
- Casas Lazo, P. H. (2017). La motivación y su influencia en el desempeño laboral del personal administrativo en la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Piura.
- Chiavenato, I., Villamizar, G. A., & Aparicio, J. B. (1983). *Administración de recursos humanos* (Vol. 2). McGraw-Hill.
- CULTURAL, S. A. I. (1999). *Diccionario de marketing* (No. Am0196). CULTURAL EDITORIAL.
- De La Cruz, M., & Caty, M. (2017). Caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPES, en el sector de ventas de ropas de vestir para damas en la ciudad de Tingo María, año 2017.



- Deming, W. E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Ediciones Díaz de Santos.
- Durán, M. U. (1992). *Gestión de calidad*. Ediciones Díaz de Santos.
- Espinoza Obregón, L. (2017). Gestión de calidad con el uso del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio–rubro venta minorista de ropa, galería Señor de los Milagros de Huarney, año 2016.
- Florian, N., & Guilliana, M. (2019). Motivación de logro en estudiantes de la academia pre–universitaria Thales de Mileto Tumbes, 2018.
- Frías, V. G. F. (2012). La gestión de la calidad total en nuevas empresas de base tecnológica: Propuesta de modelo y validación en el Parque Científico de Madrid (Doctoral dissertation, Universidad Autónoma de Madrid).
- Gonzales, N. A. G. (2015). Concentración de las MYPES y su impacto en el crecimiento económico. *Quipukamayoc*, 23(43), 29-39.
- Hidalgo Rivas, J. R. (2017). La cultura organizacional y la motivación laboral en los trabajadores de la gerencia central de normativa del servicio de administración tributaria, Lima 2017.
- Huaranga, L., & Arnold, K. (2016). Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio–rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013.
- Jamanca Anaya, C. A. (2018). Caracterización de la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg en las micro y pequeñas empresas del sector

servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2015.

Julián, Pérez y Gardey. (2016). Definición de ropa (<https://definiciones.de/ropa/>) .

López Mosquera, D. C. (2018). Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy' s de la ciudad de Guayaquil.

Maslow, A., & Maslow, P. A. (2015). La Motivación. *Trabajo*, 23(06).

Molina, R., Israel, R., & Ampudia Sjogreen, D. E. (2018). Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial. *RECITIUTM*, 4(1), 16-32.

Mora-Riapira, E. H., Vera-Colina, M. A., & Melgarejo-Molina, Z. A. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 79-87.

PALACIOS, T. M. B., MERA, A. C., GONZALEZ, F. J. M., & LACOBBA, S. R. (2005). *Manual de dirección de operaciones*. Ediciones Paraninfo, SA.

Panduro Coz, N. G. (2018). *Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de prendas de vestir de la ciudad de Tingo María 2017*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Pérez, J., & Publicado, G. A. (2008). Actualizado: 2012. *Definición de integración* (<http://definicion.de/integracion/>).

Salvatierra, C., & Beickert, K. (2018). Impacto de la calidad del servicio en la satisfacción en la micro y pequeña empresa del rubro restaurante de comida criolla en Ñaña, distrito de Lurigancho Chosica.

- Sánchez Carlessi, H., & Reyes Meza, C. (1998). Metodología y diseños en la investigación científica. *Edit. Mantaro, Lima-Perú.*
- Rosales Vicos, M. J. (2019). *Gestión de calidad con el uso de benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Chic galerías en el distrito de Chimbote, 2016.* Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Tarí, J. J. (2000). *Calidad total: fuente de ventaja competitiva.* Universidad de Alicante. Servicio de Publicaciones.
- Ruiz, P. (1996). Los indicadores no financieros en la gestión de calidad total del área de operaciones. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 937-960.
- Robbins Stephen (1994) Comportamiento Organizacional. Editorial Prentice-Hall 1994.
- Saavedra Villar, P, C. (2017). Metodología de la investigación científica. *Edit. El Tambo, Huancayo-Perú.*
- Thompson, I. (2006). Concepto de empresa. *Promonegocios. net.*
- Vaca Orosco, P. P. (2015). *Influencia de la motivación laboral en la rotación de personal en la empresa Lissomsa SA*” (Bachelor's thesis, Quito: UCE).
- Valderrama Villanueva, S. D. (2019). *Gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio–rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014.*
- Vergara, C., & Eliseo, J. (2018). *Caracterización de gestión de calidad en micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas en el AA. HH. San Luis, distrito Nuevo Chimbote, 2015.*

# ANEXOS

## **Anexo N° 01**

### **CUESTIONARIO QUE SE APLICARA A LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE ROPA PARA CABALLEROS.**

#### **INSTRUCCIONES:**

Estimado participante, a continuación, le presentamos una serie de preguntas que nos servirán para medir la Gestión de Calidad, le agradecemos anticipadamente por su colaboración al aportar con su opinión, Sírvase a contestar según a su criterio marcando con un (X):

#### **I.GENERALIDADES**

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

##### **1. Edad:**

- a) 18-30 años
- b) 31-50 años
- c) 51 a más años

##### **2. Género:**

- a) Femenino
- b) Masculino

##### **3. Grado de Instrucción:**

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Superior

**1. Cargo que desempeña:**

- a) Dueño
- b) Administrador
- c) Otros

**2. Tiempo que desempeña en el rubro de ventas**

- a) 0-4 años
- b) 5-8 años
- c) 9 años a mas

**3. Número de trabajadores de su empresa**

- a) 1
- b) 2
- c) 3 a mas

**4. Objetivo de Creación de la Empresa:**

- a) Generar Ganancia
- b) Subsistir

**5. . Personas que laboran en su empresa:**

- a) Familiares
- b) No familiares
- c) Familiares y no familiares

**6. La empresa esta formalizado**

- a) Si
- b) No

## Cuestionario para medir la Gestión de Calidad. Y motivación

Estimado Participante, a continuación, se presentará una serie de preguntas que servirá para medir La Gestión de Calidad en la empresa donde labora. Sírvase a contestar según a su criterio tomando en cuenta el cuadro que a continuación le presentamos:

Si considera que siempre se cumple la pregunta o afirmación, marque en el casillero correspondiente al número 5; si su respuesta es casi siempre, marque el casillero 4, si su respuesta es a veces, marque el casillero 3; si es casi nunca, debe marcar el casillero 2 y si es nunca, debe marcar el casillero 1.

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

N°	ITEMS	ALTERNATIVAS				
<b>V 1: GESTION DE CALIDAD</b>						
<b>Dimensión 1: PLANIFICAR</b>						
1	La empresa Planifica sus objetivos que desea conseguir en el último año.	1	2	3	4	5
2	La empresa cuenta con un Plan estratégico.	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 2:HACER</b>						
3	La empresa cumple con un Plan de Gestión.	1	2	3	4	5
4	La empresa realiza flujo de caja.	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 3: VERIFICAR</b>						
5	La empresa realiza seguimiento a los procesos de venta.	1	2	3	4	5
6	La empresa evalúa los resultados con lo planificado.	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 4: ACTUAR</b>						
7	La empresa realiza un Plan de mejora continua.	1	2	3	4	5

8	La empresa controla la atención al cliente durante el proceso de venta.	1	2	3	4	5
<b>VARIABLE 2: MOTIVACION</b>						
<b>Dimensión 1: Factores Motivacionales</b>						
9	La empresa le hace reconocimientos, al cumplir con las metas.	1	2	3	4	5
10	Cumple con el horario establecido en el trabajo.	1	2	3	4	5
11	La empresa le brinda Seguridad Laboral	1	2	3	4	5
12	La empresa contribuye a su crecimiento Profesional	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 2: Factores Higiénicos</b>						
13	La empresa brinda un trato digno a sus trabajadores.	1	2	3	4	5
14	La empresa le brinda Beneficios Sociales.	1	2	3	4	5
15	La empresa cumple puntualmente con las remuneraciones de acuerdo al puesto de trabajo.	1	2	3	4	5
16	En la empresa existe buena relación con sus compañeros de trabajo.	1	2	3	4	5

**GRACIAS POR SU COLABORACION**



**Anexo N° 02****RELACIONES DE LAS MYPES Y SU ESTUDIO**

<b>N°</b>	<b>DENOMINACION</b>	<b>PROPIETARIOS</b>	<b>DNI/RUC</b>	<b>UBICACIÓN</b>
<b>01</b>	“El Mundialito”	José Flores Huamán	15380325	Trast. Mz V- p.17
<b>02</b>	“ Tu estilo manda”	Walter Ramos Postillón	1015436379	Mz Q- p.15
<b>03</b>	“Ore Fashion”	Mónica Orellana Clemente	463672623	Mz M- p. 22
<b>04</b>	“Punto de Moda ”	Marleny Cabezas Huamaní	1043387559	Mz P- p.01
<b>05</b>	“Barba Roja”	Leonor Lévano Flores	101535542614	Mz O-p.15
<b>06</b>	“D’ Remo”	Eduardo Quispe Cayllahua	469831057	Trast. Mz V-p.23
<b>07</b>	“D’Wero”	Alberto Lara Navarro	15432470	Mz U- p. 09
<b>08</b>	“Modas Saandra”	Sandra Quipe Peña	45028111	Mz O-p.11
<b>09</b>	“Chavito”	Jaime Tello Cobos	10719315	Mz P-p. 05
<b>10</b>	“Novedades jones”	Yoner Cunto Yaranga	46166527	Mz Q1- p. 31
<b>11</b>	“Punto de Moda II”	Marleny Cabezas Huamaní	1043387559	Mz P-p 10
<b>12</b>	“Novedades WIKAFE”	Rosas Pachas Cama	15423647	Trast MzV1- p. 01
<b>13</b>	“Creaciones Gary”	Patricia Y. Velasque Soto	43108465	MzO-p.15
<b>14</b>	“Creaciones Raúl ”	Sergio Quispe Guerra	15452278	Mz U- p.13
<b>15</b>	“Comercial Titto”	Beltrán Flores Tito	215596121	Mz Q1 p.32

**Anexo N° 03 Propuesta de Mejora**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION COMO FACTOR  
RELEVANTE PARA LA GESTION DE CALIDAD EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑA EMPRESA, DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE  
PRENDAS DE VESTIR PARA CABALLEROS EN EL DISTRITO DE  
IMPERIAL, PROVINCIA DE CAÑETE, 2018**

## **INDICE**

INTRODUCCION.....	100
JUSTIFICACION.....	101
DIAGNOSTICO SITUACIONAL.....	102
IMPORTANCIA DE PROPUESTA DE MEJORA.....	103
CONCLUSION.....	108

## INTRODUCCION

La presente propuesta de mejora, de la Motivación para el sector comercio, rubro venta de prendas de vestir para caballeros del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, 2018.

Al elaborar el plan de mejora se tomó en cuenta la variable de Motivación, y así mismo se tomó en cuenta de la información que se obtuvo a través de las encuestas realizada en campo.

El sector comercial representa una parte considerable como fuente principal de empleo en el Distrito de Imperial, la misma que es considerado como “zona comercial del sur chico”, como se muestra en los resultados obtenidos: El 46.7% de las Mypes del Distrito de Imperial, algunas veces, cuentan con un Plan estratégico, el 46.7% de las empresas algunas veces realizan un Plan de mejora continua, el 33.3% de las empresas algunas veces le hacen reconocimientos a sus personales, al cumplir sus metas, el 46.7% de las empresas muy pocas veces contribuyen a su crecimiento profesional y el 66.7% de las empresas muy pocas veces brindan beneficios sociales que le corresponden a sus trabajadores.

El presente plan de mejora representa la principal aspiración de nuestra investigación. Sin embargo, se fundamenta y cobra importancia principalmente en la participación de todos los miembros de la Mypes del Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete.

## **Justificación**

El siguiente Plan de Propuesta de mejora nace de la necesidad de buscar estrategias para el mejor desempeño de la organización, con respecto a la motivación, a la actual importancia del mundo laboral, ya que incide en la vida de los trabajadores tanto de manera física como psicológica; es así que la motivación es imprescindible para los trabajadores puedan proporcionarle un buen rendimiento a la empresa de la que forma parte, es por ello, que en este trabajo se realiza un estudio de la situación de los trabajadores del Mercado Virgen del Carmen de Imperial de Cañete, en la que se analizara el nivel de motivación existente.

Por ello, las Mypes escogidas se encuentran en el “Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial, provincia de Cañete, el motivo de escoger estas empresas fue porque actualmente laboro en una de ellas y tengo conocimientos prácticos necesarios para saber cómo funciona la empresa y el trato que le dan a sus trabajadores, así como el conocimiento de primera mano la motivación que sienten cada trabajador. Hecho este estudio y con los resultados obtenidos se elaborará el siguiente Plan de Mejora de la Motivación y dar un cambio a la satisfacción de los empleados, así como clima laboral de la empresa.”

## Diagnóstico de la Situación

Para poder realizar el diagnóstico de la situación se empleará el análisis FODA, del Mercado Virgen del Carmen de Imperial de Cañete:

<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Se cuenta con un potencial Humano confiable.</li><li>• Estamos ubicados en Zonas comerciales y principales del Distrito.</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de compromiso del personal con la empresa.</li><li>• Escasa motivación del personal que se encuentra en el área de ventas.</li></ul>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diferentes Proveedores que llega de la capital.</li><li>• Mercado exigente.</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Competencia del mismo rubro.</li><li>• Inestabilidad económica del país.</li></ul>

## Importancia de la Propuesta de Mejora

La siguiente Propuesta de mejora será muy importante porque nos permitirá elaborar y ejecutar un conjunto de normas, procedimientos, técnicas, estrategias adecuadas para un cambio en la organización. En ese sentido, el plan de mejora se aplicara para un cambio de comportamiento de los integrantes de las Mypes del mercado Virgen del Carmen del distrito de imperial, así puedan obtener la satisfacción, motivación personal, sean responsables de impulsar, desarrollar políticas de calidad, mecanismo de mejora continua y tomar acciones básicas de respuestas que se debería tomar para afrontar de manera oportuna, adecuada y

efectiva, ante las eventualidades de incidentes, accidentes y estados de emergencias que pudieran transcurrir tanto en las instalaciones y fuera de ella, como puede ser: robos, incendios, asaltos de un integrante.

**Objetivos:**

Después de analizar los resultados obtenidos se trata de definir estrategias para ayudar las Mypes en la mejora de la motivación para la gestión de calidad en el Mercado Virgen del Carmen del Distrito de Imperial de Cañete. Por lo tanto, se tendrá en cuenta las diferentes Mypes de la muestra tomada, en la que se propondrá diferentes estrategias, procedimientos y técnicas para iniciar un cambio de mentalidad en los participantes en cuanto a la mejora continua e impulsar una cultura de calidad.

El presente Plan tiene los siguientes objetivos:

- ❖ Proponer estrategias para que los representantes de las Mypes desarrollen actividades para hacerles reconocimientos para aquellos colaboradores que cumplan con sus metas.
- ❖ Proponer estrategias para que los representantes de las Mypes desarrollen actividades para que contribuyan al crecimiento Profesional de sus colaboradores.
- ❖ Proponer estrategias para que los representantes de las Mypes desarrollen actividades para que le brinden Beneficios Sociales.

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTION DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA CABALLEROS EN EL DISTRITO DE IMPERIAL, PROVINCIA DE CAÑETE.**

<b>PRPUESTA</b>	<b>MEDIOS</b>	<b>EJECUCION</b>
<p><b>1.- Proponer estrategias para que los representantes de las Mypes desarrollen actividades para hacerles reconocimientos para aquellos colaboradores que cumplan con sus metas.</b></p>	<p>En esta estrategia se utilizará los siguientes recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programar cada trimestre paseos de confraternidad.</li> <li>• Premios en realización de un trabajo excelentes en días festivos como el día de la madre, día de su cumpleaños.</li> <li>• Descuentos o vales para lugares como campos recreacionales, piscinas, restaurantes exclusivos de la zona.</li> </ul>	<p>Establecer una estrategia de recompensa o un plan de incentivos acorde a las necesidades reales de la Mype, esto aumentara la motivación, el nivel de compromiso de los colaboradores y como consecuencia aumentara su rendimiento de cada trabajador.</p>



<p><b>2. Proponer estrategias para que los representantes de las Mypes desarrollen actividades para que contribuyan al crecimiento Profesional de sus colaboradores.</b></p>	<p>En esta estrategia se utilizará los siguientes recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar Programas de estudio acorde a la necesidad de los trabajadores.</li> <li>• Proporcionar a los empleados la flexibilidad de tiempo necesario para asistir a sus estudios de acuerdo a la política de la empresa.</li> <li>• Destacar el compromiso de los compañeros veteranos de ayudar a los nuevos colaboradores, para que se pueda adaptar al grupo.</li> </ul>	<p>La empresa hará gestiones para financiar estudios y capacitaciones laborales, así mismo gestionar distintos programas de capacitación, por intermedio de la administración del Mercado, gestionar una alianza estratégica con la Municipalidad de Imperial, aportando de esta manera a la sostenibilidad y crecimiento económico y social de nuestro distrito.</p>
<p><b>3. Proponer estrategias para que los representantes de las Mypes desarrollen actividades para que le brinden Beneficios Sociales.</b></p>	<p>La empresa ofrecerá a cada trabajador prestaciones por un valor limitado y este lo aplicará a su voluntad, ya sea en aspecto de salud o seguridad contra accidentes, así mismo habrá posibilidades para realizar planes de préstamo.</p>	<p>La empresa hará gestiones para financiar Seguros por salud o contra accidentes, esto será gestionado por parte de los representantes de las Mypes, la misma que abonará el 50% de los gastos.</p>

**Evaluación:**

Esta propuesta de mejora, se evaluará a todos los participantes de la empresa involucrados, será un indicador que medirá su nivel de actividad y su eficiencia en la realización de sus funciones de trabajo, será un proceso para informar a los colaboradores su avance. La evaluación será a través de una evaluación continua y/o observación de desempeño será realizada por el dueño, la misma que favorecerá al colaborador y al empresario, esto ayudará a cumplir con sus metas programadas.

### **CONCLUSIONES:**

- La siguiente Propuesta tiene por finalidad promover la motivación y la satisfacción de los colaboradores del Mercado Virgen del Carmen de Imperial de Cañete, ya que de ellos dependen alcanzar los objetivos de las empresas.
- Tomando en cuenta la teoría de los dos factores de Herzbert a través de esta propuesta de mejora y las estrategias de motivación en los colaboradores de las Mypes del Mercado de Imperial de Cañete, mejorara significativamente la atención al cliente, promoviendo un equipo productivo y motivado, que es una de las claves del éxito empresarial.