



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**DESEMPEÑO LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL RUBRO MINIMARKETS: CASO MARKET
SEÑORIAL DISTRITO DE CARMEN ALTO, AYACUCHO,
2020**

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

**AUTOR
BR. CARRIÓN CALDERÓN, VÍCTOR RUBÉN
ORCID: 0000-0001-5069-5814**

**ASESOR
MGTR. QUISPE MEDINA, WILBER
ORCID: 0000-0002-4052-5018**

AYACUCHO – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Carrión Calderón, Víctor Rubén

ORCID: 0000-0001-5069-5814

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Egresado de Pregrado
Chimbote, Perú

ASESOR

Quispe Medina, Wilber

ORCID: 0000-0002-4052-5018

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

JURADO

Berrocal Chillcce, Judith

ORCID: 0000-0002-9569-9824

Jáuregui Prado, Alcides

ORCID: 0000-0002-6611-9480

Tipe Herrera, Carlos

ORCID: 0000-0003-4439-1448

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

.....
Mgtr. BERROCAL CHILLCCE, Judith
 Presidente
 ORCID: 0000-0002-9569-9824

.....
Mgtr. JÁUREGUI PRADO, Alcides
 Miembro
 ORCID: 0000-0002-6611-9480

.....
Mgtr. TIPE HERRERA, Carlos
 Miembro
 ORCID: 0000-0003-4439-1448

.....
Mgtr. QUISPE MEDINA, Wilber
 Asesor
 ORCID: 0000-0002-4052-5018

Agradecimiento:

Expresar mi gratitud y eterno agradecimiento a mi segundo hogar, la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, por permitirme la oportunidad de emprender una carrera profesional más dentro de su claustro universitario, a mis compañeros de estudios y verdaderos amigos con quienes engranamos los esfuerzos académicos y su motivación permanente para seguir adelante en el proyecto académico, agradecimiento especial a todos ellos quienes motivaron para concretar y culminar mis ESTUDIOS.

A mis distinguidos y honorables staff de docentes en especial a: Wilber Quispe Medina, Wilber Solano Jara, Alexander Pozo Curo, Carlos Tipe Herrera, Judith Berrocal Chillce, Alcides Jáuregui Prado, Jorge Carrasco Anchay, Carolina Altamirano Meneses, Carlos Pozo Curo y Zonia Vila Huamán, a quienes el agradecimiento eterno por su dedicación, orientación, capacidad y profesionalismo, sus experiencias impartidas como modelo y paradigma, ejemplo para los estudiantes, a ellos con gratitud y reconocimiento el presente trabajo de investigación.

Dedicatoria

A Dios por darme la vida y salud, iluminarme el día, por guiarme el camino a la felicidad, el amor y triunfo.

A mi padre en el mundo celestial. Mi querida madre, mis hermanos por su motivación que me dan fuerza en este proyecto académico para lograr mis objetivos.

Álvaro y Sarita, energía vital para darme más fuerza y seguir el camino tortuoso en mi vida. Eterno cariño y amor a mis adorables hijos.

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo describir las características del desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, la metodología que se ha empleado para esta investigación son los siguientes; el tipo de investigación fue Aplicada con enfoque cuantitativo, el nivel de investigación descriptivo, diseño no experimental de forma transversal, técnica; encuesta y el instrumento; cuestionario. Para este trabajo de investigación los datos obtenidos fueron mediante la aplicación de encuestas a los colaboradores, los mismos constan de diese seis preguntas formuladas, todas las preguntas relacionadas al desempeño laboral de colaboradores con el uso de la escala de Likert, para una población de 07 colaboradores del Market Señorial, ubicado en el distrito de Carmen Alto. Los resultados obtenidos de la investigación son los siguientes; el 57% de colaboradores respondieron a la pregunta casi nunca se sienten auto motivados en su trabajo, asimismo, el 71% de colaboradores precisan que nunca recibieron algún tipo de reconocimiento por parte del empleador, mientras el 86% de colaboradores también respondieron nunca recibieron reconocimiento cuando realizan un buen trabajo, por otro lado el 71% de colaboradores señalan siempre les agrada trabajar entre compañeros y en equipo. Estos resultados son muy evidentes que el Gerente de la organización no está propiciando la parte motivacional y otorgar reconocimientos por los trabajos destacados, asimismo los colaboradores practican por su propia iniciativa el trabajo en equipo y compañerismo, lo que significaría para la organización mejor rendimiento laboral.

Palabras claves: Micro Empresa, desempeño laboral, Pequeña Empresa

Summary

The present research work aims to describe the characteristics of work performance in the micro and small companies of the Minimarkets category: Market Señorial case, Carmen Alto district, Ayacucho, the methodology that has been used for this research are the following; The type of research was Applied with a quantitative approach, the level of descriptive research, non-experimental design in a transversal, qualitative, technical way; survey and instrument; questionnaire. For this research work, the data obtained was through the application of surveys to the collaborators, they consist of six questions, all questions related to the work performance of collaborators with the use of the Likert scale, for a population of 07 employees of the Market Señorial, located in the Carmen Alto district. The results obtained from the investigation are the following; 57% of employees answered the question almost never feel self-motivated in their work, likewise, 71% of employees specify that they never received any type of recognition from the employer, while 86% of employees also responded that they never received recognition When they do a good job, on the other hand, 71% of employees say they always like to work among colleagues and in a team. These results are very evident that the manager of the organization is not promoting the motivational part and recognition for outstanding work, also collaborators practice teamwork and companionship on their own initiative, which would mean better work performance for the organization.

Keywords: Micro Enterprise, job performance, Small Business

Contenido

2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurad y asesor	iii
4. Hoja de Agradecimiento y dedicatoria	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y cuadros	x
Índice de figuras.....	xi
I. Introducción	12
II. Revisión de literatura.....	17
2.1. Antecedentes	17
2.1.1. Antecedentes a nivel Internacional.....	17
2.1.2. Antecedentes a nivel Nacional	20
2.1.3. Antecedentes a nivel Local.....	25
2.2. Bases teóricas de la investigación	27
III. Hipótesis	47
IV. Metodología	48
4.1. Diseño de la investigación.....	48
4.1.1. Nivel de investigación de las tesis.....	48
4.1.2. Diseño de la investigación.....	48
4.2. Población y muestra	48
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	49
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	52
4.5. Plan de análisis	54
4.6. Matriz de consistencia	55
4.7. Principios éticos.....	57
V. Resultados	58
5.1. Resultados.....	58
5.2. Análisis de resultados	76
VI. Conclusiones.....	88
6.1. Aspectos complementarios.....	90
6.2. Referencias Bibliográficas	93

Anexos:	97
Anexo 1: Cronograma de actividades	97
Anexo 2: Presupuesto.....	98
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos	99
Anexo 4: Otros	100

Índice de tablas y cuadros

Tabla 1: Edad de los colaboradores.....	58
Tabla 2: Grado de instrucción de los colaboradores.....	59
Tabla 3: Usted se siente auto motivado para realizar un buen desempeño en el trabajo.....	60
Tabla 4: Usted siempre se siente auto motivado en su trabajo.....	61
Tabla 5: Usted considera el sueldo que percibe te motiva para lograr los objetivos del empleador.....	62
Tabla 6: Usted ha recibido incremento de sueldo en los últimos meses.....	63
Tabla 7: Usted se siente satisfecho con los beneficios económicos recibidos en la organización.....	64
Tabla 8: Usted recibió algún tipo de reconocimiento por parte del empleador.....	65
Tabla 9: Usted recibe el reconocimiento de la organización cuando realiza un buen trabajo.....	66
Tabla 10: Usted considera que, lograr metas es importante para sentirse motivado.....	67
Tabla 11: Usted ha logrado las metas propuestas de desempeño en la organización.....	68
Tabla 12: Usted ha sentido algún cambio en su persona luego de ingresar a la organización.....	69
Tabla 13: Usted se siente cómodo con las funciones que desempeña.....	70
Tabla 14: Usted cree es importante la comunicación entre compañeros y el jefe de la organización.....	71
Tabla 15: Usted asume otras tareas además de sus funciones.....	72
Tabla 16: Usted se compromete a contribuir para lograr el éxito de la organización.....	73
Tabla 17: A Usted le agrada trabajar entre compañeros y en equipo.....	74
Tabla 18: Usted cree el trabajo en equipo ayudaría el éxito de la organización.....	75

Índice de figuras

Figura 1: Edad de los colaboradores.....	58
Figura 2: Grado de instrucción de los colaboradores.....	59
Figura 3: Usted se siente auto motivado para realizar un buen desempeño en el trabajo.....	60
Figura 4: Usted siempre se siente auto motivado en su trabajo.....	61
Figura 5: Usted considera el sueldo que percibe te motiva para lograr los objetivos del empleador.....	62
Figura 6: Usted ha recibido incremento de sueldo en los últimos meses.....	63
Figura 7: Usted se siente satisfecho con los beneficios económicos recibidos en la organización.....	64
Figura 8: Usted recibió algún tipo de reconocimiento por parte del empleador.....	65
Figura 9: Usted recibe el reconocimiento de la organización cuando realiza un buen trabajo.....	66
Figura 10: Usted considera que, lograr metas es importante para sentirse motivado.....	67
Figura 11: Usted ha logrado las metas propuestas de desempeño en la organización.....	68
Figura 12: Usted ha sentido algún cambio en su persona luego de ingresar a la organización.....	69
Figura 13: Usted se siente cómodo con las funciones que desempeña.....	70
Figura 14: Usted cree es importante la comunicación entre compañeros y el jefe de la organización.....	71
Figura 15: Usted asume otras tareas además de sus funciones.....	72
Figura 16: Usted se compromete a contribuir para lograr el éxito de la organización.....	73
Figura 17: A Usted le agrada trabajar entre compañeros y en equipo.....	74
Figura 18: Usted cree el trabajo en equipo ayudaría el éxito de la organización.....	75

I. Introducción

El presente estudio de investigación que lleva el título; Desempeño laboral en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020. Investigación realizada que se ajusta y obedece a los lineamientos de investigación de la Escuela profesional de Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Basados a estos principios podemos señalar que, el alto porcentaje de las micro y pequeñas empresas surgen a razón de muchas necesidades insatisfechas, quienes ejercen iniciativas de emprender actividades económicas en nuestra localidad y juegan un rol muy importante, porque en el mercado local dinamizan la economía, además de generar empleo a un gran porcentaje del sector poblacional, sin embargo, es evidente que muchos carecen el asesoramiento y capacitación.

Con el presente estudio de investigación se ha explorado al sector empresarial más importante de la localidad que son las Mypes; rubro Minimarket, asimismo, es conocimiento de todos, estos últimos años y meses se incrementaron aceleradamente la apertura y funcionamiento de muchos establecimientos con la venta de productos de consumo inmediato, quienes expenden alimentos de primera necesidad entre ellos; las bodegas, tiendas de abastos y Minimarket, estos emprendedores además de dinamizar la economía, su preocupación fundamental es conquistar un mayor número de clientes, que a los mismos consideran la razón principal de seguir operando y competir como organización empresarial en este giro, para interactuar la dinámica de sus acciones complementan con la participación de colaboradores, quienes juegan un papel muy importante en todo el movimiento del negocio que engranan entre los consumidores y el Gerente, a

esto se suman dos herramientas muy indispensables; el desempeño laboral y la motivación, estos elementos deben girar en un solo sentido como el marcador del reloj, reforzados entre otras características personales, las cualidades, habilidades, actitudes, potencialidades, disciplina, valores, talento y entre otros aspectos necesarios que hacen posible encaminar la organización.

Según (Hernández, A. 2013), en el estudio de investigación realizada refiere con respecto a la motivación y el desempeño laboral lo siguiente:

Que la motivación es un factor importante en el desarrollo y progreso de una empresa debido a que depende de esta la actitud y la conducta de los subordinados con relación a su desempeño laboral y al logro de las metas propuestas. Cuando se usa adecuadamente, la motivación puede convertirse en una herramienta beneficiosa y favorable para el administrador, logrando a través de ella incrementar o mantener el rendimiento de sus empleados.

Asimismo, refiere (Iturralde, J. 2011, pág. 58), en su estudio de investigación realizado en la Universidad Técnica de Ambato sobre la evaluación del desempeño laboral y su incidencia en los resultados del rendimiento de los trabajadores de la Cooperativa de ahorro y crédito Oscus Ltda. De la ciudad de Ambato, se plantea como objetivo, medir el desempeño laboral del personal de los distintos niveles jerárquicos y su incidencia en su rendimiento, para lo cual empleó metodología de estudio tipo descriptivo y concluye; que no existe un plan de mejora en función del desempeño de los trabajadores, lo que impide su desarrollo y crecimiento.

Para el estudio de investigación se justifica teniendo en cuenta que la investigación científica contribuye en diferentes magnitudes el desarrollo de un país, en el caso de nuestra región la población representa una serie de necesidades para

garantizar la sobrevivencia de acuerdo a su estructura social, esto conlleva buscar la satisfacción y mitigar sus propias necesidades, principalmente el consumo de alimentos como primera necesidad, en esa medida se llega a conocer cuán importante es el aporte en solventar las necesidades por las Mypes, sobre todo la calidad de servicio con la participación y desempeño de colaboradores, altamente motivados con ideas de innovación, que contribuyen en la organización empresarial. Asimismo, la justificación es un aspecto muy importante que contribuye a examinar el desempeño laboral al final de la investigación, el cual sería una oportunidad para la organización tomar decisiones en relación a los colaboradores.

La investigación está constituida por los antecedentes, bases teóricas, hipótesis, metodología; tipo, nivel, diseño, universo, muestra, operacionalización de variables, técnicas e instrumentos de recolección de datos, plan de análisis, matriz de consistencia y principios éticos.

Por estas teorías fundamentadas y razones explicadas se ha propuesto una interrogación como problema principal formulando de la siguiente manera: ¿Cuáles son las características del desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho 2020?.

Asimismo, para responder el problema se ha planteado el objetivo general; Describir las características del desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020.

De la misma forma los objetivos específicos se plantearon de la siguiente manera:

- Describir las características de la motivación en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho.

- Describir las características de las habilidades en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho.
- Conocer la importancia de las cualidades personales en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho.

Estos objetivos planteados de la investigación han encontrado respuestas con un resultado fiable, es decir justifica porque es pertinente hacer un análisis y conocer el desempeño laboral en el Market Señorial, a lo que respaldó las bases teóricas el cual permitió medir el desempeño laboral y posteriormente se planteó alternativas de mejora.

La metodología empleada fue aplicada con enfoque cuantitativo, nivel prospectivo y descriptivo, diseño no experimental de forma trasversal, la investigación está delimitada con la variable desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas, rubro Minimarket, cuya delimitación temporal correspondiente al año 2020, la población a medir fue conformada por los colaboradores del Market Señorial, ubicado en el distrito de Carmen Alto, en relación a la recolección de los datos se utilizó un cuestionario estructurado que consta de 16 preguntas, dirigido a los colaboradores.

Finalmente, el estudio de investigación nos muestran los resultados siguientes; el 57% de colaboradores respondieron a las preguntas y refieren casi nunca se sienten auto motivados en su trabajo, asimismo, el 71% de colaboradores precisan que nunca recibieron algún tipo de reconocimiento por parte del empleador, mientras el 86% de colaboradores también respondieron nunca recibieron reconocimiento cuando realizan un buen trabajo, en tanto el 43% de colaboradores indicaron casi siempre se sienten

cómodos con las funciones a su cargo, por otro lado el 71% de colaboradores señalan siempre les agrada trabajar entre compañeros y en equipo.

Estos resultados de la investigación nos ilustran respecto a la situación actual del desempeño laboral en relación a los colaboradores y un análisis que orienta a proyectarse una propuesta de mejora en favor de la organización empresarial.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes a nivel Internacional

Según señala (Sum, M. 2015, pág. 63), en el estudio de investigación realizada sobre *Motivación y desempeño laboral*, en la universidad Rafael Landívar, facultad de humanidades, cuyo objetivo es; establecer la influencia de la motivación en el desempeño laboral del personal administrativo en la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango, quien en esta investigación concluye y se comprobó que el nivel de motivación que tienen los colaboradores es alto, para su desempeño en la organización, se realizó con 34 colaboradores del personal administrativo de una empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango.

La investigación es de tipo descriptivo y se utilizó una prueba psicométrica para medir el nivel de motivación y una escala de Likert para establecer el grado del desempeño laboral que tienen los colaboradores, los resultados obtenidos durante la investigación determinan que la motivación influye en el desempeño laboral de los colaboradores.

Según refiere (Iturralde, J. 2011, pág. 58), en su estudio de investigación realizada en la Universidad Técnica de Ambato sobre *La evaluación del desempeño laboral y su incidencia en los resultados del rendimiento de los trabajadores de la Cooperativa de ahorro y crédito Oscus Ltda. De la ciudad de Ambato*, se plantea como objetivo, medir el desempeño laboral del personal de los distintos niveles jerárquicos y su incidencia en su rendimiento, para lo cual empleó metodología de estudio tipo descriptivo y concluye; que no existe un plan de Mejora en función del desempeño de los trabajadores, lo que impide su desarrollo y crecimiento.

Según señala (Hernández, A. 2013, pág. 12), en su Investigación realizada en la Universidad Autónoma de Guerrero de México sobre; *Motivación, satisfacción y desempeño laboral en organizaciones públicas y privadas*, se plantea como objetivo; describir y comparar la motivación, satisfacción y desempeño laboral en organizaciones públicas y privadas de la Región Sur de México, la metodología de estudio empleado fue descriptiva transversal y concluye; La motivación y la satisfacción laboral son diferentes entre las organizaciones públicas y privadas. En efecto, el personal colabora en las organizaciones bajo distintos esquemas y políticas de Administración de Recursos Humanos y de prácticas organizacionales.

Asimismo, consideramos que se refleja la naturaleza y contenido del diseño de puesto, del establecimiento de metas, su status contractual, los niveles de seguridad en el empleo y el grado de cobertura de sus expectativas y necesidades.

Asimismo, el desempeño es variable y diferente en ambos sectores. En el sector privado encontramos formas más evidentes, establecidas y sistematizadas de evaluar el desempeño, sin embargo, esa práctica no se complementa con la realimentación inherente y oportuna al personal. Por otro lado, en el sector público no hallamos evidencias de evaluación del desempeño; se tiene más bien una orientación de apreciación de “sacar la chamba” de manera colectiva, en donde el personal tiene diferentes volúmenes de responsabilidades y cargas de trabajo, desde los sobresaturados hasta los inactivos.

En esta primera aproximación al tema de la motivación, satisfacción y desempeño laboral no encontramos evidencias suficientes que sostengan la premisa de que el personal motivado y satisfecho tiende a ser más productivo, creativo y comprometido con su centro de trabajo.

Entonces, se hace necesario continuar la indagación sobre las relaciones, interacciones y asociaciones de diferentes factores inherentes que permitan la explicación y entendimiento de la naturaleza de la expresión de las tres variables.

Según señala (Enríquez, P. 2014, pág. 111), estudio realizado en la Universidad Montemorelos, México, Facultad de Ciencias Administrativas, sobre; *Motivación y desempeño laboral de los empleados del instituto de la visión en México*, se plantea como objetivo principal; determinar el grado de motivación y el nivel de desempeño de los empleados del Instituto de la Visión en México. y la metodología de investigación fue cuantitativa, descriptiva, explicativa, correlacional, de campo y transversal, concluye; que el desempeño laboral, nivel máximo académico y área de trabajo en el cual analizando la hipótesis se encontró que no existe diferencia significativa entre el nivel máximo de escolaridad, área de trabajo y el nivel de desempeño; sin importar el nivel educativo alcanzado y el área de trabajo en donde desempeñen sus labores, su desempeño se ubica ente muy bueno y excelente.

Asimismo, desempeño laboral, género, edad y tipo de empleado, analizando la hipótesis que involucra el nivel de desempeño laboral, género, edad y tipo de empleado, se observó que no existe diferencia en la forma como los hombres y mujeres, no importando la edad y el tipo de empleado, sea denominacional, contrato, honorarios o por horas, auto perciben el nivel de desempeño laboral; se ubican en un nivel que va de muy bueno a excelente. Por otro lado, desempeño laboral y tiempo de servicio, después de analizar la hipótesis con la prueba estadística se observó que no existe una relación significativa entre el desempeño y

el tiempo de servicio en la institución; a mayor o menor tiempo de servicio a la institución su nivel de desempeño laboral va de muy bueno a excelente.

2.1.2. Antecedentes a nivel Nacional

Según (Mayta, C. 2014, pág. 61), en el estudio de investigación realizada en la Universidad del Pacífico, escuela de Post Grado sobre el *Plan de negocio para el establecimiento de un Minimarket en Lima Norte*, como objetivo se plantea la; propuesta para el negocio al 2019 es contar con un alto grado de participación de mercado en el distrito de Comas.

La metodología de la investigación aplicada fue cuantitativa el cual llega a la conclusión; considerando que la participación del capital humano en el logro de la ventaja competitiva es determinante, es importante mantener un clima laboral adecuado, que les genere la motivación para interiorizar la cultura organizacional del minimarket y contribuir con el logro de la visión empresarial. Por otro lado; para que el minimarket tenga éxito se hace imprescindible conocer las necesidades y expectativas del segmento objetivo de clientes, aspectos que permitirán definir la estrategia más adecuada para ofrecerles una agradable experiencia de compra.

Según (Mino, P. 2014, pág. 57), en el estudio de investigación realizada en la Universidad Católica Santo Tomás de Mogrovejo, Escuela de Administración de Empresas, Lambayeque, sobre *Correlación entre el clima organizacional y el desempeño en los trabajadores del restaurante de parrillas Marakos 490, departamento de Lambayeque*, en esta investigación se plantea como objetivo; Determinar si existe la correlación entre el clima organizacional y el desempeño en los trabajadores del Restaurante de Parrillas Marakos 490 del Departamento de

Lambayeque, asimismo, la metodología aplicada fue descriptivo y concluye; que la dimensión con menor promedio dentro de la variable desempeño, es el compromiso, que indica particularmente falta de trabajo en equipo, coordinación y compromiso de los trabajadores con la empresa, lo que desencadena un clima laboral desfavorable que produce menos productividad para la empresa e influye en sus servicios al cliente.

Según (Dueñas, J. 2018, pág. 29), en el estudio de investigación realizada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Tingo María, referente a la *Gestión de calidad en la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro Minimarket de la ciudad de Tingo María*, donde plantea como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de la calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio-rubro Minimarket de la ciudad de Tingo María, cuya metodología empleada diseño no experimental, transversal y concluye; respecto a las principales características de la Gestión de calidad en la competitividad de las Mypes; tienen una edad promedio de 30 a 50 años, son el 50% de sexo masculino y 50% del sexo femenino, tienen un grado de instrucción superior, se desempeñan como dueños, con un rango de 5 a más años, esto indica que la mayoría de estas Micro y Pequeñas Empresas están siendo gestionadas por personas adultas que si bien es cierto algunos de ellos no tienen los conocimientos teóricos necesarios para dirigir una empresa pero tienen la experiencia que es la base fundamental para poder trabajar en este rubro lo cual se refleja en la forma que ellos administran tanto su talento humano como su capital de trabajo.

Según (Vásquez, M. 2018, pág. 50), en el estudio de Investigación realizada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Pucallpa sobre; *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, rubro minimarket, distrito de Manantay*, y como objetivo general se plantea; Investigar si las MYPES del Sector Comercial, Minimarket del distrito de Manantay, se gestionan con calidad y enfoque en atención al cliente, previa a la identificación de las expectativas del cliente, la metodología empleada es no experimental, Transversal y Descriptiva, Correlacional, en el cual concluye que, la MYPE no ha priorizado fortalecer su visión o enfoque en el cliente, por tal motivo sus acciones no están enfocadas en su satisfacción. Asimismo, sus estrategias aún son inmediatistas. Esto se evidencia porque no existe planificación de su gestión, tampoco han diseñado su misión, visión y valores.

Según (Rivera, J. 2018, pág. 89), en el estudio de investigación realizada en la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, sobre la *Calidad de servicio y su relación con la lealtad de compra del cliente de la Empresa Minimarket mega corporación S.A.C. de Andahuaylas*, se plantea como objetivo general, determinar la relación entre calidad de servicio y lealtad de compra de los clientes de la Empresa Minimarket Mega Corporación S.A.C. de Andahuaylas, Región Apurímac, tipo de investigación es básica, el diseño de investigación es no experimental, transaccional correlacional y concluye; respecto al análisis de variables podemos identificar que la calidad de servicio se relaciona de manera directa con la lealtad de compra cuyos resultados muestran un coeficiente de correlación de rho de Spearman de 0,903** afirma que existe una correlación positiva alta, es decir que si incrementa la calidad de servicio también incrementara

la lealtad de compra y asimismo si ocurriese lo contrario también tendría una tendencia a bajar, por estas razones se debe tomar mucha importancia a la calidad de servicio ya que repercute en la recompra del cliente.

Asimismo, existe relación positiva entre la confianza y la lealtad de compra ya que los resultados muestran un coeficiente de correlación de rho de Spearman de 0,805** lo que afirma que existe una correlación positiva alta entre la confianza y la lealtad de compra.

Según estudios de (Boada, N. 2019, pág. 77), realizado en la Universidad San Ignacio de Loyola, facultad Ciencias Empresariales, sobre la *Satisfacción laboral y su relación con el desempeño laboral de trabajadores operativos en una PYME de servicios de seguridad peruana*, para esta investigación se plantea como objetivo general; Determinar si la satisfacción laboral está relacionada con el desempeño de los agentes de seguridad de una Pyme del sector de servicios de vigilancia y seguridad en Lima Metropolitana, y la metodología empleada fue; descriptivo, cuantitativo, de corte transversal, no experimental y correlacional, el cual concluye; la única dimensión de satisfacción laboral que tiene una alta relación con el desempeño laboral de los agentes de seguridad de la empresa estudiada es el de satisfacción con la significación de la tarea. En base a ello, una mejora en la satisfacción laboral con la significación de la tarea, se vería acompañada de un incremento significativo en el desempeño laboral de este puesto.

Según investigadores (Candia R. & Venegas P. 2016, pág. 40), en el estudio de investigación realizadas en la Universidad del Pacífico, Escuela de Post grado, sobre; *Identificación de las principales competencias del personal de ventas de una empresa de consumo masivo y su relación con los resultados de alto desempeño*,

en este estudio se plantea el objetivo general; Determinar la relación que existe entre las competencias y el desempeño laboral de los vendedores de la empresa de consumo masivo. Metodología de tipo mixto/exploratorio en vista que se recolectan y analizan datos cuantitativos y cualitativos en tres progresivas fases: encuesta a supervisores de ventas, entrevista a vendedores, aplicación y análisis de resultados sobre una herramienta de medición de desempeño.

Quién concluye; si bien es cierto dentro de una evaluación semestral no existen correlaciones entre las competencias evaluadas y el desempeño del personal de ventas de ambos canales, al hacer las correlaciones mes a mes (periodo enero a junio del 2014), sí se encuentran correlaciones asociadas a competencias específicas en meses determinados. Competencias como orientación al logro, trabajo en equipo, conciencia organizacional, impacto e influencia y autoconfianza tienen correlaciones significativas con el ranking de ventas en ambos canales, adicionándose integridad solo en el canal directo, y pensamiento analítico y pericia técnica en el canal indirecto.

Según los investigadores (Carrasco, B. & Vásquez, S. 2018), estudio realizados en la Universidad Autónoma del Perú, sobre *La gestión organizacional para el desarrollo empresarial en la empresa JOCEMA SAC*. Cuyo objetivo general; describir la gestión organizacional para el desarrollo empresarial en la empresa JOCEMA SAC. La metodología empleada de nivel descriptivo relacional; el diseño empleado en el presente estudio es correlacional transversal.

En esta investigación concluyen que; en la prueba de hipótesis se logró comprobar la asociación entre nuestras dos variables, es decir la Gestión Organizacional mejora el Desarrollo empresarial de la Empresa Jocema SAC–

2015. Con referencia a la hipótesis general, los resultados detectados con la prueba de correlación de Spearman ($Rho = 0.000$; $p\text{-valor} = .000 < .05$), indican una relación significativa entre la Gestión Organizacional y el Desarrollo Empresarial en la Empresa Jocema SAC en el año 2015, sobre una muestra de 50 individuos.

2.1.3. Antecedentes a nivel Local

Según (Cabrera, Y. 2018, pág. 78), en el estudio de investigación realizada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, sobre; *Características del compromiso y el desempeño laboral en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro venta de celulares, distrito de Ayacucho*, en este estudio se establece como objetivo general; Describir las características del compromiso y desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de celulares del Distrito de Ayacucho, asimismo, la metodología empleada fue de tipo aplicada, nivel descriptivo y un diseño no experimental, finalmente con los resultados obtenidos se llega a concluir; que el 50% de los trabajadores, si se sienten satisfechos con las actividades que realizan dentro de la empresa y el 50% no se siente satisfechos.

Dicha insatisfacción respecto a las actividades que realizan limitan el compromiso laboral, esto genera que existan posiciones divididas, ya que hay una misma proporción de trabajadores satisfechos e insatisfechos. Asimismo, concluye que el 43.3% de los trabajadores no cuenta con habilidades para las actividades que realizan en la empresa y el 56.7% de los trabajadores si cuentan con habilidades. Cuando los trabajadores no cuentan con habilidades en las actividades asignadas afectan el desempeño laboral, lo que perjudica muchas veces en la productividad de las empresas.

Según (Choque, C. 2017, pág. 46), en su estudio de investigación realizada, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ayacucho, sobre *Motivación y rendimiento laboral de los empleados de las MYPE, comercializadoras de muebles de melanina, Ayacucho*, para encontrar una respuesta más cercana se plantea un objetivo general; Determinar el nivel de relación entre la motivación y rendimiento laboral de los empleados de las MYPE comercializadoras de muebles de Melamine, Ayacucho, asimismo, la metodología empleada fue no experimental cuantitativa.

Finalmente, en su conclusión; Existe relación significativa entre las condiciones laborales y rendimiento laboral de los empleados de las MYPE comercializadoras de muebles de Melanina, Ayacucho-2017. Porque el p-valor obtenido es = a (0.002) que es < 0.05 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por tanto, con un grado de significancia del 5% y un nivel de confianza del 95%, se confirma que, si existe relación significativa entre las condiciones laborales y rendimiento laboral de los empleados de las MYPE comercializadoras de muebles de Melanina, Ayacucho - 2017.

Según los investigadores (Palomino, C. & Huallanca, S. 2014, pág. 122), estudio de investigación realizada en la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, escuela profesional de Administración de Empresas, señalan sobre; *Factores de motivación y su influencia en el desempeño laboral de los analistas de crédito de la Coopac. Santa María Magdalena*, como objetivo general se plantea; identificar los factores de motivación que están influyendo en el desempeño laboral de los analistas de crédito de la Cooperativa Santa María Magdalena de la ciudad de Ayacucho, el nivel de investigación es descriptivo. Correlacional y explicativo;

el método de la investigación es deductivo y el diseño de investigación es no experimental, dentro de ella se encuentra el diseño transversal.

En esta investigación concluyen; demostrándose de esta manera que los factores de motivación influyen, efectivamente, en el desempeño laboral de los analistas de crédito y así demostrándose las hipótesis específicas: Los factores higiénicos influyen significativamente en el mejoramiento continuo de los analistas de crédito y los factores motivacionales influyen efectivamente en el rendimiento laboral de los analistas de crédito de la Cooperativa Santa María Magdalena, Ayacucho.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Después de una revisión de los antecedentes, la evaluación y análisis, se resumen varias teorías existentes, los mismos son relacionados al problema planteado de la investigación, que ayudan reforzar fundamentando teóricamente lo empírico, que al mismo se resolvieron el problema de investigación.

2.2.1. Definición de Desempeño

Definen (Pérez, J. & Merino, M. 2019). Cumplir una obligación, realizar una actividad, dedicarse a una tarea. Esta acción también puede vincularse a la representación de un papel.

La idea de desempeño suele emplearse respecto al rendimiento de una persona en su ámbito laboral o académico. Se trata del nivel que consigue alcanzar de acuerdo a su destreza y a su esfuerzo.

2.2.2. Desempeño laboral

Señala (Acosta, N. 2018). Es la evaluación de la aptitud que demuestra un empleado durante la ejecución de su trabajo. Es una evaluación individual basada en el esfuerzo de cada persona.

El cumplimiento de metas diarias que conducen a objetivos generales puede mejorar la evaluación del desempeño laboral. Crear objetivos específicos para el trabajo y esforzarse por alcanzarlos siguiendo la política y los procedimientos de la compañía, es la actitud correcta que ayudará a satisfacer las expectativas del empleador.

2.2.3. Medición del desempeño laboral de los empleados

Nos refiere (Cuevas, 2011), medir el rendimiento y comportamiento en el cargo que desempeña, es decir la eficacia del desempeño laboral requiere la colaboración continua entre el empleado y el supervisor. Esa es la única manera en que se pueden hacer ajustes para mejorar las habilidades y objetivos de cada individuo. Para la evaluación del desempeño laboral, los empleados deben reunirse con sus supervisores de manera regular.

2.2.4. Evaluación de desempeño laboral

Establece (Ureña, S. 2013). La evaluación de desempeño tiene su origen en la necesidad de las empresas de definir los puestos de trabajo, por otro lado, ver el grado de adecuación de las personas que ocupan estos lugares de trabajo. La evaluación del desempeño no es un fin en sí mismo, sino un instrumento, una herramienta para mejorar los resultados de los recursos humanos de la empresa.

2.2.5. Proceso de evaluación del desempeño laboral

Cuando se trata de realizar una evaluación del desempeño laboral, la preparación es la clave. Haz una lista de tus logros durante el período de revisión y resume tus metas para el próximo período. Si tienes sugerencias sobre la manera de mejorar tu trabajo, enuméralas y discútelas con tu empleador.

Presta atención a lo que el empleador que te evalúe tenga que decir acerca de tu desempeño laboral. Haz preguntas cuando tengas dudas acerca de la evaluación que recibes, esta es una experiencia de aprendizaje. Si no estás llevando a cabo tu trabajo profesional y eficientemente, éste es el momento de pedir una aclaración.

Si dispones de una evaluación de desempeño laboral previa efectuada por tu actual empleador. Es importante revisarla para tener una visión clara de los objetivos del anterior proceso y determinar si los alcanzaste.

2.2.6. Micro y Pequeña Empresa. Definición

Según la LEY N° 28015, (2003). Esta ley define como objetivo a los artículos:

Art. 1° Objeto de la Ley, la presente ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones y su contribución a la recaudación tributaria.

Art 2° Definición de Micro y Pequeña Empresa. La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la

legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

Art. 3° Características MYPE. Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

a) El número total de trabajadores:

- La microempresa abarca de uno (1) hasta 10 trabajadores inclusive
- La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta 50 trabajadores inclusive

b) Niveles de ventas anuales:

- La microempresa hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.
- Las pequeñas empresas a partir de monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

Las entidades públicas y privadas uniformizan sus criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

Art. 6° Órgano Rector. El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo define las políticas nacionales de promoción de las MYPE y coordina con las entidades del sector público y privado la coherencia y complementariedad de las políticas sectoriales.

La Ley N° 30056. MYPE es una norma del gobierno peruano que tiene como objetivo promocionar el desarrollo del micro y pequeñas empresas (MYPE), así como su formalización. Para ello, esta ley les otorga una serie de beneficios laborales y tributarios para apoyar su crecimiento y la generación de empleo, (2013) normas legales. Diario oficial el peruano.

2.2.7. Rol de la MYPE en la estructura económica del país

La Micro y Pequeña Empresa como definición legal, una organización empresarial constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Puede ser conducida por su propietario como una persona individual o constituirse como una persona jurídica, adoptando la forma societaria que voluntariamente desee.

En el año 2005, las Mypes representaban, en términos cuantitativos, el 98.35% del total de empresas en el Perú; mientras que tan sólo un 1.65% eran grandes y medianas empresas.

Este porcentaje se traducía en 2.5 millones de pequeñas y microempresas, de las cuales únicamente 648,147 Mypes eran formales. Ello muestra que la MYPE desde hace un buen tiempo es, numéricamente hablando, el estrato empresarial más importante de nuestro país. Su crecimiento ha sido una constante desde hace más de dos décadas. En el primer lustro de los años 2000, por ejemplo, registró un crecimiento de 29% y ese ritmo se ha mantenido, en promedio, hasta la fecha.

Si bien los porcentajes anotados muestran la realidad de la MYPE a nivel nacional, no debe olvidarse que, en nuestro país, su participación cobra especial relevancia al interior de las regiones, sobre todo combatir el desempleo.

2.2.8. La presencia de la MYPE en los sectores productivos

Un somero análisis de la presencia de las MYPE, en la economía nacional nos permite concluir que ella participa, prácticamente, de todos los sectores. Despunta, sobre todo, en los sectores no primarios (siendo el sector agropecuario en el que se registra una mayor participación de la MYPE formal). Esto le permite usar una mayor cantidad de mano de obra y le otorga un gran potencial para aumentar el valor agregado de la producción.

Los sectores de comercio y servicios también registran una importante participación de las Mypes. Ello se debe, principalmente, a la facilidad para acceder y salir de estos sectores, lo que se traduce en un menor costo al momento de constituir una empresa dedicada a estos rubros. Esto guarda una estrecha relación con la poca participación que tiene la MYPE en el mercado externo; pues, los rubros antes mencionados están dirigidos, sobre todo, al mercado interno para dinamizar la economía. (Ley N° 28015).

2.2.9. Panorama actual de la MYPE

Lo expuesto nos plantea los retos que debe afrontar una MYPE para salir adelante en el mercado. Quizá, un primer tema a resolver podría ser su acceso al crédito. Si la MYPE pudiese contar con el capital financiero necesario su productividad podría incrementarse. Una reseña clara; en los años de 1980, con la

creación de las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC) y Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) se registra un intento por atender esta necesidad. Sin embargo, otro esfuerzo encaminado a resolver el problema de financiamiento de la MYPE lo constituye la creación de las Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa (Edpymes), en los años de 1990.

En vista del limitado interés de la banca múltiple por financiar a la MYPE, se crean las Edpymes con el fin de facilitar la conversión de ONGs en instituciones financieras formales. Sin embargo, todo este intento no ha sido suficiente como para superar esta primera traba con la que puede encontrarse un pequeño o microempresario. (Mares, R. 2013).

2.2.9.1. La motivación

La motivación es la acción y efecto de motivar. Es el motivo o la razón que provoca la realización o la omisión de una acción. Se trata de un componente psicológico que orienta, mantiene y determina la conducta de una persona. (Choque, C. 2017).

2.2.9.2. Tipos de motivación

Los autores (Arroyo, David & Hernández, Alberto, 2014) quienes señalan establecer distintos tipos de motivación en función de la fuente u origen del estímulo. En la motivación de logro, en la que el mecanismo que promueve a la acción es conseguir un determinado objetivo. La motivación de afiliación supone la búsqueda de seguridad y pertenencia a un grupo. La motivación de competencia no sólo pretende alcanzar un objetivo establecido, sino que también busca realizarlo

de la mejor forma posible. En Psicología se suelen distinguir entre dos tipos de motivación en función de dónde proceda el estímulo los cuales son: motivación intrínseca y motivación extrínseca.

2.2.9.3. Motivación intrínseca

Los autores (Arroyo, David & Hernández, Alberto, 2014). Indican que en la motivación intrínseca la persona comienza o realiza una actividad por incentivos internos, por el propio placer de realizarla. La satisfacción de realizar algo o que conseguirlo no está determinada por factores externos. Está relacionada, por lo tanto, con la autosatisfacción personal y la autoestima. Por ejemplo, hay personas que realizan ejercicio físico porque disfrutan de la actividad que realiza.

2.2.9.4. Motivación extrínseca

Para esta definición los autores (Arroyo, David & Hernández, Alberto, 2014) señalan que, en la motivación extrínseca, el estímulo o incentivo que mueve a una persona a realizar una actividad viene dado de fuera, es decir es un incentivo externo y no proviene de la propia tarea. Funciona a modo de refuerzo. Por ejemplo, cuando una persona realiza ejercicio físico no por el mero hecho de disfrutar haciéndolo, sino por motivos sociales u otros aspectos importantes.

2.2.9.5. Motivación personal

En Psicología, existen diversas teorías que establecen y clasifican los elementos que mueven a una persona a realizar algo o dejar de hacerlo. En muchos casos la motivación de una persona viene determinada por necesidades, tal y como se establece en la llamada (pirámide de Maslow). Igualmente, la motivación está

fuertemente influida por la satisfacción de realizar una tarea o conseguir un determinado objetivo, pero también por los incentivos que realizar o no realizar determinada conducta pueda conllevar.

2.2.9.6. Motivación laboral

Real Academia de la Lengua Española. “Define como un conjunto de factores internos o externos que determinan en parte las acciones de una persona”. La motivación laboral es aquella que está relacionada en el desarrollo de las tareas de un puesto de trabajo.

Autores (Sexton & William, P. 2017), teorías de la Organización; se refiere a la motivación laboral como “el proceso de estimular a un individuo para que se realice una acción que satisfaga alguna de sus necesidades y alcance alguna meta deseada para el motivador”.

Refiere (Edenred, 2018), cuando un trabajador está satisfecho con su puesto de trabajo es un 12% más productivo y un 31% más eficiente, según estudios de la Universidad de Warwick y del Wall Street Journal, junto al Opener Institute for People. Debido a la relación directa entre motivación laboral y desempeño puesta de manifiesto en numerosas investigaciones, la felicidad de las plantillas se ha convertido en uno de los aspectos estratégicos del sector empresarial.

2.2.9.7. Antecedentes de la motivación laboral

Según (García, V. 2012), quien en su estudio señala que, a principios del siglo XVIII con el inicio de la industrialización y la desaparición de los talleres artesanos provocó una mayor complejidad en las relaciones personales del entorno

laboral, una disminución de la productividad y un aumento de la desmotivación de los trabajadores.

Para aplacar la situación se necesitaba encontrar el equilibrio entre los intereses de los empresarios y los intereses de los trabajadores. En 1920, cuando se creó la Organización Internacional del Trabajo (OIT), se empezó a plantearse la importancia del bienestar de los trabajadores y se inició la legislación sobre las condiciones laborales. Por otra parte, a mediados del siglo XX surgieron las primeras teorías que empezaron a tratar la motivación y, a partir de este momento, se empezó a relacionar el rendimiento laboral del trabajador y su satisfacción personal con su motivación a la hora de desarrollar su trabajo.

Los primeros estudios concluirían que un trabajador que se sentía motivado en su trabajo, era más eficaz y más responsable y, además, podría generar un buen clima laboral. A partir de estas conclusiones, las empresas tomaron la decisión de analizar qué buscan los trabajadores cuando desarrollan su trabajo, cuál es su escala de necesidades, qué desean satisfacer con su trabajo, cuáles son sus intereses, con qué trabajos se sienten más identificados, que tareas les reportan más, etc. El objetivo final de estos análisis era conseguir que los trabajadores se sintieran realizados como personas y como trabajadores mediante el desempeño de su trabajo dentro de la empresa.

2.2.9.8. Factores que favorecen la motivación laboral

Refiere (García, V. 2012), en su publicación señala lo primero es resaltar que la conducta humana está orientada a alcanzar unos objetivos, así se comprenderá mejor los factores que favorecerán la motivación en el trabajo; es decir, el

trabajador que esté motivado aportará todos sus esfuerzos en alcanzar los objetivos de la empresa, ya que los objetivos empresariales habrán pasado a formar parte de sus propios objetivos.

Las motivaciones son muy diversas, existen tantas motivaciones como personas o situaciones concretas. La motivación de un trabajador puede ir desde obtener una retribución económica para cubrir sus necesidades básicas y de las personas que puedan estar a su cargo, hasta la búsqueda del reconocimiento y prestigio social.

Para motivar a los trabajadores hay que tener en cuenta sus características personales como su escala de valores, su nivel cultural, la situación económica del entorno en el que vive o los objetivos o metas que está interesado conseguir mediante el desarrollo de su trabajo.

Evidentemente, las metas u objetivos de un trabajador en un país desarrollado son radicalmente diferentes a las de un trabajador en un país en vías de desarrollo. La personalidad y las necesidades de los trabajadores son los principales factores que los empresarios y directivos deben valorar para conseguir garantizar la motivación de sus trabajadores.

2.2.9.9. Teorías de la motivación laboral

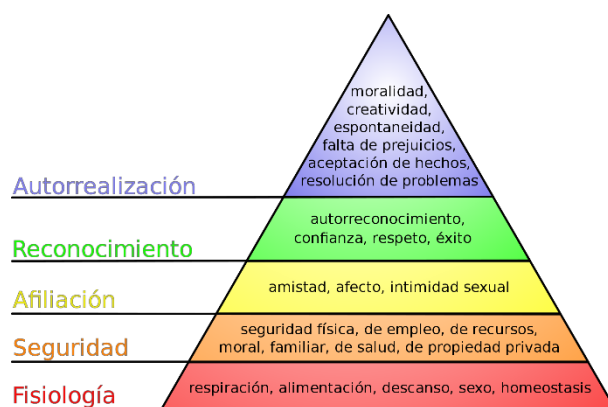
Refiere (Blog Yunbit. 2017). Desde tiempos inmemoriales la motivación en el entorno de trabajo ha sido un tema de preocupación dentro de la empresa. De hecho, ya en el antiguo Egipto se usaban técnicas de motivación que, aunque rudimentarias, alentaban a los esclavos a continuar cargando a expensas, eso sí, de mermarlos físicamente y reducir su productividad.

Afortunadamente, hoy día contamos con teorías de motivación más refinadas que el golpe de látigo y que permiten conseguir mejores resultados.

Algunas de estas teorías se describen a continuación:

a. Jerarquía de las necesidades humanas (Maslow).

También conocida como la pirámide de Maslow, establece que para poder ser feliz se deben cumplir una serie de niveles. Estos niveles son:



Cada nivel se activa únicamente cuando los niveles inferiores se ven satisfechos. Por esta razón los esclavos egipcios, a pesar del sentimiento de camaradería que podía llegar a crear el tirar todos juntos de la misma piedra, estaban condenados a ser infelices ya que sus necesidades fisiológicas y de seguridad se veían continuamente comprometidas.

b. Teoría de las expectativas (Vroom)

Afirma que la fuerza de la motivación no sólo reside en el valor de la recompensa, sino que también tiene en cuenta la probabilidad del logro.

Fuerza de la motivación = Recompensa * Probabilidad de logro.

En otras palabras, si asignas a alguien una tarea que no va a ser capaz de realizar, su motivación va a ser nula por muy grande que pueda ser la recompensa a recibir.

c. Teoría de los logros (Locke)

Determina que la intención de alcanzar una meta es una fuente básica de motivación. Las metas son importantes puesto que motivan y guían nuestros actos y nos impulsan a dar mejor rendimiento.

Por esta razón, fijar metas concretas o establecer planes de carrera ayuda a mantener a los empleados motivados.

d. Teoría X y Teoría Y de Mc Gregor

Son dos teorías totalmente opuestas. La teoría **X** supone que todos los seres humanos son perezosos, que no quieren responsabilidad y sólo trabajarán si se les controla. Mientras que la teoría **Y** considera a las personas disfrutan con el trabajo, son capaces de resolver problemas de forma creativa, autónomos y capaces de auto dirigirse.

La teoría **X** es más propia de empresas tradicionales con un organigrama muy jerarquizado. La teoría **Y**, en cambio, está más presente en equipos ágiles en los que los miembros tienen una mayor autonomía.

2.2.9.9.1. La importancia de estar motivado en la empresa

Indica (Fischman, D. 2014), que la mayoría de empresas para mejorar el liderazgo usa las estrategias de capacitación y de coaching. Son estrategias que contribuyen a mejorarlo, pero en mi opinión, son insuficientes. Si usted quiere mejorar el liderazgo en su organización, empiece midiéndolo dos veces por año.

Use una encuesta donde los subordinados, de forma anónima, evalúen a sus jefes. Solo el hecho de medirlo y asignar metas de mejora asociadas a algún

sistema de compensación, hará que el liderazgo empiece a mejorar. Cuando el liderazgo mejore, mejorará la motivación y el compromiso del personal.

2.2.9.9.2. Once expectativas importantes para la motivación

- a) Que exista información y retroalimentación suficiente
- b) Que se tengan los recursos, equipos y sistemas para hacer un trabajo de calidad.
- c) Que se tengan salarios adecuados
- d) Que las reuniones sean productivas
- e) Que el trabajo esté bien diseñado
- f) Que no existan demasiadas o muy pocas reglas y normas
- g) Que existan buenas relaciones interpersonales con los compañeros de trabajo.
- h) Que exista seguridad de que el trabajo no se va a perder
- i) Que exista claridad de roles
- j) Que exista una buena gerencia o jefatura donde haya justicia, equidad, confianza y tolerancia al error
- k) Que no exista politiquería

2.2.9.9.3. Motivación de 360° cómo incrementar en la vida y en la empresa

Según lo que indica (Fischman, D. 2014), en su publicación señala que, la motivación es como el nivel de temperatura del aire de un globo aerostático, algunos “motivados” tienen el aire caliente y vuelan por los horizontes. Otros con el aire frío, están paralizados en el piso esperando que alguien los arrastre.

2.2.1. Definición de habilidades

Define (Gutiérrez, A. 2015). Las habilidades son comportamientos aprendidos que las personas usan para enfrentar situaciones problemáticas de la vida diaria. Estas habilidades se adquieren a través del entrenamiento intencional o de la experiencia directa por medio del modelado o la imitación.

La naturaleza y la forma de expresión de estas habilidades están mediatizadas por los contextos en que se producen; por tanto, dependen de las normas sociales y las expectativas de la comunidad sobre sus miembros.

Estas habilidades contribuyen a enfrentar exitosamente los desafíos de la vida diaria en los diferentes ámbitos o áreas en las que se desempeña la persona, familia, escuela, amigos, trabajo, u otros espacios de interacción.

2.2.2. Habilidades interpersonales: Tiene que ver con conductas de interacción personal, especialmente con habilidades de comunicación, permitiendo expresar y comprender sentimientos de solidaridad, cooperación, motivación en el trabajo de equipo, permite también ejercer un liderazgo exitoso en todo tipo de iniciativa, logrando los objetivos planteados. El hecho de ser habilidades aprendidas tiene una connotación muy importante, ya que implica que nunca es tarde para aprenderlas y ponerlas en práctica.

2.2.3. Habilidades cognitivas: Son las facilitadoras del conocimiento, aquellas que operan directamente sobre la información; recogiendo, analizando, comprendiendo, procesando y guardando información en la memoria, que posteriormente, puede recuperarla y utilizarla, dónde, cuándo y cómo convenga, en realidad, existen

varios aspectos que dinamizan entre ellos; la atención, la comprensión, la elaboración y la memorización es decir la recuperación. (Departamento de psicología evolutiva y de la Educación. Universidad de Granada).

2.2.4. Habilidades para el manejo de las emociones: Al igual que las habilidades cognitivas, está relacionada con la maduración emocional, relacionada directamente con el sistema nervioso central y el contexto social, por ello toda reacción emocional genera una activación fisiológica y una determinada conducta de respuesta. A partir de ahí esta habilidad se denomina “control emocional”, puesto que están orientadas al control de reacciones fisiológicas, nerviosas, conductuales como la impulsividad, la tolerancia a la frustración, el control del miedo, la ira, manejo del estrés, la eficacia de las habilidades emocionales incluye también el manejo cognitivo de las ideas o pensamientos distorsionados. (Gutiérrez, A. 2015).

2.2.5. Un elevado nivel de desarrollo en Habilidades facilita a la persona:

- Tener éxito en los procesos de negociación
- Mejorar su credibilidad, respeto, reconocimiento
- Asume el liderazgo de manera exitosa
- Tienen éxito en toda actividad laboral
- Trabajan exitosamente en equipo, motivando, solidariamente al equipo
- Tienen capacidad para el manejo de la frustración
- Solucionan adecuadamente sus problemas interpersonales
- Toman decisiones exitosas
- Solucionan sus problemas de manera exitosa

- Evalúan sus objetivos, sus recursos y regulan sus esfuerzos
- Gozan de un nivel de autoestima adecuado
- Gozan de una adecuada salud física, psicológica y social
- Irradian alegría, motivan a otras personas
- Logran buenos resultados en los emprendimientos que inician.

2.2.6. Definición de cualidades personales

Define (Adsuara, G. 2020). Todas las personas somos únicas en nuestra especie. Esta afirmación viene dada por la dificultad o, mejor dicho, imposibilidad, de encontrar a dos personas exactamente iguales al cien por cien. Pero ya no solo a lo que físicamente iguales se refiere, sino también en cualidades, capacidades y habilidades.

- **Qué son las cualidades de una persona**

Establece (Adsuara, G. 2020), en el presente nos vamos a centrar en las cualidades como aquellas características que tienen el objetivo de distinguir y definir a las personas.

Las cualidades de una persona pueden ser o bien naturales desde el nacimiento de la misma o bien adquiridas a lo largo de la vida. Aunque existan cualidades negativas, tendemos a describir a las personas con aquellas cualidades positivas que las caracterizan.

- **¿Es lo mismo cualidades y habilidades?**

Responde (Adsuara, G. 2020), pese a que muchas veces se tiende a confundir ambos conceptos, cada uno de ellos posee características propias que lo diferencia del otro. Por lo que respecta a las cualidades, estas tienen la particularidad de que

la característica que posee el individuo tiende a diferenciarlo de los demás. Sin embargo, el poseer una habilidad, se refiere a tener de una destreza o capacidad que le permita realizar una determinada acción.

Las habilidades de una persona pueden clasificarse según dos tipos básicos, aquellas que nos permitan desarrollarnos en el ámbito cognitivo y las que nos permitan desarrollarnos en el ámbito profesional.

2.2.7. Definición de Minimarket

Según su definición de (Ocampos, C. 2017). Los Minimarket o tiendas de conveniencia son negocios dedicados a la venta de productos de consumo inmediato, ubicados regularmente en las cercanías a zonas residenciales o ejecutivas. Una característica principal es que el cliente entra al negocio en modalidad de autoservicio.

Sus principales líneas de productos son las bebidas, bocaditos empaquetados, cigarrillos, productos de limpieza y algunos medicamentos que se expenden sin receta.

Inversión moderada, (2019). Los llamados Minimarkets, tiendas de conveniencia o mini mercados son establecimientos físicos que están dedicados a la venta de productos de consumo masivo e inmediato para la persona, los mismos generalmente se encuentran ubicados en zonas cercanas a residencias o a zonas ejecutivas.

Los Minimarkets tienen un amplio surtido de productos entre los cuales destacan; alimentos, bebidas, productos de limpieza, algunos medicamentos que no necesiten de receta médica y productos para el hogar, entre otros más básicos.

Su principal característica es su modalidad de autoservicio, ya que el cliente solo tiene que entrar a la tienda y escoger los productos que se llevara. Igualmente, este tipo de negocios suelen ser en su mayoría muy rentables para su dueño. Pero sobre todo lo son si están bien ubicados, administrados y planificados de forma estratégica.

a. Alta rotación de productos

Mayta, J. C. (2014), los mercados y bodegas tienen poca visibilidad al estar distantes de avenidas, caso contrario sucede con los supermercados que tienen mayor visibilidad.

En este caso los minimarkets no tienen una gran exhibición de cientos de productos como los grandes supermercados, sino que se fijan en que quieren sus clientes y van realizando las adecuaciones respectivas, es poco probable que el producto se mantenga en las estanterías por largo tiempo. Siempre habrá rotación de productos, mientras el cliente sienta que pueda conseguir lo que busca de forma específica y de calidad en un producto. (p.42)

b. Mayor contacto con el Cliente

Señala (Mayta, J. C. 2014), los clientes aspiran a comprar sus productos o servicios al menor precio posible o con una mejora de sus características al mismo precio (Gimbert 2010). La moderada disponibilidad de empresas que ofrecen productos de consumo masivo (principalmente alimentos), el bajo costo de cambio de proveedor, el bajo nivel de integración del cliente hacia atrás y el nivel neutro de rentabilidad y volumen de compra del cliente, hacen que esta fuerza obtenga el puntaje promedio de 3, que otorga al cliente un poder neutro de negociación,

aspecto que hace que el grado de atraktividad del sector con base en el poder de negociaci3n de los clientes sea neutral. (p.10)

c. Concentraci3n de productos espec3ficos

Señala (Mayta, J. C. 2014), los productos que se comercializarán son productos de consumo masivo, principalmente alimentos. La inocuidad de los alimentos estar3 garantizada por la adopci3n de la certificaci3n ISO 22000.

Ahora que ya sabemos que es lo que prefieren nuestros clientes, es menester poder asegurarles que en el negocio encontrarán los productos y artículos de mayor calidad a un mejor precio siempre. Pero sobre todo lograrán encontrar ese producto espec3fico que tanto han buscado, es por ello fundamental la comunicaci3n fluida entre los clientes y la gerencia o los encargados de venta (p.41)

d. Escoger un lugar Estrat3gico

Refiere (Mayta, J. C. 2014), entre los factores de atracci3n comercial de los puntos de venta se encuentran los precios justos, productos frescos, variedad de productos, atenci3n cordial, horarios extendidos y cr3dito.

Es decir, para el local donde estar3 físicamente el minimarket, lo más recomendable es escoger una zona estrat3gica de la ciudad con gran afluencia de público, que no tenga mucha competencia y que sea de fácil acceso al público.

Esta parte es vital para el negocio de minimarket porque de la ubicaci3n que esté dependerá mucho la cantidad de personas que irán y el tipo de cliente que llegará al negocio. (p.42)

e. Trabajadores y Personal

Asimismo, indica (Mayta, J. C. 2014), el subsistema de recursos humanos tiene como misi3n procurar los recursos humanos que necesita la empresa, así

como incidir en la conducta de las personas orientándolas hacia la consecución de los objetivos empresariales (Universidad de Huelva 2014).

Otro aspecto crucial que se necesita es que el personal que se vaya a contratar sea óptimo y eficiente. Sobre todo, aquellos que estén en atención al cliente, pero para que el negocio funcione correctamente se tendrán que contratar por lo menos; un encargado en la caja, a un personal de limpieza y a un encargado de ventas.

Igualmente, el personal se puede ir ensanchando, a medida que el negocio vaya cobrando relevancia y cada vez, más personas asistan y necesiten ser atendidas en sus dudas o preguntas. (p.48).

III. Hipótesis

La hipótesis son deducciones o predicciones que pretende adelantar juicios sobre los resultados de una investigación, el autor, Espinoza-Freire, (2018) nos dice. “La hipótesis podrá ser comprobada en principio, pero no se podrá considerar demostrada, porque los datos obtenidos son insuficientes”.

Asimismo, los autores, Hernández, Fernández y Baptista, (2014) afirman. “Que no en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis de estas clases o que sean afirmaciones más generales”.

En tanto según el autor Arias, (2012) nos dice. “Si la investigación descriptiva, no se verifica hipótesis de trabajo no significa que el estudio sea invalido o que carezca de utilidad cuando es un estudio descriptivo no se establece hipótesis”. Según la referencia de los autores no todas las investigaciones contemplan la hipótesis, siendo así en el presente estudio de investigación no se considera por ser de nivel descriptivo.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se aplicó con enfoque cuantitativo, no experimental, DESCRIPTIVO.

Según los objetivos planteados de la investigación, el estudio es de tipo descriptivo.

La investigación descriptiva, consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables de estudio. Deobold, B. Van, Dalen & William, J. (2012).

Donde la representación es como sigue: Muestra = M y O1= Variable

4.1.1. Nivel de investigación de las tesis

El nivel de investigación fue: DESCRIPTIVO

4.1.2. Diseño de la investigación

Se basó en: No experimental de forma trasversal

4.2. Población y muestra

La población; se consideró a los colaboradores del Market Señorial en la jurisdicción del distrito de Carmen Alto.

4.2.1. La población; Totalidad de individuos o elementos en los cuales puede presentarse determinada característica susceptible a ser estudiada. Puede ser finito o infinito, y en el caso de ser finito, puede ser muy grande y no poderse estudiar en su totalidad. Por eso es necesario escoger una parte de ese universo, para llevar a cabo el estudio. Atauje, C. (2014).

4.2.2. La muestra; se consideró aplicar a los 07 colaboradores del Market Señorial en la jurisdicción del distrito de Carmen Alto.

4.2.3. La muestra; se define como el subconjunto de la población, también conocida como población muestral. Grupo en el que se realiza el estudio y subconjunto de elementos que pertenecen al conjunto definido en sus características que llamamos población. Para seleccionar la muestra deben delimitarse las características de la población. Atauje, C. (2014).

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

4.3.1. La variable; se define como, el símbolo que representa un elemento cualquiera de un grupo dado, ese grupo es lo que se llama dominio de la variable. La variable es una representación de la realidad creada por el investigador y la aporta el investigador de acuerdo con sus necesidades. Necesidades que incluyen no solo la realidad objeto de investigación, sino también la intención que persigue el estudio reflejada en los objetivos. Carballo, B. & Guelmes, V. (2016).

Con la definición fundamentada se sustenta para desarrollar el presente trabajo de investigación y se ha determinado la variable; desempeño laboral.

4.3.2. Operacionalización de las variables

Espinoza, F. (2019) está constituida por una serie de procedimientos o indicaciones para realizar la medición de una variable definida conceptualmente. En esta se intenta obtener la mayor información posible de la variable seleccionada, a modo de captar su sentido y adecuación al contexto, y para ello deberá hacerse una cuidadosa revisión de la literatura disponible en el marco teórico. La

Operacionalización de las variables está estrechamente vinculada al tipo, la técnica o metodología empleada para la recolección de datos. Estas deben ser compatibles con los objetivos de la investigación, a la vez que responden al enfoque empleado, al tipo de investigación que se realiza, en líneas generales, pueden ser cualitativas o cuantitativas.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Instrumento de medición
Desempeño laboral de los colaboradores	El desempeño laboral de los colaboradores se ve reflejado en las actividades que realizan en su área de trabajo, todo esto depende de la forma que los colaboradores de una organización estén motivados. La motivación ayuda a describir la conducta de los colaboradores en el trabajo y está relacionado con las cualidades personales, el ser humano necesita poseer de diferentes habilidades para que tengan un buen rendimiento y alcanzar sus objetivos y metas (Sum, M. 2015)	El desempeño laboral se define operacionalmente como el resultado de los logros de los colaboradores en términos de motivación, habilidades y cualidades personales, el cual se medirá a través de una encuesta y aplicación de un cuestionario de 16 preguntas a los colaboradores del Market Señorial.	Motivación	Automotivación	1. Usted se siente auto motivado para realizar un buen desempeño en el trabajo 2. Usted siempre se siente auto motivado en su trabajo	1= Nunca 2= Casi nunca 3= Tal vez 4= Casi siempre 5= Siempre	Cuestionario
				Factores económicos	3. Usted considera el sueldo que percibe te motiva para lograr los objetivos del empleador 4. Usted ha recibido incremento de sueldo en los últimos meses 5. Usted se siente satisfecho con los beneficios económicos recibidos en la organización		
				Reconocimiento de una labor bien hecha	6. Usted recibió algún tipo de reconocimiento por parte del empleador 7. Usted recibe el reconocimiento de la organización cuando realiza un buen trabajo		
				Logro de cumplimientos	8. Usted considera que, lograr metas es importante para sentirse motivado 9. Usted ha logrado las metas propuestas de desempeño en la organización		
			Habilidades	Capacidad de adaptación	10. Usted ha sentido algún cambio en su persona luego de ingresar a la organización 11. Usted se siente cómodo con las funciones que desempeña		
				Comunicación correcta	12. Usted cree es importante la comunicación entre compañeros y el jefe de la organización		
			Cualidades personales	Compromiso	13. Usted asume otras tareas además de sus funciones 14. Usted se compromete a contribuir para lograr el éxito de la organización		
				Trabajo en equipo	15. A Usted le agrada trabajar entre compañeros y en equipo 16. Usted cree el trabajo en equipo ayudaría el éxito de la organización		

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se emplearon los siguientes elementos:

a) Técnica: encuesta

Técnica; según la definición de Tenorio, G. (2012) es una técnica de investigación, es el procedimiento o forma particular de obtener datos o información, para ello se utilizan instrumentos de recolección de datos, que puede ser “cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital). Estos instrumentos deben tener tres características importantes: confiabilidad, validez y objetividad.

Encuesta; según señala Tenorio, G. (2012) es un estudio detallado mediante la recopilación de información para después analizarle, pueden realizar de forma oral o escrita; en el primer caso se utiliza como instrumento una tarjeta que contiene las preguntas y las opciones de respuesta, la cual la llena el encuestador, también es común que se utilicen grabadoras o cámaras de video para guardar las respuestas.

b) Instrumento: cuestionario

El instrumento que se empleó para recopilar la información es el cuestionario, diseñado con escala de Likert, medición ordinal que consiste en:

1= Nunca

2= Casi nunca

3= Tal vez

4= Casi siempre

5= Siempre

Instrumento; según la definición de Regina, D. (2019) nos dice. “Es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación, que luego facilita resolver el problema de mercadeo. Los instrumentos están compuestos por escalas de medición”. Estarán expeditos para utilizarlos.

Cuestionario; para responder la definición Regina, D. (2019), afirma. “Un conjunto de preguntas utilizadas para la recopilación de información de una persona”. Por lo que la recopilación no demandará mucho tiempo.

- **Validación**

Para efectos de validación. Duarte, U. (2018) nos refiere como “Un instrumento de investigación, es un proceso metodológico que brinda la calidad, por lo que cualquiera que quiera hacer una tesis de corte cuantitativo debe: diseñar instrumentos para recolectar datos, conocer la confiabilidad del instrumento”. Con estas referencias se argumenta y se procederá a validar los instrumentos a emplear, lo que garantizará un trabajo de investigación representativo y confiable.

- **Confiabilidad**

Tenar en cuenta que el autor Mata, L. (2019) quien afirma. “Un instrumento que responde a la estabilidad de los datos obtenidos y la anulación de riesgos de variación entre los distintos casos y momentos de aplicación”. Esta definición fundamenta y garantiza la confiabilidad del estudio.

Para garantizar la confiabilidad del instrumento, se basó a través de la aplicación del Coeficiente Alpha de Cronbach. (Lee Joseph Cronbach, 1951).

Asimismo, el autor Hernández, M.V. (2014) nos dice como, “un coeficiente que sirve para medir la fiabilidad de una escala de medida o test. Es decir, una medida de las correlaciones entre las variables que forman parte de la escala”. Entonces el fundamento del autor respalda la fiabilidad de la investigación.

4.5. Plan de análisis

Para ejecutar la investigación se aplicó las encuestas dirigidas a los colaboradores del Market Señorial, esto permitió conocer de cerca la percepción sobre el desempeño laboral, dentro de la organización empresarial, los mismos dejaron sus opiniones como conclusión, que realmente sus desempeños laborales son motivados o desmotivados con las funciones a su cargo, sobre todo las expectativas al momento de ingresar y formar parte a la organización.

Asimismo, las encuestas se basaron para su aplicación en el instrumento relacionado a la motivación de 360 grados, lo que significa medir el desempeño de los colaboradores en relación a las funciones que asumen dentro de la organización. Finalmente, para la elaboración del cuestionario se empleó la escala de Likert.

La escala de Rensis Likert (1932) es un método de investigación de campo sobre la opinión de un individuo sobre un tema. Genera un cuestionario que identifica el grado de acuerdo o desacuerdo de cada pregunta y regularmente, emplea (5) niveles; 1 Totalmente en desacuerdo, 2 En desacuerdo, 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 De acuerdo, 5 Totalmente de acuerdo. A pesar del paso del tiempo, es

una de las herramientas más utilizadas tanto en las ciencias sociales como en los procesos de marketing. Martínez, L. (2019).

4.6. Matriz de consistencia

ENUNCIADO PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><u>Problema General</u> ¿Cuáles son las características del desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho 2020?.</p> <p><u>Problemas específicos</u> 1. ¿Cuáles son las características de la motivación en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho 2020?.</p> <p>2. ¿Cuáles son las características de las habilidades en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho 2020?.</p> <p>3. ¿Cuál es la importancia de las cualidades personales en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho 2020?.</p> <p>4. ¿Cómo implementar la mejora del desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020?</p>	<p><u>Objetivo General</u> Describir las características del desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020.</p> <p><u>Objetivos específicos</u> 1. Describir las características de la motivación en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020</p> <p>2. Describir las características de las habilidades en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020</p> <p>3. Conocer la importancia de las cualidades personales en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020.</p> <p>4. Elaborar un plan de mejora sobre el desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020.</p>	<p>. En este tipo de investigación no se considera hipótesis por ser de nivel descriptivo (Arias, Fidias, 2012)</p> <p>. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) comentan que no en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis de estas clases o que sean afirmaciones más generales.</p> <p>. Según Arias, (2012) si la investigación descriptiva no se verifica hipótesis de trabajo no significa que el estudio sea invalido o que carezca de utilidad cuando es un estudio descriptivo no se establece hipótesis.</p>	<p>Desempeño laboral de los colaboradores</p>	<p>Motivación</p> <p>Habilidades</p> <p>Cualidades personales</p>	<p>* Automotivación * Factores económicos * Reconocimiento de una labor bien hecha * Logro de cumplimientos</p> <p>*Capacidad de adaptación *Comunicación correcta</p> <p>*Compromiso *Trabajo en equipo</p>	<p><u>Tipo de investigación</u> Aplicada con enfoque cuantitativo</p> <p><u>Nivel de investigación</u> El nivel de investigación: DESCRIPTIVO</p> <p><u>Diseño de investigación</u> No experimental de forma trasversal</p> <p><u>RECOLECCIÓN DE INVESTIGACIÓN</u></p> <p><u>Población</u> La población estará conformada por los 7 colaboradores del Market Señorial, ubicado en el distrito de Carmen Alto.</p> <p><u>Técnica e instrumento</u> Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario</p>

4.7. Principios éticos

El presente trabajo de tesis, se ajusta a los principios y valores éticos consignados en el (código de ética para la investigación versión 002) Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH católica de fecha 16 de agosto del 2019, normas que rigen para el desarrollo de las investigaciones.

De los más destacados principios éticos, se enuncian los siguientes:

- Integridad
- Responsabilidad
- Competencia
- Orden
- Honestidad y

reconocimiento a los autores que han antecedido en el presente trabajo de tesis.

En relación a los principios éticos referidos, cabe indicar todo lo que se ha definido en el presente trabajo garantiza la veracidad, en cumplimiento a la Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH, sobre los principios éticos y las buenas prácticas, por lo demás se aplica la objetividad e imparcialidad en el procedimiento de las opiniones y resultados que se obtienen.

Es de reconocer y destacar el mérito a los grandes autores que se esforzaron realizar una gama de trabajos de investigación, los cuales sirven como una guía y herramientas de consulta en cada materia que se necesita revisar y hacer lectura, siempre respetando la importancia de las opiniones de cada autor o investigador.

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 1: Edad de los colaboradores

Categoría	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
18-30 años	3	0.43	43%
31-40 años	4	0.57	57%
41 años a mas	0	0	0%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

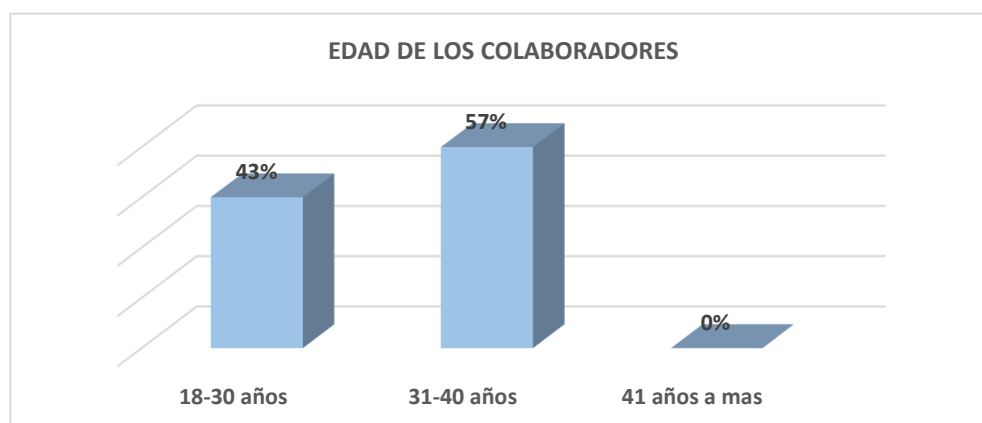


Figura 1: Edad de los colaboradores

Fuente: Tabla 1. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, respecto a la edad, el 57% (4 colaboradores) oscilan edades entre 31 a 40 años de edad, mientras el 43% (03 colaboradores), representan entre 18 a 30 años de edad.

Estos resultados evidencian que el alto porcentaje de colaboradores representan al grupo etareo más importante de la organización, éstos a su vez desarrollan actividades en relación a las funciones que asumen en cada área.

Tabla 2: Grado de instrucción de los colaboradores

Categoría	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Secundaria completa	1	0.14	14%
Superior incompleto	4	0.57	57%
Superior completo	2	0.29	29%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

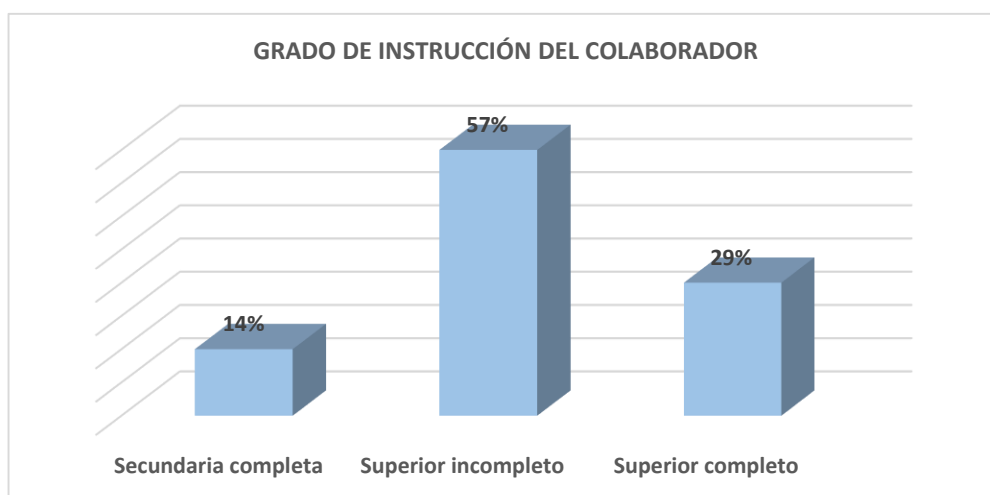


Figura 2: Edad de los colaboradores
Fuente: Tabla 2. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, en relación al grado de instrucción de los colaboradores, precisamos los siguientes resultados; el 57% (04 colaboradores) representan al nivel superior incompleto, sin embargo, el 29% (02 colaboradores) respondieron que son de nivel superior completo, por otro lado, el 14% (01 colaborador) responde que es procedente de nivel secundaria completa. Estos resultados responden que el alto porcentaje de colaboradores son procedentes de nivel superior incompleto, quienes desempeñan las funciones en cada área asignada.

Tabla 3: Usted se siente auto motivado para realizar un buen desempeño en el trabajo.

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	1	0.14	14%
Casi nunca	3	0.43	43%
Tal vez	3	0.43	43%
Casi siempre	0	0	0%
Siempre	0	0	0%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

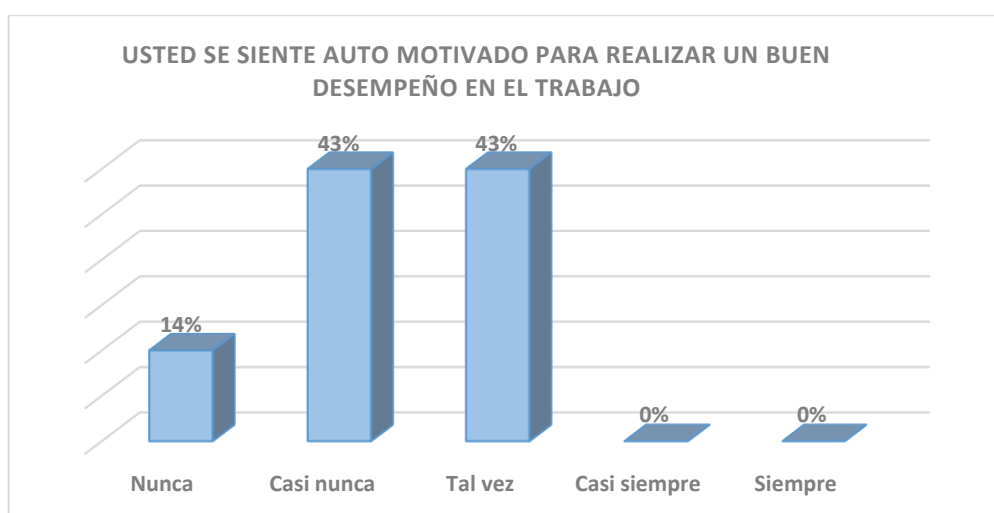


Figura 3: Usted se siente auto motivado para realizar un buen desempeño en el trabajo
Fuente: Tabla 3. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, respecto a la pregunta; usted se siente auto motivado para realizar un buen desempeño en el trabajo, de los cuales el 43% (03 colaboradores) consideran casi nunca se sienten auto motivados, asimismo el 43% (03 colaboradores) refieren tal vez se sienten auto motivados, mientras el 14% (01 colaborador) indica nunca se siente auto motivado. Los resultados nos indican que el alto porcentaje de colaboradores casi nunca y tal vez se sienten auto motivados para realizar un buen desempeño en la organización empresarial.

Tabla 4: Usted siempre se siente auto motivado en su trabajo

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	0	0	0%
Casi nunca	4	0.57	57%
Tal vez	3	0.43	43%
Casi siempre	0	0	0%
Siempre	0	0	0%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

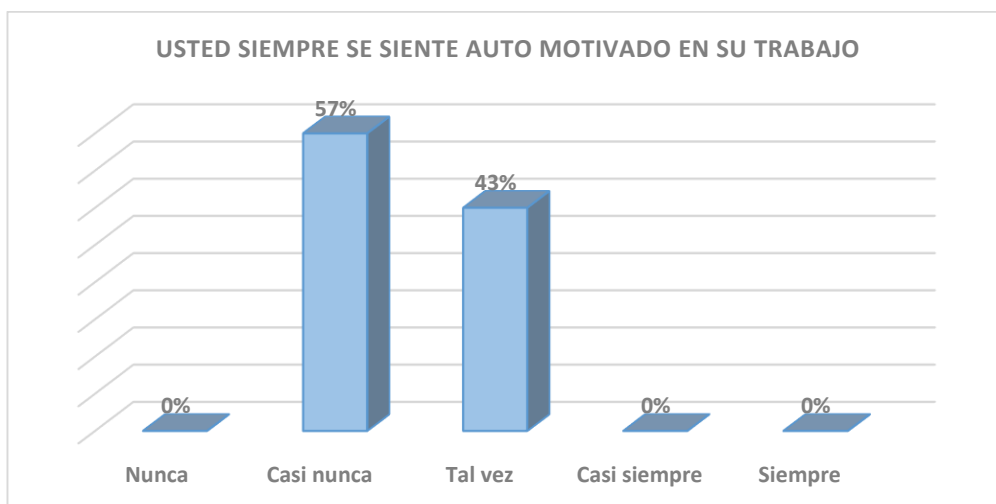


Figura 4: Usted siempre se siente auto motivado en su trabajo

Fuente: Tabla 4. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, respecto a la pregunta; usted siempre se siente auto motivado en su trabajo, de los cuales el 57% (04 colaboradores) consideran casi nunca se sienten auto motivados en su trabajo, en tanto el 43% (03 colaboradores) refieren tal vez se sienten auto motivados en el trabajo. Estos resultados obtenidos claramente responden a las preguntas que el alto porcentaje de colaboradores casi nunca se sienten auto motivados en su trabajo para cumplir sus funciones.

Tabla 5: Usted considera el sueldo que percibe te motiva para lograr los objetivos del empleador.

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	0	0	0%
Casi nunca	0	0	0%
Tal vez	1	0.14	14%
Casi siempre	4	0.57	57%
Siempre	2	0.29	29%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

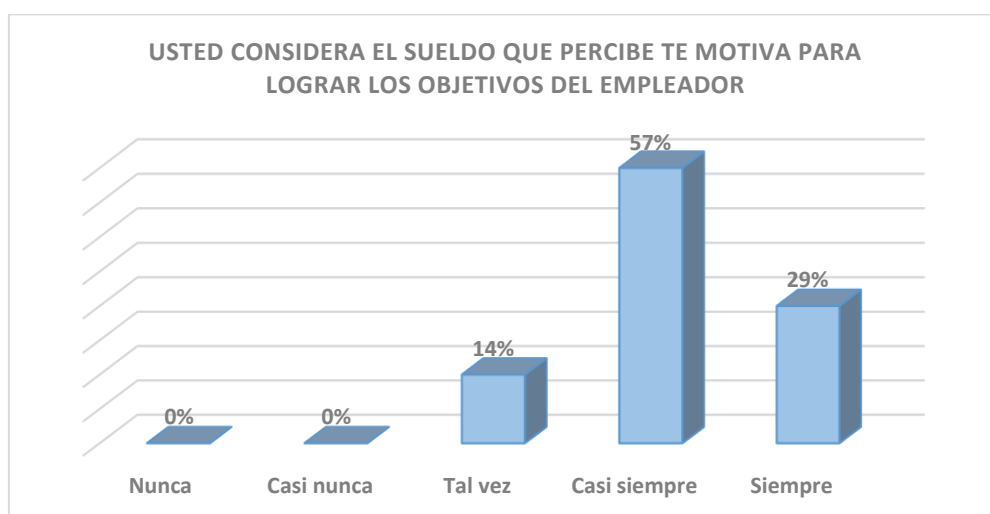


Figura 5: Usted considera el sueldo que percibe te motiva para lograr los objetivos del empleador
Fuente: Tabla 5. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, referente a la pregunta; usted considera el sueldo que percibe le motiva para lograr los objetivos del empleador, de los cuales el 57% (04 colaboradores) consideran casi siempre el sueldo que percibe le motivan, mientras el 29% (02 colaboradores) señalan siempre el sueldo que percibe le motivan, sin embargo, el 14% (01 colaborador) indica que tal vez el sueldo que percibe le motiva. Estos resultados obtenidos nos muestran una respuesta con tendencia relativamente favorable para el empleador, es decir, casi siempre les motivarían a los colaboradores.

Tabla 6: Usted ha recibido incremento de sueldo en los últimos meses

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	7	1.0	100%
Casi nunca	0	0	0%
Tal vez	0	0	0%
Casi siempre	0	0	0%
Siempre	0	0	0%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

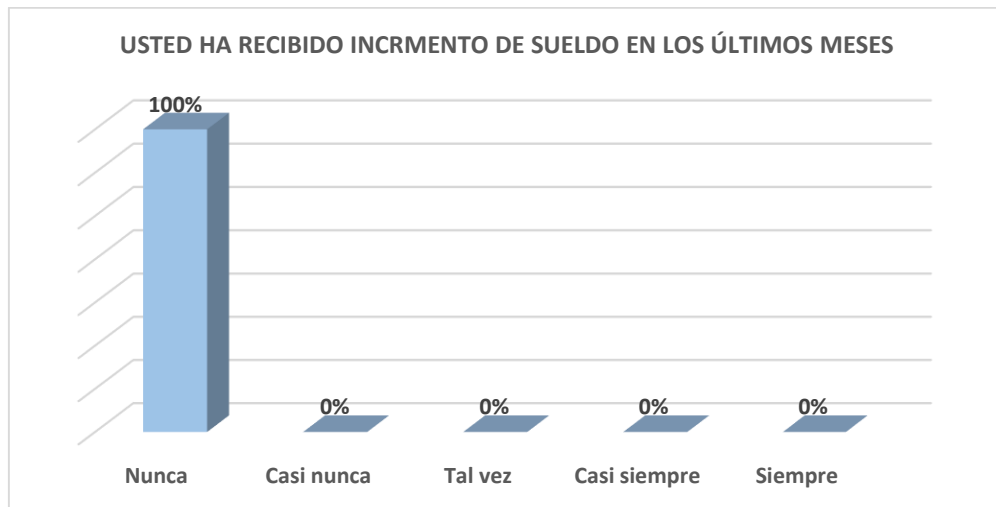


Figura 6: Usted ha recibido incremento de sueldo en los últimos meses

Fuente: Tabla 6. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, referente a la pregunta; usted ha recibido incremento de sueldo en los últimos meses, los cuales el 100% (07 colaboradores) respondieron que nunca han percibido incremento de sueldos por parte del empleador.

Este resultado obtenido nos representa que los colaboradores nunca han recibido el incremento de sueldos, lo que reflejaría que el empleador ya tiene establecido la remuneración y no hay planes de incrementos salariales.

Tabla 7: Usted se siente satisfecho con los beneficios económicos recibidos en la organización.

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	2	0.29	29%
Casi nunca	3	0.43	43%
Tal vez	2	0.29	29%
Casi siempre	0	0	0%
Siempre	0	0	0%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

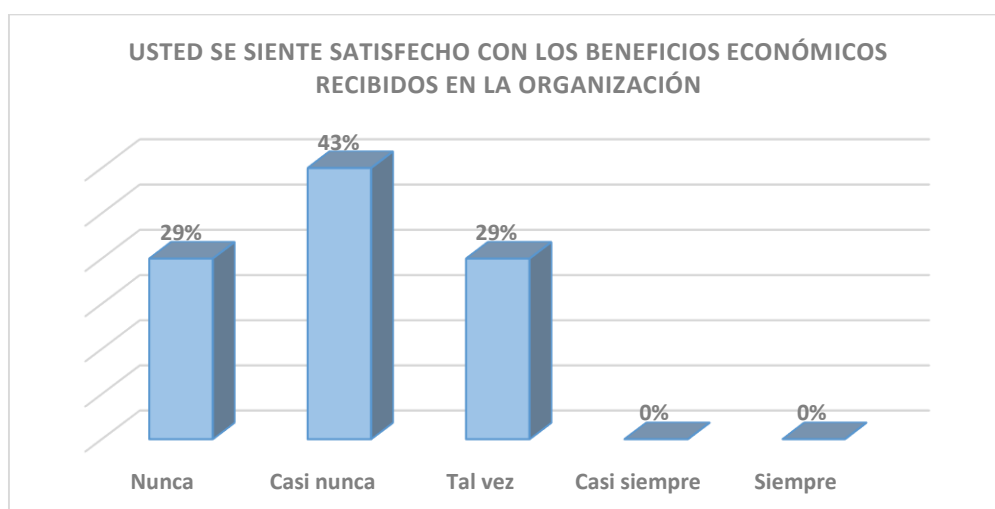


Figura 7: Usted se siente satisfecho con los beneficios económicos recibidos en la organización
Fuente: Tabla 7. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, respecto a la pregunta; usted se siente satisfecho con los beneficios económicos recibidos, de los cuales el 43% (03 colaboradores) señalan casi nunca se sienten satisfechos con los beneficios económicos, mientras el 29% (02 colaboradores) indican tal vez se sienten satisfechos con los beneficios económicos, mientras el 29% (02 colaboradores) indican nunca se sienten satisfechos con los beneficios económicos. Estos resultados obtenidos muestran que el alto porcentaje de colaboradores manifiestan casi nunca y nunca se sienten satisfechos con los beneficios económicos recibidos de la organización empresarial.

Tabla 8: Usted recibió algún tipo de reconocimiento por parte del empleador

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	5	0.71	71%
Casi nunca	2	0.29	29%
Tal vez	0	0	0%
Casi siempre	0	0	0%
Siempre	0	0	0%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

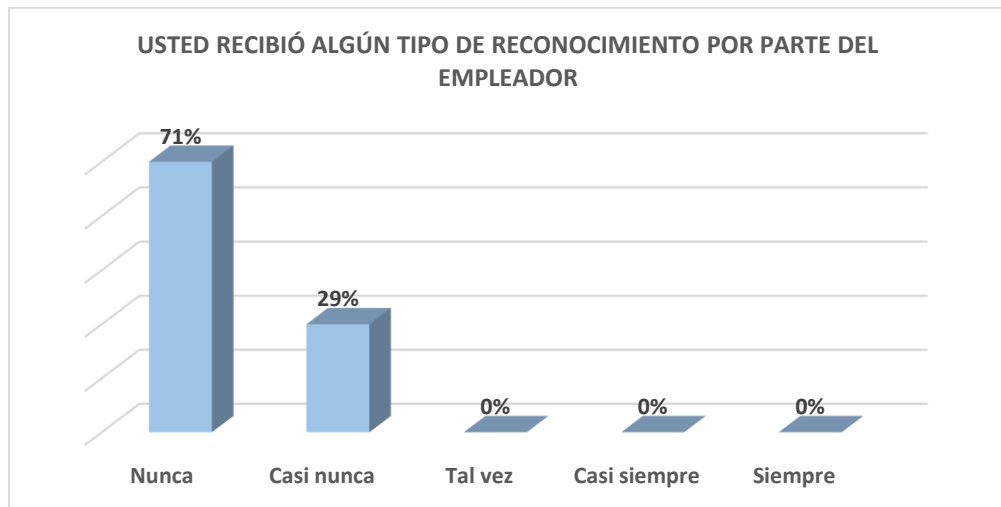


Figura 8: Usted recibió algún tipo de reconocimiento por parte del empleador

Fuente: Tabla 8. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, referente a la pregunta; usted recibió algún tipo de reconocimiento por parte del empleador, de los cuales el 71% (05 colaboradores) respondieron nunca recibieron algún tipo de reconocimiento, en tanto el 29% (02 colaboradores) señalaron casi nunca recibieron algún tipo de reconocimiento por parte del empleador. Estos resultados obtenidos nos indican que el alto porcentaje de colaboradores nunca reciben algún tipo de reconocimiento de parte de la organización empresarial.

Tabla 9: Usted recibe el reconocimiento de la organización cuando realiza un buen trabajo.

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	6	0.86	86%
Casi nunca	1	0.14	14%
Tal vez	0	0	0%
Casi siempre	0	0	0%
Siempre	0	0	0%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

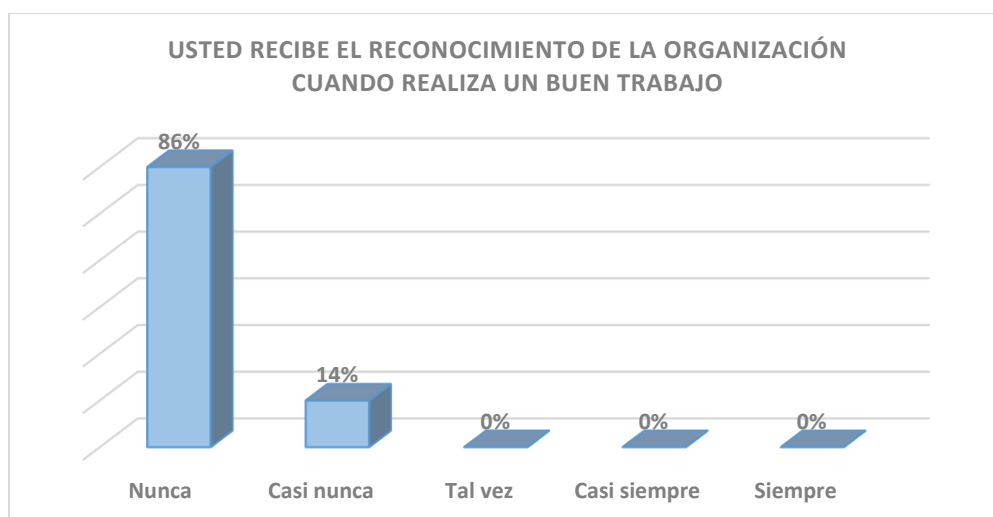


Figura 9: Usted recibe el reconocimiento de la organización cuando realiza un buen trabajo.
Fuente: Tabla 9. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, respecto a la pregunta; usted recibe el reconocimiento cuando realiza un buen trabajo, de los cuales el 86% (06 colaboradores) respondieron nunca recibieron el reconocimiento cuando realiza un buen trabajo, mientras el 14% (01 colaborador) responde que casi nunca recibió el reconocimiento cuando realiza un buen trabajo, Estos resultados obtenidos claramente nos muestran que la mayoría de colaboradores señalaron nunca han recibido algún tipo de reconocimiento cuando realizan un buen trabajo en el interior de la organización.

Tabla 10: Usted considera que, lograr metas es importante para sentirse motivado.

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	0	0	0%
Casi nunca	0	0	0%
Tal vez	3	0.43	43%
Casi siempre	4	0.57	57%
Siempre	0	0	0%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

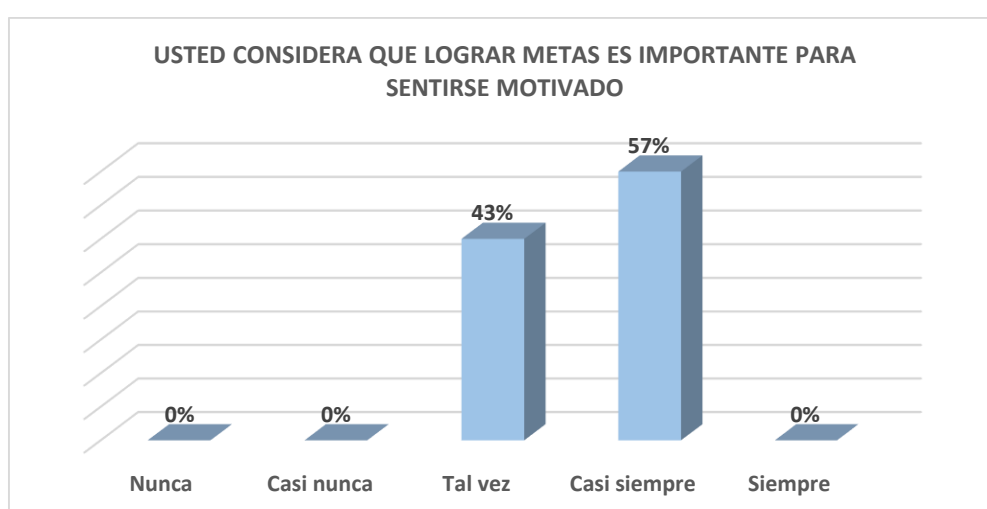


Figura 10: Usted considera que, lograr metas es importante para sentirse motivado
Fuente: Tabla 10. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, en relación a la pregunta; usted considera que lograr metas es importante para sentirse motivado, de los cuales el 57% (04 colaboradores) respondieron casi siempre se sienten motivados al lograr las metas, sin embargo, el 43% (03 colaboradores) refieren que tal vez se sienten motivados al lograr las metas dentro de la organización. Estos resultados obtenidos son bastantes claros que los colaboradores en su mayoría manifiestan casi siempre se sienten motivados al lograr las metas que se proponen.

Tabla 11: Usted ha logrado las metas propuestas de desempeño en la organización.

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	0	0	0%
Casi nunca	1	0.14	14%
Tal vez	1	0.14	14%
Casi siempre	3	0.43	43%
Siempre	2	0.29	29%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

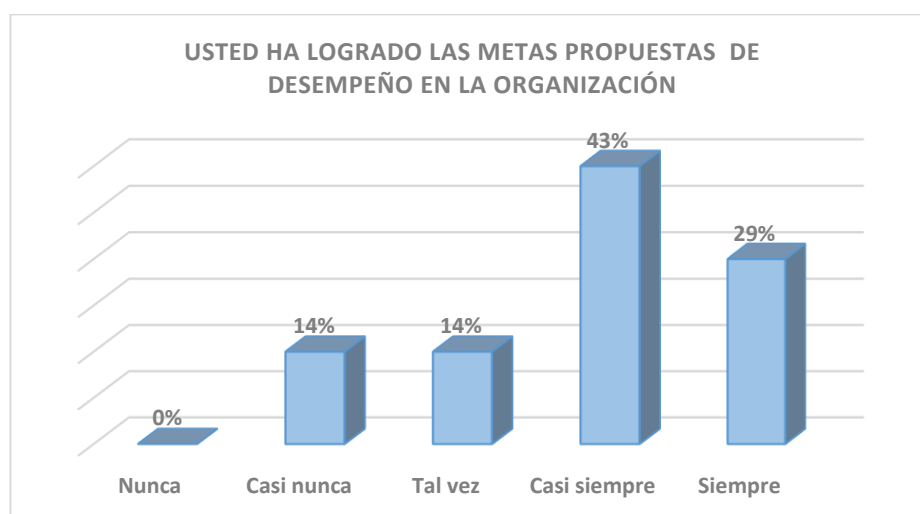


Figura 11: Usted ha logrado las metas propuestas de desempeño en la organización
Fuente: Tabla 11. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, respecto a la pregunta; usted ha logrado las metas propuestas de desempeño en la organización, de los cuales el 43% (03 colaboradores) responden casi siempre han logrado las metas propuestas de desempeño, mientras el 29% (02 colaboradores) señalan que siempre han logrado las metas propuestas de desempeño, en tanto el 14% (01 colaborador) precisa que tal vez ha logrado las metas propuestas de desempeño y el 14% (01 colaborador) manifiesta casi nunca ha logrado las metas propuestas de desempeño. Estos resultados obtenidos nos muestran que hay una ligera tendencia de colaboradores casi siempre logran las metas propuestas en desempeñar sus funciones.

Tabla 12: Usted ha sentido algún cambio en su persona luego de ingresar a la organización.

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	1	0.14	14%
Casi nunca	4	0.57	57%
Tal vez	1	0.14	14%
Casi siempre	1	0.14	14%
Siempre	0	0	0%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

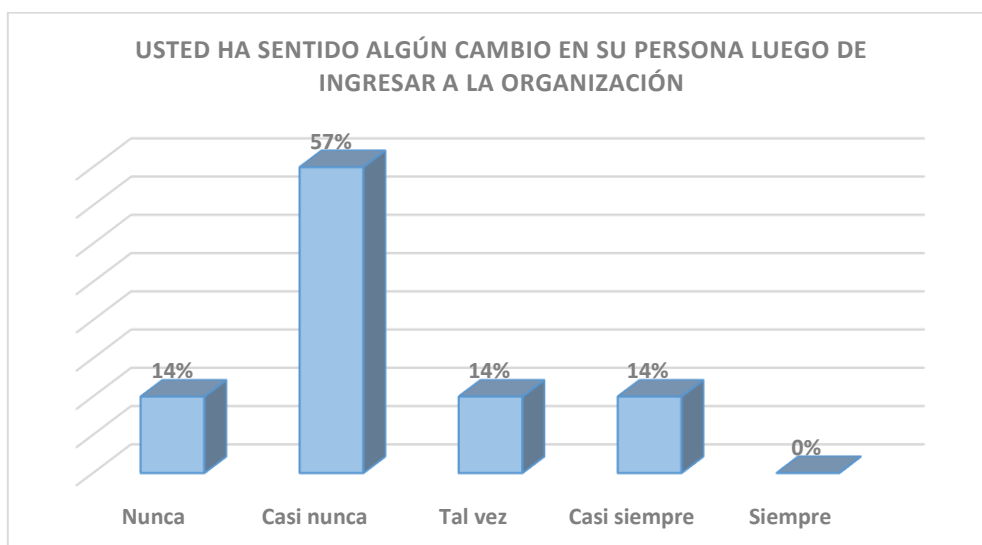


Figura 12: Usted ha sentido algún cambio en su persona luego de ingresar a la organización
Fuente: Tabla 12. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, respecto a la pregunta; usted ha sentido algún cambio en su persona luego de ingresar a la organización, de los cuales el 57% (04 colaboradores) responden casi nunca han sentido cambio en su personalidad al integrarse a la organización, mientras el 14% (01 colaborador) considera que nunca ha sentido algún cambio en su persona, en tanto el 14% (01 colaborador) refiere tal vez ha sentido algún cambio en su persona y el 14% (01 colaborador) manifiesta casi siempre ha sentido algún cambio en su persona al incorporarse a la organización. Estos resultados obtenidos responden que la mayoría de colaboradores casi nunca han sentido cambio alguno al formar parte a la organización.

Tabla 13: Usted se siente cómodo con las funciones que desempeña

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	0	0	0%
Casi nunca	0	0	0%
Tal vez	1	0.14	14%
Casi siempre	3	0.43	43%
Siempre	3	0.43	43%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto

Elaboración: Propia

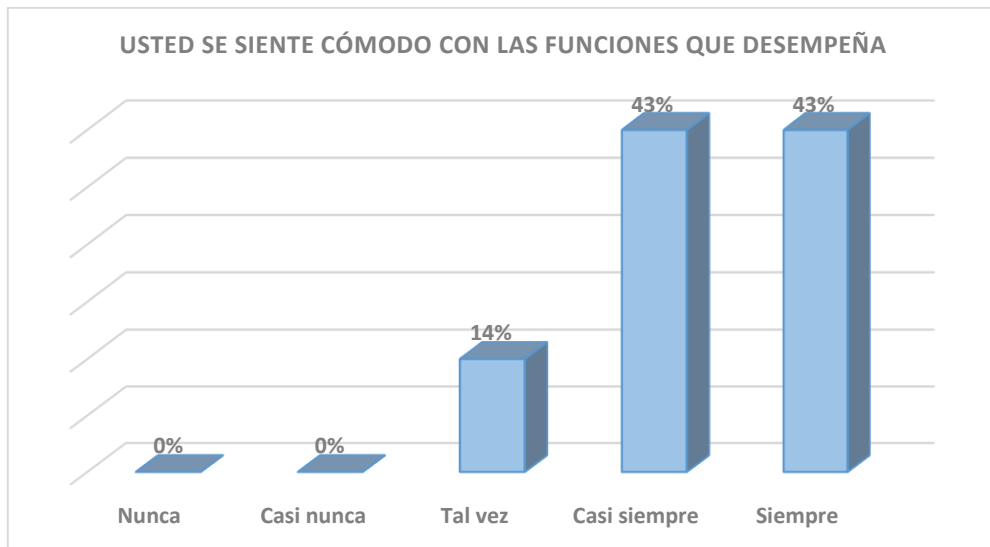


Figura 13: Usted se siente cómodo con las funciones que desempeña

Fuente: Tabla 13. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, referente a la pregunta; usted se siente cómodo con las funciones que desempeña, de los cuales el 43% (03 colaboradores) respondieron que siempre se sienten cómodos con las funciones, asimismo el 43% (3 colaboradores) refieren casi siempre se sienten cómodos con las funciones a su cargo, mientras, el 14% (01 colaborador) señala que tal vez se siente cómodo con las funciones que desempeña. Estos resultados resaltan que los colaboradores relativamente casi siempre y siempre se sienten cómodos con las funciones que desempeñan en la organización.

Tabla 14: Usted cree es importante la comunicación entre compañeros y el jefe de la organización.

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	0	0	0%
Casi nunca	1	0.14	14%
Tal vez	1	0.14	14%
Casi siempre	3	0.43	43%
Siempre	2	0.29	29%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia



Figura 14: Usted cree es importante la comunicación entre compañeros y el jefe de la organización
Fuente: Tabla 14. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, respecto a la pregunta; usted cree es importante la comunicación entre compañeros y el jefe de la organización, de los cuales el 43% (03 colaboradores) responden casi siempre es importante la comunicación entre compañeros, mientras el 29% (02 colaboradores) consideran siempre es importante la comunicación entre compañeros, en tanto el 14% (01 colaborador) refiere tal vez es importante la comunicación entre compañeros y el 14% (01 colaborador) manifiesta casi nunca es importante la comunicación entre compañeros. Estos resultados reflejan que los colaboradores casi siempre consideran importante la comunicación entre compañeros y el jefe de la organización.

Tabla 15: Usted asume otras tareas además de sus funciones

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	3	0.43	43%
Casi nunca	2	0.29	29%
Tal vez	1	0.14	14%
Casi siempre	1	0.14	14%
Siempre	0	0	0%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

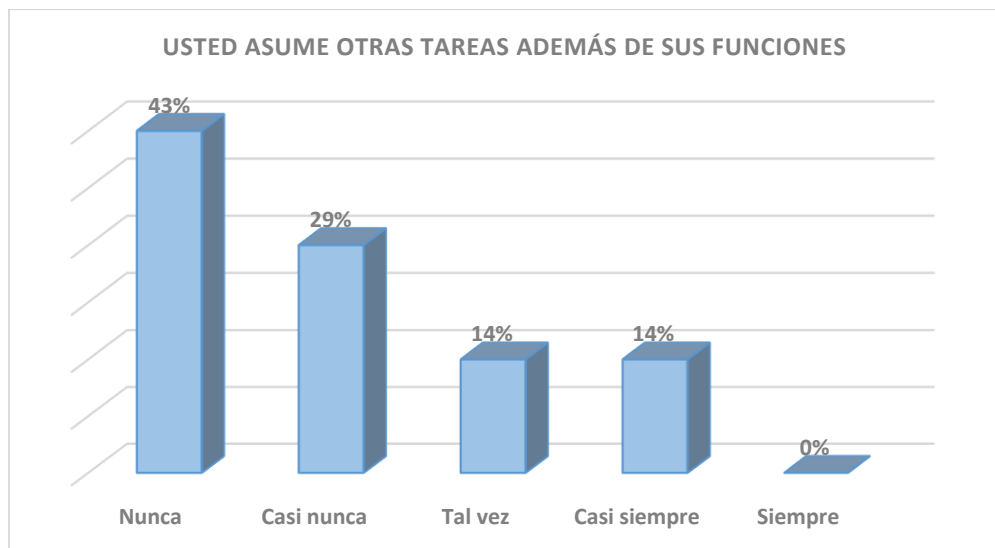


Figura 15: Usted asume otras tareas además de sus funciones

Fuente: Tabla 15. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, en relación a la pregunta; usted asume otras tareas además de sus funciones, de los cuales el 43% (03 colaboradores) responden que nunca asumen otras tareas, en tanto el 29% (02 colaboradores) responden casi nunca asumen otras tareas, mientras el 14% (01 colaborador) refiere tal vez asume otras tareas y el 14% (01 colaborador) señala casi siempre asume otras tareas además de sus funciones. Estos resultados representan que los colaboradores en su mayoría nunca asumen otras tareas además de las funciones asignadas a su cargo.

Tabla 16: Usted se compromete a contribuir para lograr el éxito de la organización

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	0	0	0%
Casi nunca	1	0.14	14%
Tal vez	1	0.14	14%
Casi siempre	3	0.43	43%
Siempre	2	0.29	29%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

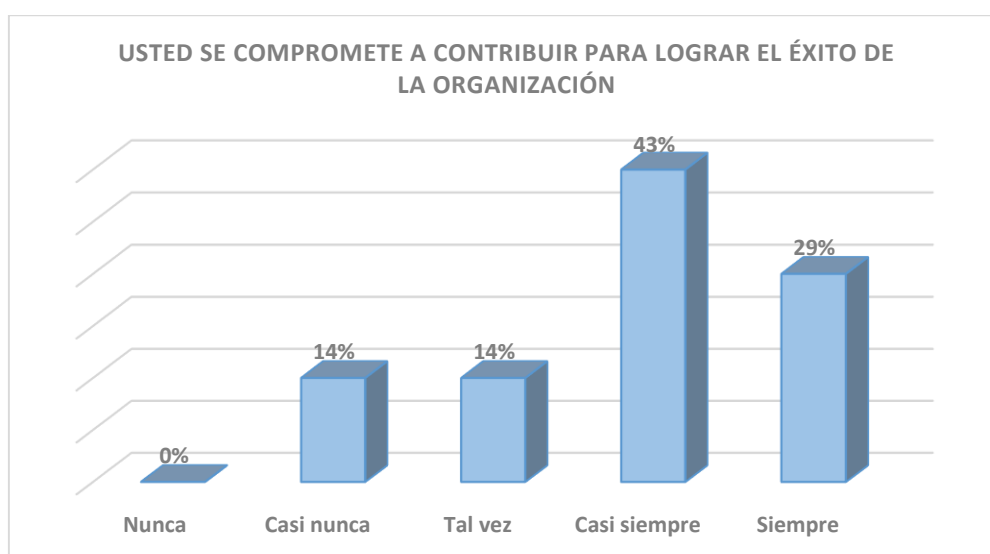


Figura 16: Usted se compromete a contribuir para lograr el éxito de la organización
Fuente: Tabla 16. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, respecto a la pregunta; usted se compromete a contribuir para lograr el éxito de la organización, de los cuales el 43% (03 colaboradores) responden casi siempre se comprometen a contribuir, mientras el 29% (02 colaboradores) responden siempre se comprometen a contribuir, en tanto el 14% (01 colaborador) refiere casi nunca se comprometen a contribuir y el 14% (01 colaborador) señala tal vez se compromete a contribuir para el éxito de la organización. Estos resultados nos muestran que los colaboradores casi siempre se comprometen a contribuir para el éxito de la organización.

Tabla 17: A Usted le agrada trabajar entre compañeros y en equipo

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	0	0	0%
Casi nunca	0	0	0%
Tal vez	0	0	0%
Casi siempre	2	0.29	29%
Siempre	5	0.71	71%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto

Elaboración: Propia

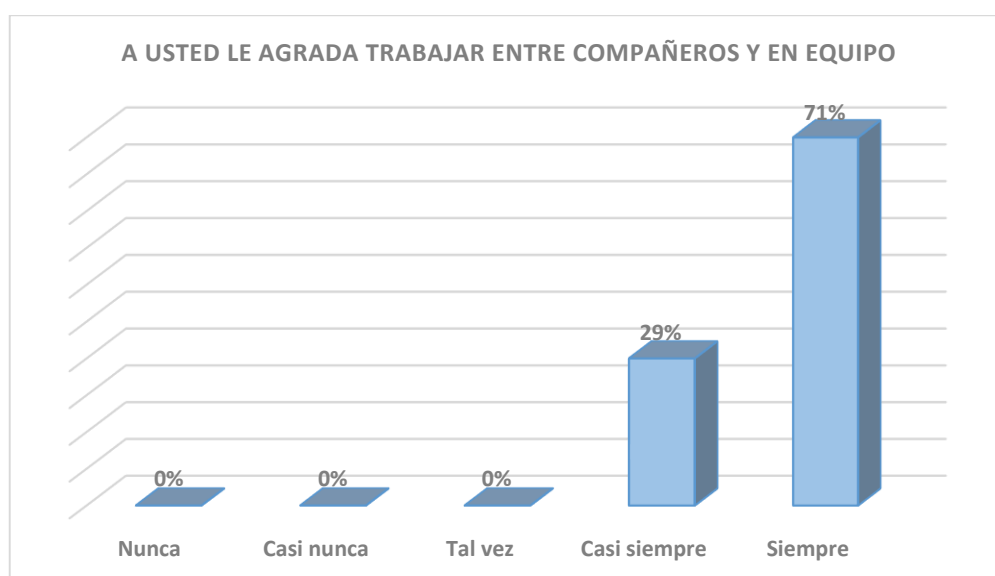


Figura 17: A Usted le agrada trabajar entre compañeros y en equipo

Fuente: Tabla 17. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, en relación a la pregunta; a usted le agrada trabajar entre compañeros y en equipo, de los cuales el 71% (05 colaboradores) refieren siempre le agradan trabajar entre compañeros y en equipo, sin embargo, el 29% (02 colaboradores) responden casi siempre le agradan trabajar entre compañeros y en equipo. Estos resultados son evidentes y muestran que los colaboradores, como parte de sus cualidades tienen tendencia a trabajar en equipo dentro de la organización al cual forman parte.

Tabla 18: Usted cree el trabajo en equipo ayudaría el éxito de la organización

Opción de respuesta	Frecuencias		
	Absoluta	Relativa	Porcentaje %
Nunca	0	0	0%
Casi nunca	0	0	0%
Tal vez	1	0.14	14%
Casi siempre	2	0.29	29%
Siempre	4	0.57	57%
Total	7		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del Market Señorial, distrito de Carmen Alto
Elaboración: Propia

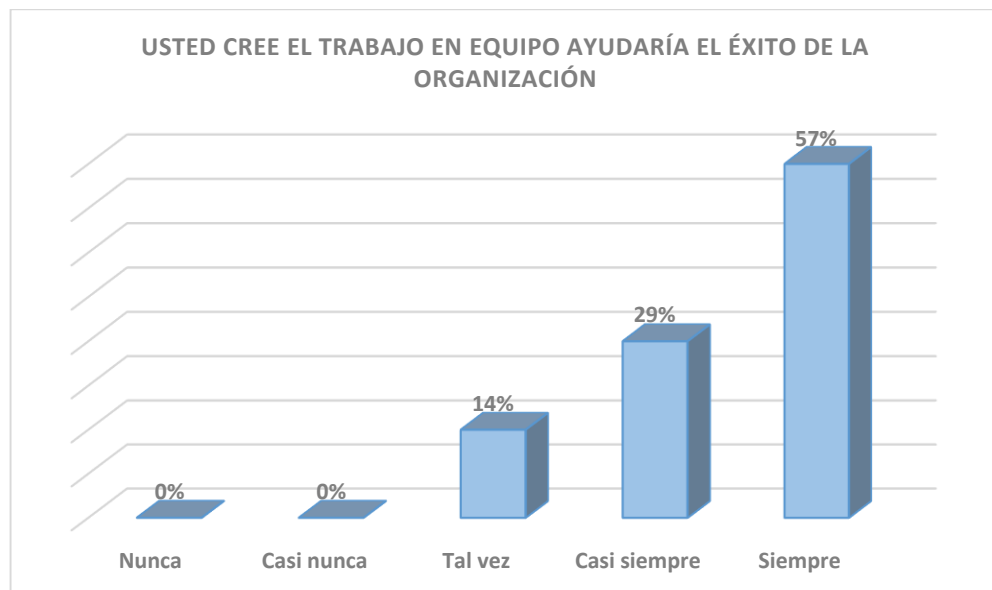


Figura 18: Usted cree el trabajo en equipo ayudaría el éxito de la organización
Fuente: Tabla 18. Elaboración propia

Interpretación: Encuesta realizada a los 07 colaboradores al (100%) del Market Señorial, respecto a la pregunta; usted cree el trabajo en equipo ayudaría el éxito de la organización, de los cuales el 57% (04 colaboradores) responden siempre el trabajo en equipo llevaría al éxito, mientras el 29% (02 colaboradores) precisan casi siempre el trabajo en equipo llevaría al éxito, mientras el 14% (01 colaborador) responde tal vez el trabajo en equipo llevaría al éxito a la organización. Estos resultados son muy claros que los colaboradores muestran siempre, que el trabajo en equipo ayudaría a la organización lograr el éxito.

5.2. Análisis de resultados

Posterior a la recopilación de información aplicada mediante la escala de Likert en el Market Señorial, presentamos los resultados procesados, en resumen, información general sobre datos de los colaboradores referente a la edad; del 100% (07 colaboradores) encuestados, el 57% (4 colaboradores) oscilan edades entre 31 a 40 años de edad, mientras el 43% (03 colaboradores), representan entre 18 a 30 años de edad. Asimismo, en relación al grado de instrucción de los colaboradores precisamos las siguientes informaciones; del 100% (07 colaboradores), el 57% (04 colaboradores) representan al nivel superior incompleto, sin embargo, el 29% (02 colaboradores) señalan que son de nivel superior completo, por otro lado, el 14% (01 colaborador) responde que es de nivel secundaria completa. Estos resultados importantes nos permiten visualizar de cerca sobre el nivel de desempeño que reflejan cada colaborador en relación a la edad y grado de instrucción. Asimismo, en este párrafo se resalta el análisis de resultados más importantes descritos por cada objetivo específico planteados en la presente investigación:

Objetivo específico 01; Describir las características de la motivación en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020.

En la tabla 3 y figura 3; del total de encuestados al 100% (07 colaboradores) respecto a la pregunta; usted se siente auto motivado para realizar un buen desempeño en el trabajo, de los cuales el 43% (03 colaboradores) consideran casi nunca se sienten auto motivados, asimismo el 43% (03 colaboradores) refieren tal vez se sienten auto motivados, mientras el 14% (01 colaborador) indica nunca se siente auto motivado. Los resultados nos indican que el alto porcentaje de colaboradores casi nunca y tal vez se sienten auto motivados para realizar un buen

desempeño en la organización empresarial. Estos resultados obtenidos no guardan ninguna relación con (Sum, M. 2015) quien, en su investigación se comprobó que el nivel de motivación que tienen los colaboradores es alto, para su desempeño en la organización.

Referente a la tabla 6 y figura 6; del total de encuestados al 100% (07 colaboradores) respecto a la pregunta; usted ha recibido incremento de sueldo en los últimos meses, los cuales el 100% (07 colaboradores) respondieron que nunca han percibido incremento de sueldos por parte del empleador.

Este resultado obtenido nos representa que los colaboradores nunca han recibido el incremento de sueldos, lo que reflejaría que el empleador ya tiene establecido la remuneración y no hay planes de incrementos salariales.

En la tabla 8 y figura 8; del total de encuestados al 100% (07 colaboradores) respecto a la pregunta; usted recibió algún tipo de reconocimiento por parte del empleador, de los cuales el 71% (05 colaboradores) respondieron nunca recibieron algún tipo de reconocimiento, en tanto el 29% (02 colaboradores) señalaron casi nunca recibieron algún tipo de reconocimiento por parte del empleador. Estos resultados obtenidos nos indican que el alto porcentaje de colaboradores nunca reciben algún tipo de reconocimiento de la organización.

En la tabla 9 y figura 9; del total de encuestados al 100% (07 colaboradores) respecto a la pregunta; usted recibe el reconocimiento cuando realiza un buen trabajo, de los cuales el 86% (06 colaboradores) respondieron nunca recibieron el reconocimiento cuando realizan un buen trabajo, mientras el 14% (01 colaborador) responde que casi nunca recibió el reconocimiento cuando realiza un buen trabajo, Estos resultados obtenidos claramente nos muestran que la mayoría de colaboradores señalaron nunca han recibido algún tipo de reconocimiento cuando realizan un buen trabajo en el interior de la organización. Estos resultados

obtenidos no concuerdan según (Hernández, A. 2013), quien muestra resultados del estudio de investigación realizadas y ha comprobado que en el tema de la motivación, satisfacción y desempeño laboral no encontramos evidencias suficientes que sostengan la premisa de que el personal motivado y satisfecho tiende a ser más productivo, creativo y comprometido con su centro de trabajo.

Objetivo específico 02; Describir las características de las habilidades en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020.

Referente a la tabla 12 y figura 12; del total de encuestados al 100% (07 colaboradores) respecto a la pregunta; usted ha sentido algún cambio en su persona luego de ingresar a la organización, de los cuales el 57% (04 colaboradores) responden casi nunca han sentido cambio en su personalidad al integrarse a la organización, mientras el 14% (01 colaborador) considera que nunca ha sentido algún cambio en su persona, en tanto el 14% (01 colaborador) refiere tal vez ha sentido algún cambio en su persona y el 14% (01 colaborador) manifiesta casi siempre ha sentido algún cambio en su persona al incorporarse a la organización. Estos resultados obtenidos reflejan que la mayoría de colaboradores casi nunca han sentido cambio alguno al formar parte a la organización, es decir, tienen una habilidad de adaptarse sin cambio alguno en su persona a un nuevo espacio de trabajo, estos resultados obtenidos guardan una similitud, según (Cabrera, Y. 2018), en el estudio de investigación realizada, que el 56.7% de los trabajadores si cuentan con habilidades lo que genera confianza en la productividad de la empresa.

Respecto a la tabla 13 y figura 13; del total de encuestados al 100% (07 colaboradores) referente a la pregunta; usted se siente cómodo con las funciones que desempeña, de los cuales el 43% (03 colaboradores) respondieron que

siempre se sienten cómodos con las funciones, asimismo el 43% (3 colaboradores) refieren casi siempre se sienten cómodos con las funciones a su cargo, mientras, el 14% (01 colaborador) señala que tal vez se siente cómodo con las funciones que desempeña. Estos resultados nos evidencian que los colaboradores relativamente casi siempre y siempre se sienten cómodos con las funciones que desempeñan en la organización, este resultado guarda relación según (Cabrera, Y. 2018), quien en el estudio de investigación realizada muestra los resultados, que el 50% de los trabajadores, si se sienten satisfechos con las actividades que realizan dentro de la empresa y el 50% no se sienten satisfechos.

En relación a la tabla 14 y figura 14; del total de encuestados al 100% (07 colaboradores) respecto a la pregunta; usted cree es importante la comunicación entre compañeros y el jefe de la organización, de los cuales el 43% (03 colaboradores) responden casi siempre es importante la comunicación entre compañeros, mientras el 29% (02 colaboradores) consideran que siempre es importante la comunicación entre compañeros, en tanto el 14% (01 colaborador) refiere tal vez es importante la comunicación entre compañeros y el 14% (01 colaborador) manifiesta casi nunca es importante la comunicación entre compañeros. Estos resultados nos muestran que los colaboradores casi siempre consideran importante la comunicación entre compañeros y el jefe de la organización, lo cual no guarda relación, según (Mino, P. 2014), con los resultados obtenidos de su investigación, quien indica que la dimensión con menor promedio dentro de la variable desempeño, es el compromiso, que indica particularmente falta de trabajo en equipo, coordinación y compromiso de los trabajadores con la empresa, lo que desencadena un clima laboral desfavorable que produce menos productividad para la empresa e influye en sus servicios al cliente.

Objetivo específico 03: Conocer la importancia de las cualidades personales en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020.

Referente a la tabla 16 y figura 16; del total de encuestados al 100% (07 colaboradores) respecto a la pregunta; usted se compromete a contribuir para lograr el éxito de la organización, de los cuales el 43% (03 colaboradores) responden casi siempre se comprometen a contribuir, mientras el 29% (02 colaboradores) responden siempre se comprometen a contribuir, en tanto el 14% (01 colaborador) refiere casi nunca se comprometen a contribuir y el 14% (01 colaborador) señala tal vez se compromete a contribuir para el éxito de la organización. Estos resultados nos muestran que los colaboradores casi siempre se comprometen a contribuir para el éxito de la organización empresarial, por lo que aproxima relacionarse según (Mayta, C. 2014) en su estudio de investigación realizada, considera que la participación del capital humano en el logro de la ventaja competitiva es determinante, es importante mantener un clima laboral adecuado, que les genere la motivación para interiorizar la cultura organizacional del minimarket y contribuir con el logro de la visión empresarial.

En la tabla 17 y figura 17; del total de encuestados al 100% (07 colaboradores) respecto a la pregunta; a usted le agrada trabajar entre compañeros y en equipo, de los cuales el 71% (05 colaboradores) refieren siempre le agradan trabajar entre compañeros y en equipo, sin embargo, el 29% (02 colaboradores) responden casi siempre le agradan trabajar entre compañeros y en equipo. Estos resultados son claros y muestran que los colaboradores tienen tendencia a trabajar en equipo dentro de la organización al cual forman parte, lo cual no guarda relación, según (Mino, P. 2014), con los resultados obtenidos de su investigación, que la dimensión con menor promedio dentro de la variable desempeño, es el

compromiso, que indica particularmente falta de trabajo en equipo, coordinación y compromiso de los trabajadores con la empresa, lo que desencadena un clima laboral desfavorable que produce menos productividad para la empresa e influye en sus servicios al cliente.

En relación a la tabla 18 y figura 18; del total de encuestados al 100% (07 colaboradores) respecto a la pregunta; usted cree el trabajo en equipo ayudaría el éxito de la organización, de los cuales el 57% (04 colaboradores) responden siempre el trabajo en equipo llevaría al éxito, mientras el 29% (02 colaboradores) precisan casi siempre el trabajo en equipo llevaría al éxito, mientras el 14% (01 colaborador) responde que tal vez el trabajo en equipo llevaría al éxito a la organización. Estos resultados es muy claro que los colaboradores muestran siempre, que el trabajo en equipo ayudaría a la organización a lograr el éxito, entonces el resultado obtenido guarda relación según (Mayta, C. 2014) en su estudio de investigación, considera que la participación del capital humano en el logro de la ventaja competitiva es determinante, es importante mantener un clima laboral adecuado, que les genere la motivación para interiorizar la cultura organizacional del minimarket y contribuir con el logro de la visión empresarial.

Objetivo específico 04: Elaborar un plan de mejora sobre el desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020.

Objetivo específico 04: Elaborar un plan de mejora sobre el desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020

Problemas encontrados	Causas	Propuesta de solución del problema encontrado	Responsable
El 43% de colaboradores, consideran casi nunca y tal vez se sienten auto motivados para realizar un buen desempeño en el trabajo.	El Gerente por su desconocimiento sobre la importancia del tema motivacional, no transmite ningún tipo de iniciativa para que los colaboradores se sientan auto motivados y realicen un buen desempeño en el trabajo.	Para dar respuesta inmediata es necesario planificar y coordinar con el Gerente para proponer a realizar capacitaciones en temas de motivación, orientados a dos niveles (Gerente y colaboradores).	El Gerente General de la organización empresarial
El 57% de colaboradores, respondieron casi nunca y tal vez se sienten auto motivados en su trabajo.	El Gerente no participa en eventos de capacitaciones y desconoce tipos de motivaciones y adolece en los temas de motivación para impartir a los colaboradores y mantener auto motivados en el trabajo.	Sostener una reunión de coordinación con el Gerente para proponer a desarrollar capacitaciones, en el cual se transmitirían conocimientos con especialistas sobre motivación y su importancia, el objeto de capacitación son los colaboradores.	El Gerente General de la organización empresarial
El 43% de colaboradores señalan casi nunca y nunca se sienten satisfechos con los beneficios económicos.	El Gerente no se preocupa en asesorarse y participar en capacitaciones para gerenciar el negocio y colaboradores, desconoce las necesidades diversas, el cual no planifica ningún beneficio económico.	La Cámara de Comercio de Ayacucho (CEDEM), una organización muy importante de la localidad, sus acciones son fortalecer las capacidades de las MYPES. Entonces solicitar apoyo de especialistas para recibir capacitación en materia de planificación económica en relación a las necesidades de colaboradores.	El Gerente General de la organización empresarial
El 71% de colaboradores manifestaron nunca recibieron algún tipo de reconocimiento, por parte del empleador.	El Gerente de la organización no está capacitado para conducir una organización empresarial en el giro a su cargo, lo cual repercute en los colaboradores de no recibir ningún tipo de incentivos o reconocimientos	Lo mismo para dar respuesta al caso, la Cámara de Comercio de Ayacucho (CEDEM), una organización importante de la localidad sus acciones es fortalecer las capacidades de las MYPES. Acudir a su apoyo con especialistas para concretar capacitación en materia de planificación económica y otras necesidades de la organización.	El Gerente General de la organización empresarial
El 86% de colaboradores refieren nunca recibieron el reconocimiento cuando realiza un buen trabajo.	El Gerente de la organización por desconocimiento no toma interés y desapercibido sobre los esfuerzos desplegados de colaboradores en cumplir mejor trabajo y como respuesta no reciben ningún tipo de reconocimiento cuando realizan un buen trabajo.	Desarrollar taller de capacitación, considerando como necesidad que la participación de los colaboradores en el trabajo son importantes, como tal sensibilizarse para reconocer las destacadas labores y lograr la estabilidad y sostenibilidad de la organización a lo largo del horizonte del tiempo.	El Gerente General de la organización empresarial

Propuesta del plan de mejora

1. Definición: Es un conjunto de medidas y acciones orientados al cambio que se realizan en una organización para mejorar su rendimiento laboral, económico y social. Es un plan de acciones a mediano y largo plazo, medibles cada cierto periodo, la finalidad es impulsar la mejora del trabajo en cada área de la organización.

2. Actividades que se dedica

La organización denominada Market (pequeños mercados) que constituye a la MYPE, cuya actividad dedicada a los negocios y a la venta de productos de consumo inmediato, ubicado en la Avenida Libertadores Mz. C Lte.7A camino a ENACE Vista Alegre, distrito de Carmen Alto, Ayacucho.

3. Justificación

Es una organización constituida para operar sus actividades de acuerdo a las demandas de consumidores en relación a los productos de consumo inmediato. Asimismo, este tipo de tiendas suelen ser negocios excelentes, bastante rentables, siempre y cuando estén bien planificadas, administradas y sobre todo estratégicamente ubicadas, sin embargo, requiere apoyo, puesto que los resultados reflejan deficiencias en materia de auto motivación, beneficios económicos y reconocimientos por destacados desempeños de los colaboradores.

4. Principales causas del problema

El Gerente por su desconocimiento sobre la importancia en materia de motivación, no transmite ningún tipo de iniciativa para que los colaboradores se sientan auto motivados y realicen un buen desempeño en el trabajo. Asimismo, el Gerente no participa en eventos de capacitaciones y desconoce tipos de

motivaciones, además no planifica ningún beneficio económico o incentivo, parte del reconocimiento cuando los colaboradores realizan un buen trabajo.

5. Finalidad

Principalmente se basa para brindar apoyo con capacitaciones, como soporte técnico mediante participación de especialistas, para mejorar las deficiencias en materia de motivación y otorgar beneficios económicos y reconocimientos por sus desempeños a los colaboradores para mejorar su rendimiento laboral.

6. Objetivos

General: Desarrollar talleres de capacitación dirigido al Gerente y colaboradores de la organización empresarial Market Señorial.

Específicos:

1. Realizar taller de capacitación en temas de motivación y auto motivación, teorías de motivación.
2. Realizar taller de capacitación referidos a los temas de beneficios económicos sus ventajas que favorecen al empleado.
3. Desarrollar taller de capacitación en temas de reconocimientos, incentivos y sus relevancias en una organización por desempeños destacados.

7. Alcances

Lograr la dinámica e interacción entre el Gerente y colaboradores, luego mostrar una respuesta positiva posterior a las capacitaciones frente a los consumidores.

8. Recursos humanos

Participan los colaboradores y el Gerente de la organización del Market Señorial

9. Meta

Capacitar (3 veces) a los colaboradores y al Gerente en temas programados de acuerdo a los objetivos y cronograma establecido.

10. Actividades para acciones de mejora

Planificación; se plantean los objetivos a alcanzar, luego coordinación con el Gerente de la organización, posterior se establecen la programación de actividades que se desarrollarán con los colaboradores.

Organización; el investigador coordina y organiza en el marco del compromiso con el Gerente, para lo cual cuenta con la disponibilidad de recursos materiales, equipos y recursos humanos (Especialista de Cámara de Comercio y Turismo de Ayacucho, área Centro de Desarrollo Empresarial, CEDEM), programación de actividades de acuerdo a la situación en el que se vive por la pandemia, luego se asumirá con responsabilidad y diligencia el empoderamiento de las funciones y atribuciones en el proceso del desarrollo de la capacitación.

Ejecución; el Gerente y colaboradores estarán dispuestos a participar en el taller de capacitación según las reglas de convivencia:

- Capacitación en; motivación, extrínseca, intrínseca, auto motivación, teorías de motivación y su importancia. Primer mes.
- Capacitación sobre beneficios económicos; gratificaciones, CTS, descanso vacacional, asignación familiar, seguro de vida, etc. Segundo mes.
- Capacitación sobre estrategias de incentivos, reconocimientos y beneficios que motive a los empleados. Tercer mes.

Monitoreo; posterior a la capacitación, se procederá con el seguimiento y acompañamiento de parte del investigador para evaluar el desempeño de las actividades de colaboradores y el Gerente en cada área y proceso, en el caso de

detectarse deficiencias inmediatamente hacer retroalimentación (feedback) para tomar medidas correctivas, el cual contribuiría mejorar el rendimiento laboral.

11. Resultados esperados

El Gerente capacitado y sensibilizado se organiza y planifica otorgar beneficios económicos, incentivos y reconocimientos por actividades relevantes y el equipo de colaboradores se sienten auto motivados.

12. Estrategias para lograr los resultados

- En cada capacitación se otorgará certificados por participar en el taller
- Evaluación y seguimiento mensual al Gerente y colaboradores
- Generar convenios de cooperación y apoyo inter organizacional con la Cámara de Comercio y Turismo de Ayacucho, (CEDEM).
- Uso de medios de comunicación; plataforma virtual, teléfono móvil, redes sociales, vía electrónica, zoom, google meet y otros medios que ayudará interactuar la comunicación rápida entre el investigador, el Gerente, los colaboradores.

13. Aliados estratégicos

Cámara de Comercio y Turismo de Ayacucho, (CEDEM) y el investigador

14. Presupuesto

La actividad es programada por 3 meses, 01 capacitación por mes y tema, duración del taller por 5 horas.

N°	Descripción	UM	Cantidad	Costo unitario	Costo total
01	Alquiler de local	Local	03	90.00	270.00
02	Alquiler de laptop	Equipo	03	30.00	90.00
03	Alquiler de multimedia	Equipo	03	30.00	90.00
04	Materiales de escritorio	General	varios	50.00	50.00
05	Alimentación	Trabajador	10	10.00	100.00
06	Facilitador (especialista)	Profesional	03	500.00	1500.00
07	Pasajes del facilitador	Movilidad	06	5.00	30.00
	Total				2,130.00

15. Periodo de ejecución

Mes: Diciembre, 2020 y enero, febrero: 2021

Actividad	Responsable	Diciembre				Enero				Febrero			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Taller de capacitación en; motivación, extrínseca, intrínseca, auto motivación, teorías de motivación y su importancia	Gerente												
Taller de capacitación sobre beneficios económicos; gratificaciones, CTS, descanso vacacional, asignación familiar, seguro de vida, etc.	Gerente												
Taller de capacitación sobre estrategias de incentivos, reconocimientos y beneficios que motiven a los empleados	Gerente												

***Cronograma de capacitación**

VI. Conclusiones

Conclusión general. En relación al objetivo general planteado; describir las características del desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020. Según los resultados obtenidos mediante la escala de Likert, en el presente estudio de investigación la motivación influye significativamente en el desempeño laboral de los colaboradores.

Conclusión referente al: **objetivo específico 01.** Describir las características de la motivación en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020. Resultados obtenidos mediante la aplicación de escala de Likert, se llega a concluir describiendo que el 43% (3) colaboradores responden casi nunca se sienten auto motivados para que realicen un buen desempeño, mientras el 57% (4) colaboradores señalan casi nunca se sienten auto motivados en su trabajo, por otro lado, el 57% (4) colaboradores refieren casi siempre les motiva el sueldo que perciben, sin embargo, el 100% (7) colaboradores responden que nunca recibieron el incremento de sueldos de parte del empleador, por otro lado el 43% (3) colaboradores manifiestan casi nunca se sienten satisfechos con los beneficios económicos recibidos, mientras el 71% (5) colaboradores señalan nunca recibieron algún tipo de reconocimiento de parte de la organización, asimismo, el 86% (6) colaboradores refieren nunca recibieron algún reconocimiento de la organización cuando realizan un buen trabajo, mientras el 57% (4) colaboradores respondieron lograr las metas es casi siempre importante para sentirse motivado, finalmente el 43% (3) colaboradores afirmaron casi siempre han logrado las metas propuestas de desempeño. Se ha podido describir que los colaboradores respondieron casi nunca se sienten auto motivados para que realicen un buen

desempeño en su trabajo, asimismo, nunca recibieron incremento de sueldos y tampoco recibieron algún tipo de reconocimiento cuando realizan un buen trabajo, estos son factores determinantes e influyentes para que los colaboradores no se sientan auto motivados en la organización.

Conclusión en relación al: **objetivo específico 02**. Describir las características de las habilidades en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020. Esta conclusión ha permitido describir según el objetivo planteado que el 57% (4) colaboradores señalan casi nunca han sentido cambio en su persona cuando ingresaron a trabajar a la organización, mientras el 43% (3) colaboradores refieren casi siempre se sienten cómodos con las funciones asignadas a su persona. Asimismo, el 43% (3) colaboradores responden casi siempre creen que es importante la comunicación entre compañeros de trabajo y jefe de la organización empresarial. Se ha podido describir que los colaboradores casi nunca han sentido cambio en su persona cuando ingresaron a la organización y casi siempre se sienten cómodos con las funciones a su cargo e interactúan la comunicación entre compañeros de trabajo, estas características de comportamiento influyen y contribuyen casi siempre en ayudar a lograr los objetivos que se propone el gerente de la organización empresarial. Estos responden a la capacidad de adaptación y las habilidades que poseen cada uno de ellos.

Conclusión respecto al: **objetivo específico 03**. Conocer la importancia de las cualidades personales en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020. La investigación ha contribuido al objetivo para lograr y conocer que el 43% (3) colaboradores refieren que nunca han asumido otras tareas además de cumplir sus funciones en la organización, asimismo, el 43% (3) colaboradores responden casi

siempre se comprometen en contribuir sus esfuerzos para que la organización logre éxitos como parte de sus propósitos, por otro lado el 71% (5) colaboradores afirman que siempre les agrada el trabajo entre compañeros y hacer equipo de trabajo, finalmente el 57% (4) colaboradores señalan que siempre el trabajo en equipo ayudaría a lograr el éxito de la organización. Finalmente se ha podido conocer que los colaboradores afirman que siempre le agradan trabajar entre compañeros, asimismo, indican que siempre el trabajo en equipo ayudaría a lograr el éxito de la organización, estos datos nos indican que las cualidades personales que poseen es muy importante.

Conclusión respecto al: **objetivo específico 04**. Elaborar un plan de mejora sobre el desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro Minimarkets: caso Market Señorial, distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020. Se logró plantear una propuesta de mejora para que el gerente de la organización desarrolle talleres de capacitación con la finalidad lograr resultados y cambios positivos en relación a la motivación de los colaboradores.

6.1. Aspectos complementarios

6.2. Recomendaciones

En esta parte nos permite definir las recomendaciones en base a las conclusiones del estudio de investigación realizada.

Objetivo específico 01: En este proceso el factor clave es el Gerente General para que los colaboradores se sientan auto motivados. Es decir, en una organización empresarial por su propia naturaleza y características son muy cuidadosos con el equipo de colaboradores, éstos reciben constantes capacitaciones, orientaciones y reuniones de orden motivacional. Por estas consideraciones se recomienda al Gerente General debe recibir capacitaciones y propiciar motivación con incentivos económicas y adiciones económicas en fechas festivas, reconocimiento con

regalos por onomásticos, premios, incentivos no monetarios y días de descansos recompensadas, para que los colaboradores se sientan motivados y realicen sus funciones con más entusiasmo, estas estrategias son factores motivacionales extrínsecas, como estímulos o incentivos que bien conjugaría con la motivación intrínseca para generar sentimientos de interés y el resultado reflejaría siempre auto motivación, mejor rendimiento laboral y finalmente el beneficiado sería la organización empresarial. Estas estrategias deben ser practicadas constantemente empleando ejemplos de benchmarking y otras metodologías.

Objetivo específico 02: La participación activa de los colaboradores reflejan una respuesta positiva para la organización, sobre todo la capacidad de adaptabilidad con bastante facilidad al trabajo, cumplimiento de funciones con amplia comodidad y buena comunicación; acción importante entre compañeros de trabajo y el jefe de la organización empresarial. En esa medida, el resultado orienta recomendar al Gerente General, reforzar, fortalecer sus capacidades y habilidades mediante desarrollo de capacidades y talleres complementados con videos e informaciones relacionadas al tema y en cada proceso hacer retroalimentación. Es decir, la capacitación es fundamental para desarrollar con los colaboradores y transmitirles conocimientos, habilidades y actitudes, estas acciones realizadas complementarían y serían más dispuestos en las actividades que desempeñan.

Objetivo específico 03: Las cualidades personales que posee un colaborador son características que ayudan desempeñar un rol muy importante, su participación y contribución en el desarrollo de la organización, sobre todo la predisposición y compromiso, además de practicar siempre el trabajo en equipo entre compañeros que forman parte a la organización, todo esto son factores importantes para que la organización alcance objetivos planeados y lograr los éxitos esperados. Por tanto, se recomienda al Gerente General fortalecer en cada uno de los colaboradores, la

práctica constante del compromiso, dinamismo, la proactividad, sobre todo la responsabilidad que son cualidades personales muy importantes que favorecería al desempeño laboral, incremento del rendimiento laboral y contribuiría en el desarrollo de la organización empresarial. Estas actividades de reforzamiento deben ser permanentes, fomentados como programas de capacitación y retroalimentación en cada proceso, si el caso lo requiere.

Referencias Bibliográficas

- 28015, N. L. (2010). *Ley de promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa*. Lima.
- Acosta, N. (2018). *Revista de Negocios*. Costa Rica.
- Adsura, G. (2020). *Psicología Onlene: Cualidades de una persona: qué son, cuáles son y ejemplos*.
- Alvarez, I. (2006). *Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad*. España: Ideas propias Editorial.
- Atauje, C. (2014). *Metodología de la Investigación Obstetricia – Lima. Perú*. Lima.
- Blog Yunbit, S. (2017). *Teorías sobre la motivación laboral*. Madrid. España. Madrid.
- Boada, N. (2019). *Satisfacción laboral y su relación con el desempeño laboral de trabajadores operativos en una pyme de servicios de seguridad peruana*. Lima. Lima.
- Bobadilla, C. (2017). *Clima organizacional y desempeño laboral en institutos superiores tecnológicos de Huancayo*. Perú. Huancayo.
- Cabrera, Y. (2018). *Características del compromiso y el desempeño laboral en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro venta de celulares, distrito de Ayacucho*. Perú. Ayacucho.
- Candia, R. y. (2016). *Identificación de las principales competencias del personal de ventas de una empresa de consumo masivo y su relación con los resultados de alto desempeño*. Lima. Perú. Lima.
- Carballo, B. y. (2016). *Algunas consideraciones acerca de las variables en las investigaciones que se desarrollan en educación*. *Revista Universidad y Sociedad*. Cuba. Cuba.

- Carrasco, B. y. (2017). *La gestión organizacional para el desarrollo empresarial en la empresa JOCEMA SAC. Lima, Perú.* Lima.
- Celada, A. (2014). *Servicio al cliente como ventaja competitiva en empresas comercializadoras de abarrotos en el municipio de Retalhuleu.* Guatemala.
- Choque, C. (2017). *Motivación y rendimiento laboral de los empleados de las MYPE comercializadoras de muebles de melanina, Ayacucho. Perú .* Ayacucho.
- Duarte, A. (2018). *Metodología de Investigación. Validación de un instrumento de investigación, confiabilidad, Perú.* Lima.
- Dueñas, J. (2018). *Gestión de calidad en la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro Minimarket de la ciudad de Tingo María año, 2017".* Tingo María, Perú. Tingo María.
- Enriquez, P. D. (2014). *Motivación y desempeño laboral de los empleados del Instituto de la Visión. Universidad de Montemorelos.* Mexico.
- Espinoza, F. (2019). *Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Segunda parte. Machala. Ecuador.* Machala.
- Espinoza-Freire, E. (2018). *La hipótesis en la investigación. Mendive. Revista de Educación. Vol 16. Cuba. Cuba.*
- Fischman, D. (2014). *La importancia de estar motivado en la empresa.* Lima, Perú.
- Gracia, E., & Grau, R. (2012). *La calidad de servicio como base fundamental par establecer la lealtad de los clientes en los establecimientos turisticos. Jornades de Foment de la Investigació,* 10.
- Gutierrez, A. (2015). *Proyecto: Liderazgo juvenil, emprendimiento y sostenibilidad económica. Centro de Información y Educación para la Prevención del Abuso de Drogas - CEDRO. Lima. Perú.* Lima.
- Hernandez, A. (2013). *Motivación, satisfacción y desempeño laboral en organizaciones públicas y privadas. Universidad Autónoma de Guerrero México.* Mexico.

- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: MC Graw Hill.
- Iturralde, J. (2011). *La evaluación del desempeño laboral y su incidencia en los resultados del rendimiento de los trabajadores de la Cooperativa de ahorro y crédito OSCUS Ltda de la ciudad de Ambato*. Ecuador.
- Mares, R. (2013). *Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) en el Perú*. Lima.
- Martínez, L. (2019). *Escala de Likert: qué es y cómo utilizarla*. España. España.
- Martínez, M. H. (2014). *Psicometría*. Madrid. España. Madrid.
- Mata, L. (2019). *Investigalia. Confiabilidad y validez en la investigación cuantitativa*. UNA. Rica. Costa Rica.
- Mayta, J. C. (2014). *Plan de negocio para el establecimiento de un Minimarket en Lima Norte, Perú*. Lima.
- Mino, E. (2014). *Correlación entre el clima organizacional y el desempeño en los trabajadores del restaurante de parrillas Marakos 490, departamento de Lambayeque Chiclayo*. Perú. Chiclayo.
- Ocampos, C. (2017). *Plan de negocios para minimarket. Asunción – Paraguay*. Asunción.
- Palomino, C. y. (2014). *Factores de motivación y su influencia en el desempeño laboral de los analistas de crédito de la Coopac. Santa María Magdalena*. Ayacucho.
- Perez, J. y. (2019). *Revista. Definición*. Lima.
- peruano, D. O. (2013). *Normas legales, Ley N° 30056. MYPE*. Lima.
- Regina, D. (2019). *Instrumentos de investigación. Elaboración y Validación, Ica*. Perú. Ica.
- Requena, C., & Serrano, S. (2007). *Calidad de servicio desde la perspectiva de clientes, usuarios y auto-percepción de empresas de captación de talento*. Caracas.

- Rivera, J. E. (2018). *Calidad de servicio y su relación con la lealtad de compra del cliente de la Empresa Minimarket Mega corporación S.A.C. de Andahuaylas, región Apurímac, Andahuaylas. Perú. Andahuaylas.*
- Sum, M. (2015). *Motivación y desempeño laboral. Guatemala.*
- Tenorio, G. (2012). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Tecnológico Nacional de México México.*
- Ureña, S. (2013). *Escuela de organización Industrial. Blogs EOI. Madrid.*
- Vasquez, M. I. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial, rubro Minimarket, distrito de Manantay. ULADECH, Pucallpa. Perú. Pucallpa.*
- Ventas@shelficsoluciones.com. (2017). *Beneficios de un Minimarket como Negocio. Lima. Perú . Lima.*

Anexos:

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
N°	DESCRIPCIÓN DE ACCIONES	AÑO 2020														
		SEMESTRE - II														
		MES 1: agost.				MES 2: set.				MES 3: octub.				MES 4: nov.		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Socialización del SPA/Aprobación del proyecto de tesis	■														
2	Presentación del tema y matriz de consistencia al DTI.		■													
3	Planeamiento de la investigación: Caracterización del problema, enunciado del problema, objetivos y justificación			■												
4	Objetivos y justificación de la investigación				■											
5	Ejecución y validación del instrumento de recolección de datos					■										
6	Elaboración de instrumentos de recolección de información						■									
7	Recolección de la información							■								
8	Interpretación de los resultados								■							
9	Análisis de los resultados de la investigación									■						
10	Conclusiones y recomendaciones										■					
11	Presentación de la propuesta de informe final y artículo científico para calificación por el AT y JI											■				
12	Continua revisión de informe final, artículo científico y ejecutan la pre banca												■	■		
13	Continua revisión de informe final, artículo científico y ejecutan la pre banca													■	■	
14	Levantamiento de observaciones - EMPASTADO														■	
15	Sustentación y elaboración del acta respectiva															■

Fuente: Programación del taller de investigación – Plataforma virtual. ULADECH. y R.I. versión-014

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto: desembolsable (Estudiante) y no desembolsable (Universidad)

Presupuesto: Programado			
Suministros	Precio unitario	Cantidad	Total (S/.)
Impresiones de encuestas y proyecto de tesis	50.00	1	50.00
Fotocopia	30.00	1	30.00
Empastado de tesis	50.00	1	50.00
Papel bond A4, 500 hojas (medio millar)	13.00	1	13.00
Lapiceros de tinta líquida; color Azul y rojo	5.00	2	10.00
Tablero de escribir	5.00	1	5.00
Anillado del proyecto	5.00	1	5.00
Presupuesto: sub total			163.00
Servicios			
Servicios	Precio unitario	Cantidad	Total (S/.)
Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Uso de internet	25.00	4	100.00
Pasajes para recolectar información	10.00	1	10.00
Matrícula: curso de taller de investigación	300.00	1	300.00
Asesoría del taller de investigación	675.00	4	2700.00
Presupuesto: sub total			3,210.00
Total			3,373.00

Fuente: Modelo tomado del reglamento de investigación-versión-014

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CUESTIONARIO: ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene por finalidad recabar información sobre el **DESEMPEÑO LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO MINIMARKETS: CASO MARKET SEÑORIAL DISTRITO DE CARMEN ALTO, AYACUCHO, 2020**. Marcar con una (x), según su percepción a la pregunta.

Datos generales:

Edad: años. Género: Hombre Mujer

Grado de instrucción: secundaria completa (), superior incompleto (), superior completo ().

1.- Nunca 2.- Casi nunca 3.- Tal vez 4.- Casi siempre 5.- Siempre

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
OE1	DIMENSIÓN – 1: MOTIVACIÓN					
1	¿Usted se siente auto motivado para realizar un buen desempeño en el trabajo?					
2	¿Usted siempre se siente auto motivado en su trabajo?					
3	¿Usted considera el sueldo que percibe te motiva para lograr los objetivos del empleador?					
4	¿Usted ha recibido incremento de sueldo en los últimos meses?					
5	¿Usted se siente satisfecho con los beneficios económicos recibidos en la organización?					
6	¿Usted recibió algún tipo de reconocimiento por parte del empleador?					
7	¿Usted recibe el reconocimiento de la organización cuando realiza un buen trabajo?					
8	¿Usted considera que, lograr metas es importante para sentirse motivado?					
9	¿Usted ha logrado las metas propuestas de desempeño en la organización?					
OE2	DIMENSIÓN – 2: HABILIDADES					
10	¿Usted ha sentido algún cambio en su persona luego de ingresar a la organización?					
11	¿Usted se siente cómodo con las funciones que desempeña?					
12	¿Usted cree es importante la comunicación entre compañeros y el jefe de la organización?					
OE3	DIMENSIÓN – 2: CUALIDADES PERSONALES					
13	¿Usted asume otras tareas además de sus funciones?					
14	¿Usted se compromete a contribuir para lograr el éxito de la organización?					
15	¿A Usted le agrada trabajar entre compañeros y en equipo?					
16	¿Usted cree el trabajo en equipo ayudaría el éxito de la organización?					

Gracias por su colaboración

Anexo 4: Otros

Matriz de validación

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Briceia Guapo Palomino
Identificado con D.N.I. N° 44358712 Colegiatura N° RNC N° 13389 - CLAD
Con el título de Licenciada en Administración

Por medio del presente acredito que he revisado exhaustivamente con fines de validación los instrumentos de recopilación de datos, cuestionario elaborado por el Bachiller; CARRIÓN CALDERÓN, Víctor Rubén, con D.N.I. N° 28235050, instrumento para fines de su aplicación a los sujetos de la población, muestra seleccionada para el trabajo de investigación, cuyo título lleva: **DESEMPEÑO LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO MINIMARKETS: CASO MARKET SEÑORIAL DISTRITO DE CARMEN ALTO, AYACUCHO, 2020.** Luego de una revisión minuciosa se recomienda al investigador tener en cuenta sobre algunas observaciones del cuestionario con la finalidad de optimizar los resultados que tengan efecto de veracidad.


44358712

UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
DESEMPEÑO LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO MINIMARKETS: CASO MARKET SEÑORIAL DISTRITO DE CARMEN ALTO, AYACUCHO, 2020									
AUTOR: CARRIÓN CALDERÓN, Víctor Rubén									
MATRÍZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
N°	PREGUNTAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
OE1	DIMENSIÓN – 1: MOTIVACIÓN								
1	¿Usted se siente auto motivado para realizar un buen desempeño en el trabajo?	X			X		X		X
2	¿Usted siempre se siente auto motivado en su trabajo?	X			X	X			X
3	¿Usted considera el sueldo que percibe te motiva para lograr los objetivos del empleador?	X			X		X		X
4	¿Usted ha recibido incremento de sueldo en los últimos meses?	X			X		X		X
5	¿Usted se siente satisfecho con los beneficios económicos recibidos en la organización?	X			X	X			X
6	¿Usted recibió algún tipo de reconocimiento por parte del empleador?	X			X		X		X
7	¿Usted recibe el reconocimiento de la organización cuando realiza un buen trabajo?	X			X		X		X
8	¿Usted considera que, lograr metas es importante para sentirse motivado?	X			X		X		X
9	¿Usted ha logrado las metas propuestas de desempeño en la organización?	X			X	X			X
OE2	DIMENSIÓN – 2: HABILIDADES								
10	¿Usted ha sentido algún cambio en su persona luego de ingresar a la organización?	X			X		X		X
11	¿Usted se siente cómodo con las funciones que desempeña?	X			X		X		X
12	¿Usted cree es importante la comunicación entre compañeros y el jefe de la organización?	X			X	X			X
OE3	DIMENSIÓN – 2: CUALIDADES PERSONALES								
13	¿Usted asume otras tareas además de sus funciones?	X			X		X		X
14	¿Usted se compromete a contribuir para lograr el éxito de la organización?	X			X		X		X
15	¿A Usted le agrada trabajar entre compañeros y en equipo?								
16	¿Usted cree el trabajo en equipo ayudaría el éxito de la organización?	X			X		X		X


 4438392

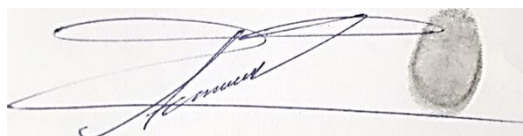
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Arturo Chuchón Huamaní

Identificado con D.N.I. N° 28298065, Colegiatura: CLAD N° 9310

Con el título de Licenciado en Administración

Por medio del presente acredito que he revisado exhaustivamente con fines de validación los instrumentos de recopilación de datos, cuestionario elaborado por el Bachiller; CARRIÓN CALDERÓN, Víctor Rubén, con D.N.I. N° 28235050, instrumento para fines de su aplicación a los sujetos de la población, muestra seleccionada para el trabajo de investigación, cuyo título lleva: **DESEMPEÑO LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO MINIMARKETS: CASO MARKET SEÑORIAL DISTRITO DE CARMEN ALTO, AYACUCHO, 2020.** Luego de una revisión minuciosa se recomienda al investigador tener en cuenta sobre algunas observaciones del cuestionario con la finalidad de optimizar los resultados que tengan efecto de veracidad.



.....
Mgrr. Arturo Chuchón Huamaní
CLAD N° 9310

UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
DESEMPEÑO LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO MINIMARKETS:									
CASO MARKET SEÑORIAL DISTRITO DE CARMEN ALTO, AYACUCHO, 2020									
AUTOR: CARRIÓN CALDERÓN, Víctor Rubén									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Nº	PREGUNTAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
OE1	DIMENSIÓN – 1: MOTIVACIÓN								
1	¿Usted se siente auto motivado para realizar un buen desempeño en el trabajo?	X			X	X			X
2	¿Usted siempre se siente auto motivado en su trabajo?	X			X	X			X
3	¿Usted considera el sueldo que percibe te motiva para lograr los objetivos del empleador?	X			X	X			X
4	¿Usted ha recibido incremento de sueldo en los últimos meses?	X			X	X			X
5	¿Usted se siente satisfecho con los beneficios económicos recibidos en la organización?	X			X		X		X
6	¿Usted recibió algún tipo de reconocimiento por parte del empleador?	X			X	X			X
7	¿Usted recibe el reconocimiento de la organización cuando realiza un buen trabajo?	X			X		X		X
8	¿Usted considera que, lograr metas es importante para sentirse motivado?	X			X	X			X
9	¿Usted ha logrado las metas propuestas de desempeño en la organización?	X			X	X			X
OE2	DIMENSIÓN – 2: HABILIDADES								
10	¿Usted ha sentido algún cambio en su persona luego de ingresar a la organización?		X		X	X			X
11	¿Usted se siente cómodo con las funciones que desempeña?	X			X		X		X
12	¿Usted cree es importante la comunicación entre compañeros y el jefe de la organización?	X			X	X			X
OE3	DIMENSIÓN – 2: CUALIDADES PERSONALES								
13	¿Usted asume otras tareas además de sus funciones?	X			X	X			X
14	¿Usted se compromete a contribuir para lograr el éxito de la organización?	X			X	X			X
15	¿A Usted le agrada trabajar entre compañeros y en equipo?	X			X	X			X
16	¿Usted cree el trabajo en equipo ayudaría el éxito de la organización?	X			X	X			X

Mgrt. Arturo Chuchón Huamaní
CLAD Nº 9310

“Año de la universalización de la salud”

Ayacucho, 07 setiembre del 2020.

CARTA N° 01-2020-ULADECH/VRCC

Sr. Sergio Espinoza Huamán
Gerente General “Market Señorial”
Distrito de Carmen Alto, Ayacucho

Recibido
Sergio Espinoza
07/09/20

Presente

Asunto: Solicito permiso para aplicación de encuestas

Tengo el agrado de dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo y, al mismo tiempo darle a conocer que, el suscrito egresado de la Escuela Profesional de Administración de nuestra prestigiosa casa superior de estudios, la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH Filial Ayacucho. Por intermedio del presente, solicito permiso a su distinguida Gerencia Empresarial para aplicar encuesta a los colaboradores que forman parte a su equipo de trabajo.

El motivo de este trabajo en su prestigiosa organización es que vengo ejecutando la siguiente línea de investigación: “DESEMPEÑO LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO MINIMARKETS: CASO MARKET SEÑORIAL DISTRITO DE CARMEN ALTO, AYACUCHO, 2020”, asimismo, los resultados de la investigación realizada serán publicadas en eventos científicos a nivel local y nacional.

Renuevo a su distinguido despacho, a fin de permitirme el acceso a su organización empresarial para realizar los señalados en las líneas anteriores.

Agradeciéndole su gentil aceptación y contribución con la línea de investigación, que en adelante los resultados de la investigación beneficiará a los Micro y Pequeñas Empresas de nuestra localidad.

No sin antes me suscribo de usted, reiterándole las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,


Víctor R. Carrión Calderón
Investigador

Panel fotográfico







RUC

[Inicio](#)  **SUNAT**
PERU - ORGANISMO SUPLENTE DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA

CONSULTA RUC

RESULTADO DE BÚSQUEDA:

RUC:	10283091193 - OCHOA JANAMPA YRMA MARIA
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
Tipo de Documento:	DNI 28309119 - OCHOA JANAMPA, YRMA MARIA
Nombre Comercial:	-
Fecha de Inscripción:	02/09/2003
Estado:	ACTIVO
Condición:	HABIDO
Domicilio Fiscal:	-
Actividad(es) Económica(s):	Principal - CIIU 51225 - VTA, MAV, ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO. ▾
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA ▾
Sistema de Emisión Electrónica:	-
Afiliado al PLE desde:	-
Padrones :	NINGUNO ▾

[Nueva Consulta](#)

Copyright © SUNAT 2010 - 2020

Resultado del Turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 4%