



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
MOTIVACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO
RESTAURANTES DE LA AV. GENERAL GARZÓN,
DISTRITO DE JESÚS MARÍA, 2019.**

**TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OPTAR EL
GRADO ACADEMICO DE BACHILLER EN
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

AUTORA

FLORIAN MALCA, SUHEY CATHERINE
ID ORCID: 0000- 0002-5495-9028

ASESORA

ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA
ORCID: 0000-0001-6079-2319

LIMA – PERU

2020

1. Título del proyecto de investigación

Gestión de calidad bajo el enfoque de motivación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019.

2. Equipo de trabajo

AUTORA:

Bach. Florián Malca, Suhey Catherine

ID ORCID: 0000- 0002-5495-9028

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Estudiante Pregrado

Lima, Perú

ASESORA

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

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

JURADOS

Meza De los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

3. Hoja de firma de jurado y asesor

Mg. Meza De los Santos, Juan Pablo

Presidente

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Miembro

Lic. Adm. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

Miembro

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

Asesora

4. Agradecimiento

Tus esfuerzos son impresionantes y tu amor es para mí invaluable.

Junto con mi padre me has educado, me has proporcionado todo y cada cosa que he necesitado. Tus enseñanzas las aplico cada día, de verdad que tengo mucho por agradecerte.

Te doy las gracias madre.

Dedicatoria

La presente tesis está dedicada a Dios por brindarme la oportunidad de seguir avanzando.

A mis padres y hermanos por su apoyo en todo lo necesario para cumplir mis objetivos como persona y estudiante.

5. Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de motivación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019. Del mismo modo, la investigación fue de tipo cuantitativa, no experimental, descriptiva y transversal. Para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 30 restaurantes que tuvieron disposición de responder la encuesta a quienes se les realizó un cuestionario de 29 preguntas relacionadas a las variables de investigación. Los resultados obtenidos fueron: sobre los representantes de las MYPE. 73.33% tienen más de 40 años de edad. 60.0% son de sexo masculino. 50.0% tienen grado de instrucción superior y 70.0% son administradores. Sobre las MYPE: 46.67% tiene de 11 a 20 años en el mercado. 80.00% tienen entre 6 a 10 trabajadores y el 100.0% está formalizado. Sobre la gestión de calidad : El 50.0% es de nivel medio. 46.67% es de nivel medio en la planificación de la calidad . El 46.67% cuentan con objetivos de calidad. 60.00% trabaja en función de la mejora continua en el nivel medio. Sobre la motivación: 40.0% de las empresas tienen un nivel medio. 40.0% de las MYPE percibe un nivel medio en la dimensión motivación intrínseca. En la dimensión extrínseca percibe que 43.33% es de nivel bajo.

Palabras Claves: Gestión de calidad, motivación, restaurantes.

Abstrac

The present research work had as a general objective: To determine the characteristics of quality management under the motivational approach in the micro and small companies of the services sector, restaurants category of Av. General Garzón, district of Jesús María, 2019. Similarly, the research was quantitative, non-experimental, descriptive and transversal. To carry it out, a population sample of 30 restaurants was chosen that were willing to answer the survey to whom a questionnaire of 29 questions related to the research variables was made. The results obtained were: on the representatives of the MYPE . 73.33% are over 40 years old . 60. 0% are male . 50.0% have a higher education degree and 70.0% are administrators. About MYPE : 46.67% are 11 to 20 years old in the market. 80.00% have between 6 to 10 workers and 100.0% is formalized. About quality management: 50.0% is medium level. 46.67% is of medium level in quality planning. 46.67% have quality objectives. 60.00% works based on continuous improvement at the medium level. On motivation: 40.0% of companies have a medium level. 40.0% of the MYPE perceives a medium level in the intrinsic motivation dimension. In the extrinsic dimension, it perceives that 43.33% is low.

Keywords: Quality management, motivation, restaurants.

6. Contenido

| | |
|--|-----|
| 1. Título del proyecto de investigación | ii |
| 2. Equipo de trabajo..... | iii |
| 3. Hoja de firma de jurado y asesor | iv |
| 4. Agradecimiento | v |
| 5. Resumen | vii |
| 6. Contenido | ix |
| 7. Índice de tablas | x |
| Índice de figuras..... | xi |
| I. Introducción..... | 12 |
| II. Revisión de literatura | 15 |
| 2.1 Antecedentes | 15 |
| 2.2 Bases teóricas de la investigación | 20 |
| 2.3 Marco conceptual | 38 |
| III. Metodología..... | 42 |
| 3.1 Diseño de la investigación..... | 42 |
| 3.2 Población y muestra | 43 |
| 3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 45 |
| 3.4 Plan de análisis..... | 45 |
| 3.5 Matriz de consistencia..... | 46 |
| 3.6 Principios éticos | 47 |
| IV. Resultados..... | 49 |
| 4.1 Resultados | 49 |
| 4.2 Análisis de resultados..... | 65 |
| 5 CONCLUSIONES..... | 69 |
| Referencias bibliográficas..... | 71 |
| ANEXOS | 74 |
| Anexo N° 1. Cuestionario | 74 |

7. Índice de tablas

| | | Pág. |
|----------|---|------|
| Tabla 1 | Operacionalización de las variables | 42 |
| Tabla 2 | Matriz de consistencia | 44 |
| Tabla 3 | Edad de los representantes de las MYPE | 47 |
| Tabla 4 | Género de los representantes de las MYPE | 48 |
| Tabla 5 | Grado de instrucción | 49 |
| Tabla 6 | Cargo en la MYPE | 50 |
| Tabla 7 | Tiempo en el mercado | 51 |
| Tabla 8 | Número de trabajadores | 52 |
| Tabla 9 | Formalización de la empresa | 53 |
| Tabla 10 | Tipo de constitución empresarial | 54 |
| Tabla 11 | Nivel de la gestión de calidad | 55 |
| Tabla 12 | Nivel de percepción de planificar la calidad | 56 |
| Tabla 13 | Nivel de percepción del control de la calidad | 57 |
| Tabla 14 | Nivel de percepción de la mejora de la calidad | 58 |
| Tabla 15 | Nivel de percepción de la motivación | 59 |
| Tabla 16 | Nivel de percepción de la motivación intrínseca | 60 |
| Tabla 17 | Nivel de percepción de la motivación extrínseca | 61 |

Índice de figuras

| | | Pág. |
|-----------|---|------|
| Figura 1 | Edad de los representantes de las MYPE | 47 |
| Figura 2 | Género de los representantes de las MYPE | 48 |
| Figura 3 | Grado de instrucción | 49 |
| Figura 4 | Cargo en la MYPE | 50 |
| Figura 5 | Tiempo en el mercado | 51 |
| Figura 6 | Número de trabajadores | 52 |
| Figura 7 | Formalización de la empresa | 53 |
| Figura 8 | Tipo de constitución empresarial | 54 |
| Figura 9 | Nivel de la gestión de calidad | 55 |
| Figura 10 | Nivel de percepción de planificar la calidad | 56 |
| Figura 11 | Nivel de percepción del control de la calidad | 57 |
| Figura 12 | Nivel de percepción de la mejora de la calidad | 58 |
| Figura 13 | Nivel de percepción de la motivación | 59 |
| Figura 14 | Nivel de percepción de la motivación intrínseca | 60 |
| Figura 15 | Nivel de percepción de la motivación extrínseca | 61 |

I. Introducción

La motivación en los trabajadores es un aspecto que las empresas deben conocer para que los trabajadores se sientan a gusto de trabajar en la empresa. Sin embargo, muchos empresarios no tienen en cuenta este aspecto consiguiendo que exista una gran deserción en las organizaciones.

Por otro lado, la gestión de calidad también es otro de los aspectos que las empresas deben considerar dentro de su plan de crecimiento. Implementar gestión de calidad en una organización es un proceso compuesto por tres factores: la planificación de la calidad, el control de la calidad y la mejora continua de la calidad.

A nivel mundial la gestión de calidad es una tendencia que permite que las empresas puedan mantenerse en el mercado, debido a que en la actualidad las empresas requieren proveedores homologados con la calidad en sus productos y servicios. Dentro de ello también se considera la motivación de los trabajadores que es un aspecto que consiste en darle las condiciones adecuadas para que ellos puedan aportar sus mejores ideas.

En el campo de las micro y pequeñas empresas, se sabe que estas unidades de negocio no suelen emplear principios de calidad por desconocimiento y por contar pocos recursos en ocasiones para poder implementar. Sin embargo, aplicar los principios de gestión de calidad tan solo es una filosofía que te permite cambiar tus estilos de pensamiento con respecto al producto, a los procesos y a los clientes. en ese sentido siendo las MYPE el 98% de las empresas en el Perú y albergan al 80% de la carga laboral de las personas económicamente activas, es indispensable ver una alternativa de que estas unidades mejoren sus condiciones y así competir en un mercado que suele ser muy competitivo.

La problemática descrita líneas arriba se tradujeron en la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de motivación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019?

El objetivo general se presentó de la siguiente manera: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de motivación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019.

El objetivo general se ha desagregado en cuatro objetivos específicos que a continuación se mencionan:

Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019.

Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019.

Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019.

Determinar las características de la motivación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019.

La justificación teórica está dada por el aporte al conocimiento existente sobre las variables de estudio. En tal sentido, empleando la teoría de gestión de calidad y

motivación se pondrá en consideración dichas teorías para poder comprobar su aplicabilidad a la realidad de las MYPE de restaurantes en el distrito de Jesús María.

Tendrá una justificación práctica porque los empresarios conocerán los aspectos de motivación de sus trabajadores y también los principios de gestión de calidad, los cuales pueden aplicar a sus organizaciones. Obteniendo de esta manera resultados que pueden mejorar su servicio y el trato con los clientes internos y externos. Sobre la justificación metodológica, se considera los pasos para poder implementar la gestión de calidad en las empresas mencionados por Juran, Deming y otros autores como ISO 9001: 2015, las cuales aplican una metodología comprobada al respecto y que también es aplicable a la realidad de todas las empresas.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

Se han considerado en esta investigación antecedentes de tipo internacional, nacional y local.

Antecedentes internacionales

Grillo (2017), elaboró una tesis denominada “Diseño de un sistema de gestión de calidad para empresas de servicio gastronómico”. El objetivo de esta investigación consistió en diseñar un sistema de gestión, basada en la calidad permitiendo que sus procesos sean eficientes para brindar un mejor servicio y así satisfacer las necesidades de sus usuarios. Es de tipo descriptiva, no experimental, transversal. **Resumen:** la situación problema actual en esta empresa se concentra en la carencia en cuanto a la formalización de su estructura, así como también en sus procesos y procedimientos. cuenta con buen ambiente de trabajo, el personal es honrado y tiene ganas de colaborar, pero carecen de herramientas para conocer el punto de vista de su clientela y así saber cómo satisfacer sus necesidades, sus métodos son deficientes, no cuentan con un manual ni plan de trabajo. **Conclusión:** el diseño del sistema de gestión de calidad permitió conocer el permitió determinar las necesidades y expectativas de los clientes, la implementación del mismo permitirá prestar un mejor servicio, bajo estándares de calidad, mejorando en su higiene y su eficiencia.

Toapanta (2018), propuso una investigación denominada: “Modelo de gestión del talento humano para la cadena de restaurantes "El Lince" de la provincia de Tungurahua, y el desempeño laboral”. Se planteó como objetivo el diseño de un modelo de Gestión en función al Talento Humano para la empresa en la empresa antes mencionada. Su metodología fu descriptiva, no experimental, transversal. **Resumen:**

100% de los empleados afirman que la empresa no cuenta con un departamento de talento humano. El 100% afirma que por no contar con este departamento el mismo dueño hace las contrataciones, 100% de los empleados no fueron expuestos a un proceso de selección. 73% nunca ha recibido un estímulo por parte de la empresa, 45% de ellos tienen sus funciones establecidas, 100% no han recibido ningún tipo de capacitación, 51% están conforme con su trabajo. 100% están de acuerdo en aplicar un sistema gestión del talento humano. **Conclusión:** en la empresa hay una mala praxis en relación al talento humano, esta investigación tuvo impacto positivo puesto permitió conocer condiciones actuales de del negocio, las necesidades y desenvolvimiento de los trabajadores y la falta de un sistema de gestión en referencia al talento humano.

Reyes (2019), efectuó una investigación sobre el “Análisis de la calidad del servicio del Deja-Vu Restaurante & Lounge de la ciudad de Loja”. EL objetivo de esta investigación fue determinar las características en el servicio en función de los estándares de calidad en dicho restaurante. Dicho estudio fue tipo deductivo, descriptivo y analítico. **Resumen:** 74% expresa que los trabajadores están capacitados para la atención al público, 93% siempre está dispuesto atender al cliente, 79% de los trabajadores se preocupa en los intereses de los usuarios, el 99 % están muy satisfecho con los horarios de atención. 99% están muy satisfechos porque los trabajadores entienden sus necesidades. **Se concluye:** que el restaurante a pesar de tener buen servicio su personal no está preparado para la atención al público turista, que es necesario que hagas uso de un uniforme, puesto que el recurso humano es el más importante del negocio y el primer contacto con el cliente.

Antecedentes nacionales

Moreno (2018), elaboró una tesis denominada “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo transaccional en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de restaurantes - pollerías del distrito de Huaraz, 2013”. Cuyo objetivo fue identificar las características de la gestión de calidad en cuanto al liderazgo transaccional. Su metodología fue de tipo y nivel de investigación descriptiva – cuantitativa y un diseño transeccional. 80% de las MYPE afirman que ocasionalmente les ayudan siempre que se esfuercen, 80% frecuentemente aclara y puntualiza las responsabilidades, 60% dedica tiempo a capacitar a su personal, 60% expresa que ocasionalmente aclaran las recompensas que podrían obtener, 40% menciona que lo tratan como individuo y no como integrante del grupo. 40% expresa que eventualmente consideran las necesidades y habilidades únicas, 60% muestra satisfacción cuando se logra lo planificado. **Conclusión:** La gestión de calidad se focaliza en que los dueños o encargados de la empresa evidencien los diversos procesos para alcanzar sus objetivos, además busca integrar dichos procesos de manera intrínseca en función de métodos actuales tratando de cumplir con los objetivos en función de la empresa y mejorando su desarrollo dentro de un mercado.

Pillaca (2019), presentó la siguiente investigación sobre la “Gestión del talento humano y calidad del servicio en los restaurantes del Distrito de Ayacucho, 2018”. El propósito de esta investigación fue determinar características presentes en cuanto a la gestión del talento humano y a su vez la calidad de servicios. Fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptiva. **Resumen:** 35% de los encuestados reclutan persona la mayoría de las veces. 67% establece recompensas de acuerdo a desarrollo del personal. 33% promueven programas de capacitación algunas veces si algunas veces no. 40% no termina el servicio en el margen de tiempo planteado. 44% se queja porque personal

no escuchan las dudas. El 42% consideran importante crear credibilidad siempre.

Conclusión: las variadas características presentes en la gestión en función del talento humano y de la calidad de servicios en las empresas, son importantísimas aplicar las herramientas administrativas como lo son la planificación, organización, dirección y control con respecto a los empleados y así alcanzar los objetivos y ofrecer un servicio de calidad.

Angulo (2018), elaboró una tesis denominada “Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro-restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015”. Buscó como propósito clasificar las principales características de la gestión de calidad en las mypes en el rubro antes mencionado. La investigación fue de tipo no experimental-Transaccional-descriptivo. **Resumen:** 75.0% de los dueños administran su empresa según el enfoque al cliente. 58.3% de las empresas tienen la visión, las políticas y los objetivos. 58.0% evidencian que los clientes no tienen la razón. 75.0% deducen la satisfacción de sus clientes a través de sus ventas.100%, de los dueños conservan un buen clima laboral.

Conclusión: la mayoría de estas MYPE están formalizadas, son gerenciadas mediante el enfoque al cliente. Los dueños han implantado la visión, políticas y objetivos, modificando, son bien enfáticos en cuanto que el cliente no tiene la razón, evalúan la satisfacción mediante las ventas, contentos por disfrutar de un buen clima de trabajo, aunque los trabajadores no están comprometidos con los objetivos de la empresa.

Antecedentes locales

Partoni (2019), realizó una investigación sobre “La gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano en las mypes del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018”. El propósito de esta investigación fue identificar las

principales características de la gestión de calidad a través de la capacitación de los trabajadores. Su metodología fue descriptivo, no experimental, transversal. **Resumen:** 77,5% de las MYPE tienen metas y objetivos planteados. 50% de las entregas son oportuna y enfocada en la satisfacción del cliente 70,6% de la atención al cliente es cordial y de manera empática, con mucha amabilidad. 26.7% muy pocas veces recaudan información en cuanto a la satisfacción del cliente. 34,4% es capacitado. 34.4% de los dueños evalúan los conocimientos de sus trabajadores, 42,4% esta comprometido con su empleo. **Conclusiones:** posee conocimientos y los ponen en práctica en lo que respecta a la gestión de calidad, en los distintos procesos para cumplir los objetivos trazados, y así posicionarse en el mercado, en cuanto al potencial humano ira dependiendo de sus necesidades y capacidades y también en concordancia con el rubro donde se desarrolla.

Trujillo (2019), presentó una tesis sobre “La Gestión de Calidad y su Influencia en los Beneficios de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios – Rubro Restaurantes, de la Av. Ancash, Distrito de el Agustino, Lima, 2018”. El objetivo de esta investigación fue identificar la gestión de calidad y su incidencia en beneficio de las MYPE del sector. La metodología fue de tipo descriptivo, cuantitativo, no experimental transversa. **Resumen:** 60% de la administración de las mypes conocen de gestión de calidad y hacen lo posible en aplicarlo. 40% de ellas se enfocan en la experiencia que han adquirido responsables de la administración o dueños. 40% tratan de implementar las herramientas administrativas. 50% planifican sus actividades diarias. **Conclusión:** en su mayoría conocen e implanta la gestión de calidad, indicando que la misma debe emplearse en todo momento en la preparación de alimentos con l finalidad de brindar un mejor producto, con estándares de calidad que permitan tomar

posición en el mercado culinario, además planificar, organizar, dirigir y controlar todos los recursos de la empresa, brindando un servicio de calidad y a su vez satisfaciendo las necesidades de los

Sandoval (2018), preparó una tesis sobre “El sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro, 2015”. Determinó como objetivo identificar la manera la manera que se relaciona la gestión de calidad en relación a la atención al cliente. Su metodología fue correlacional, no experimental, transversal. **Resumen:** 94% de los trabajadores expresan no están aplicando correctamente el sistema de gestión de calidad, 74% no desarrolla el control de la calidad 75% tampoco aplican mejora para la calidad. 89%. Evidencia que existe una alta ausencia del sistema en los empleados e incluso contando con un personal calificado en diferentes áreas operativas y administrativas. **Conclusión:** el estudio muestra la similitud entre el sistema de gestión de calidad en relación a la atención al cliente, demostrando que la aplicación del sistema en relación a los empleados es mala al igual que la del servicio, hay mucha insatisfacción por parte de los clientes y a constante rotación del personal, debiendo implementar correctamente el sistema y creando mejoras continuas en el restaurante.

2.2 Bases teóricas de la investigación

La definición de calidad ha ido cambiando progresivamente desde comienzos del siglo XX. Por tal motivo en este párrafo se evidenciará toda la teoría en relación a la calidad y los principios aplicados y que han influido en el éxito de muchas empresas.

2.2.1 Gestión de calidad

Camisón (2006), define la gestión de calidad como “una colección de métodos, utilizables puntual y aisladamente para el control de la calidad de productos y procesos” (p. 50). El mismo, cita a Witcher (1995, citado por Camisón, 2006, p.50), quien expresa que la gestión de calidad es “un conjunto de métodos útiles de forma aleatoria, puntual y coyuntural para diferentes aspectos del proceso administrativo”. Además, conocida como un proceso y una estrategia, demostrando en cualquiera de los dos términos que va en función de la mejora continua.

En relación a la calidad Cortés (2017), afirma que “es el conjunto de elementos interrelacionados o que interactúan para establecer políticas, objetivos, procesos y la consecución de los mismos. De forma que estructure la organización, estableciendo roles y responsabilidades, así también la documentación que conlleven a la consecución de las metas perseguidas”. (p. 14).

2.2.1.1 Características

Cuando un sistema de gestión de calidad se fundamenta en Normas ISO 9001, se focaliza en demostrar al usuario que cada uno de los procesos están direccionados en satisfacer sus necesidades, centrándose en dos ítems como lo son la mejora continua y la gestión de procesos. En relación a esto a continuación se describen las siguientes características:

Es un procedimiento totalmente personalizado en función a las necesidades del usuario y las de la empresa, por tanto, no se obvia ninguna actividad ni proceso incorporando indicadores de mejora que se deben dar de manera continua

Estructura actividades y procesos y los interrelaciona con los ya existentes. Adquiere las necesidades del cliente como parte fundamental para diseñar los procesos.

Aceptan la interrelación entre los proveedores empresa para que su desarrollo sea de mejor manera, desde diversos puntos de vista como la del abastecimiento, tiempos de entregas, cumplimiento de las exigencias, además de tomar en cuenta las posibles mejoras para ambos.

Todo proceso implementado es controlado para poder medir los avances no se deben dejar al azar o que prosigan solos por ningún motivo. Las Normas ISO 9001, facilita la integración con otros sistemas de mejora continua como lo es OHSAS 18001 relacionadas a la seguridad y salud ocupacional y ISO 14001 sobre gestión ambiental.

La esencia de gestión de calidad es que está ligada al enfoque de mejora continua (PDCA): la cual se fundamenta en la Planificar, el Hacer, Verificar y Actuar. Por medio de la ejecución del sistema de gestión de calidad, la organización está lista para una certificación por parte de una entidad de certificación.

2.2.1.2 Las Normas ISO 9001: 2015

Equipo de Tutores (2017), expresa que las necesidades de las empresas en la actualidad en función de la exigencia de la calidad de los productos o de los servicios las han puesto en la necesidad de modificar sus procesos y teniendo que implementar procesos de mejora continua. Con el fin de mantener los mismos lineamientos en cuanto a los estándares de calidad. En otras palabras, esto es para garantizar la calidad, por ello es que se afirma que el sistema de “gestión de calidad tiene como principal objetivo que la empresa funcione en total sincronía. De tal forma que ésta pueda asegurar que sus

productos y/o servicios están sujetas a unas especificaciones y cumplen unos estándares de calidad fijados previamente” (Equipo de Tutores, 2017, p. 37).

Para incorporar un sistema de calidad, es significativo trabajar en función de las etapas de este sistema, definiendo ciertas responsabilidades y por supuesto si dejar de lado los tiempos que se requieren para lograr resultados.

La buena planificación e implementación de un sistema de gestión de calidad aporta beneficios a la organización más allá de sólo la certificación, enfoques como lo es la “mejora de procesos, eliminación de gastos superfluos rentabilidad, creación de un clima de trabajo agradable para los trabajadores y permite obtener mejores niveles de calidad en el trabajo” (Equipo de Tutores, 2017, p.38).

Lo primero que debe hacer una organización para poner en práctica un sistema de calidad es hacer un diagnóstico de la empresa que permita identificar los puntos donde hay que hacer las mejoras, así, como determinar los procesos para reducir tiempo, costo, recursos y espacio de manera eficiente. Mejorando la situación de la organización y contribuyendo a su desarrollo pleno. Para asegurar el éxito y el compromiso por parte de las personas participes en él se aplican ciertas condiciones compromisos como: a) el compromiso por parte de la dirección; b) la motivación para con el personal; c) la disposición de los recursos; d) la formación y el entrenamiento; e) la información sobre el progreso logrado y f) reconocimiento de los objetivos. Si se evita o elimina alguno de estos el sistema fracasara.

Por tal motivo, “la organización debe establecer, documentar, implementar y mantener un sistema de gestión de calidad y mejorar continuamente su eficacia de acuerdo con los requisitos de esta norma internacional” (Equipo de Tutores, 2017, p. 39).

En función de esto la empresa tomara en cuenta los siguientes aspectos: a) detectar los procesos de gestión de calidad dentro de la empresa, b) definir la relación existente entre procesos, c) fijar criterios y métodos para las supervisiones necesarias asegurándose que todo esté yendo en función de la planificación, medir y supervisar cada uno de los procesos, estudiándolos para encontrar aspectos de mejora, y d) una vez realizado los pasos previos, se aplican acciones necesarias para aseverar la mejora continua.

2.2.1.3 El ciclo Deming – dimensiones de la gestión de calidad

Mora (2003), el ciclo Deming, denominado también ciclo PDCA, por sus iniciales en inglés Planificar, Hacer, Control, Acción. Es la herramienta organizacional de mejora continua que se implanta como una reacción frente a los ataques de la competencia o para que la organización sea competitiva en el mercado.

El mismo autor acota que en la fase de planificación, permite revisar de la organización en conjunto a sus procesos, haciendo un diagnostico donde se evidencien los problemas para poder planificar, plantearse los objetivos y las metas y como lograrlas.

En la segunda fase Hacer, realizar las actividades planificadas previamente en la fase anterior, las mismas están asentadas en el plan de mejora. Para luego recoger la información en función de los aspectos para la mejora y así ser analizarlos, procesarlos y evaluados.

Fase tres, control, se fundamenta en la comparación de lo planificado y lo logrado, en función de los indicadores y los objetivos que se trazaron al comienzo. Siempre a la par de los estándares proyectados y el logro de los objetivos.

Fase de ajustar, aquí se fijan medidas correctivas para las fallas encontradas y prevenirlas para que no recurran, esta fase es importante puesto que es la última y el comienzo de otro proceso de mejora continua.

2.2.1.4 Técnicas de gestión de calidad

La gestión de calidad se resguarda bajo muchas herramientas estadísticas que la convierten en un aspecto fundamental en la calidad. Desde los 60, ingenieros japoneses hacen uso de estas herramientas estadísticas de la calidad (Carro y González, 2012, p. 24). Las mismas son usadas para graficar y solucionar de forma más sencilla los problemas presentes en los procesos. como: “Gráficas de frecuencia (histograma), Diagrama de Pareto, Diagrama de causa y efecto, Hojas de verificación, Estratificación, Gráficas de dispersión, y Gráficos de control” (Carro y González, 2012, p. 24).

Diagrama de Pareto. Se utiliza para precisar prioridades en las actividades que impulsan el control total de la calidad, mostrando la repetición de problemas en el proceso. Mediante ella los problemas se pueden ver de una forma gráfica definiendo detalladamente las posibles causas que lo radican.

Diagrama de causa – efecto. Esta técnica es conocida como diagrama de Ishikawa o espina de pescado. Radica en la representación gráfica de las causas y soluciones de una situación problema, la ventaja de esta técnica es que consiente en disgregar el problema identificando la raíz del mismo y ayuda a plantear soluciones exitosas.

Hojas de verificación. “La mejora de la calidad implica acciones y decisiones sobre materiales, artículos, lotes, procesos y personal. Para que resulten acertadas y oportunas, es necesario contar con información veraz. Por ello es necesario obtener datos de tal forma que se puedan analizar fácilmente” (Carro y González, 2012, p. 28).

Esta técnica radica en un documento con una estructura para registrar variaciones en el proceso que se desea analizar.

Estratificación. Consiente en clasificar los datos de variables determinadas que requieren ser examinadas. De tal forma que permita ser analizadas y hallar la variabilidad de la causa o fuente que la produce. Una vez detectada la causa de la variabilidad se premisa un análisis para luego volver aplicar la técnica después corregir la variación.

Diagrama de dispersión. Su función es determinar la relación existente entre dos factores, determinando la relación ellas y determinando si existe un efecto, una causa o que las provoca

Gráficos de control. Permite controlar el proceso realizando pruebas variadas en el mismo proceso en diferentes momentos con el fin de verificar variaciones que se dan en el proceso. Calculando la media de cada muestra, clasificando las variaciones detectadas como causas aleatorias o no aleatorias, según el tipo para poder aplicar el control estadístico y encontrar soluciones a las causas.

Despliegue de la función calidad - QFD. “Es una metodología para concebir, configurar y desarrollar un producto servicio a partir de las necesidades de los clientes” (Carro y González, 2012, p. 32). Aquí participan todas las áreas de la organización ya que esta técnica permite anticiparse a las necesidades de los usuarios y evidencia los detalles de la fabricación de un producto. “La creencia principal es que la calidad no se da por accidente, debe ser planeada. La planeación de la calidad es el proceso de preparación para alcanzar objetivos de calidad” (Carro y González, 2012, p. 32).

2.2.1.5 Cinco elementos de la excelencia del servicio

De acuerdo a Parasuraman, Zeithaml y Berry (1990, citado por Camisón, 2006), después de un análisis y de estudiar dimensiones de gestión de calidad, acuerdan que son cinco dimensiones en este tema, las mismas se señalan a continuación.

Elementos tangibles. Va referida al grupo de características físicas que posee una organización tal es el caso de los equipos, maquinarias, muebles e infraestructura, las que deben estar focalizadas en la comodidad y rapidez de atención que el usuario necesite.

Fiabilidad. Se refiere a confianza en sus proveedores, que ellos mantengan y cumplan con los acuerdos pautados. Aun y cuando en la mayoría del país esto no se cumple, por tal motivo uno de los aspectos de mayor exigencia en la gestión de calidad es que cliente tenga confianza en sus proveedores y para lograr esto es mediante un trabajo coordinado, exacto, y siempre cumpliendo las normas y requerimientos del cliente.

Capacidad de respuesta. Es la rapidez con la que se le de información a los clientes acerca de sus inquietudes, logrando su entera satisfacción, actualmente esta es una herramienta importante en las empresas para dar respuestas rápidas y eficientes en función a las necesidades del cliente.

Seguridad. Contempla varias acepciones en la práctica de la gestión de calidad, primeramente, va referido a la capacidad de los empleados para brindar un servicio detallista donde el cliente se sienta protagonista. Seguidamente, va dirigido a la amabilidad y cortesía en la atención. También define la credibilidad que infunde el servicio, por último, pero no menos importante está la seguridad del lugar donde se localiza el cliente que esté libre de vivenciar cualquier agravio a su integridad física.

Empatía. Dirigida a la solución de problemas en función a las necesidades del cliente e incluso al momento de efectuar un reclamo, es el acceso a una respuesta rápida o a la solución de problemas, además va dirigida a una comunicación adecuada por parte de la empresa, presto a ser escuchados y que satisfagan

2.2.2 2 Beneficios de la gestión de calidad

Para Montes (2012), los beneficios de la gestión de calidad es el proceso de “obtener los objetivos deseados, añadir valor a sus productos y servicios viéndose repercutido en la satisfacción de sus clientes y con ello conseguir ventajas competitivas que le diferencien en su sector” (p. 1). La autora se fundamenta en siete ventajas para implementar un sistema de gestión de calidad mencionada a continuación:

Mejora de la satisfacción del cliente. Cuando se aplican los principios de la gestión de calidad, el beneficio es mutuo, tanto el vendedor como el comprador. Primeramente, producir el bien o el servicio haciéndose lo más rápido, a menos costo y mayor utilidad posible. Por otra parte, el producto o servicio satisface las necesidades del usuario permitiendo que ambas partes resultan beneficiadas.

Homogenización de los productos o servicios. El sistema de gestión de calidad revela los errores y fallas en las distintas áreas para ser eliminarlas y mejorar el proceso. Por ende, el SGC estandariza cada proceso o paso a realizar en la fabricación del producto obteniendo un producto o servicio con mayor rapidez, homogenizado y con menor costo.

Aumento de la eficiencia y reducción de costos. El sistema de gestión de calidad estructura el proceso a fin de hacerlo más óptimo al ejecutarlo. Eliminando aquellos pasos innecesarios, y localizando los puntos de falla para volver a esos procedimientos más eficientes y a menos costos.

Incremento de la rentabilidad económica. Cuando se eliminan las fallas de los procesos, la organización minorisa el tiempo en la producción, seguidamente de ello emplean menos horas, mano de obra, electricidad, se desgastan menos las maquinas, entre muchos beneficios más para empresa. Aumentando su rentabilidad y utilidades mayores. **Potenciación de la imagen positiva de la empresa.** Fabricar un producto de calidad o prestar un servicio de calidad implica que la organización se haga conocida en el mercado por esas cualidades siendo el cliente el primero en diseminar la noticia. Por ello, si el cliente habla bien del producto o servicio de la organización esta enaltece su imagen formidablemente.

Impulso de la motivación de los trabajadores. La mayoría de los trabajadores cuando laboran en una empresa con buena reputación se sienten orgullosos de lo que hacen, allí se ve la influencia de una buena imagen comercial, sirviendo de motivación en el trabajador, además para la empresa es beneficioso puesto el trabajador se siente comprometido y tiene sentido de pertenencia por la organización

Crecimiento de la coordinación interdepartamental. el trabajo en equipo se torna un estilo de vida, de igual manera el hacer las cosas bien. Con esta implementación de la gestión de calidad, la coordinación se convierte en un factor importante la calidad producto o del servicio.

Lo previamente escrito constituyen gran parte de los beneficios que ofrece la aplicación de un sistema de gestión de calidad, volviéndose un estilo de vida y una forma distinta de ver las cosas.

2.2.3 3 Las micro y pequeñas empresas

Para Benítez (2013), las micro y pequeñas empresas son “compañías con menos de 250 empleados y que son independientes de grandes compañías. Adicionalmente

tienen un movimiento anual de hasta €50 millones o un balance anual de hasta €43 millones” (p.215).

De acuerdo a Ávila P. y Sanchís (2011), definen a la micro y pequeña empresa como “empresas con menos de 10 trabajadores y Trabajadores Independientes No Profesionales” (p. 160).

Posteriormente, el Ministerio de Trabajo y Promoción de empleo (2001). Hace acotación al Capítulo I, artículo 8º del Decreto Supremo N° 030-2000-ITINCI, publicado el 27 de setiembre de 2000, define a las MYPE como:

“La unidad económica operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, con la finalidad de desarrollar actividades de comercialización de bienes, prestación de servicios, extracción, transformación y producción industrial o artesanal de bienes” (pág. 5).

En base a las definiciones expuestas, las micro y pequeñas empresas tienen características iguales que a las de una gran empresa, en tal sentido que pueda modificar, extraer y dar servicios, la discrepancia reside en el tamaño, el uso de equipos y el talento humano que son de mejor capacitación y calidad en sus productos y procesos, como también los recursos disponibles.

2.2.3.1 1 Importancia de las MYPE

Las mypes han llegado a ser el punto de partida para el progreso de muchos países como Japón, China y Estados Unidos, Chile, Brasil, Colombia, Perú, entre otros. Han sido sustento del 80% de la población económicamente hablando, siendo fuente de crecimiento laboral y además de representar un porcentaje significativo del PBI nacional.

En tanto a estas cifras y la importancia que fundamentan dichas organizaciones empresariales, el Estado está en el deber de darles todo el apoyo para puedan mejorar sus productos mediante un sistema de gestión de calidad que les aporte mejoras a sus productos y procesos. Permitiendo que estas empresas seguan aportando al país de manera positivas.

2.2.4 4 La motivación

Para dar forma al concepto de plan de motivación, es importante definir primeramente lo que significa motivación. es un término que se emplea en la empresa para dar nombre al impulso que los empleados experimentan para desempeñar su trabajo, lograr las metas organizacionales y objetivos fijados por la organización. La misma tiene origen dentro del sujeto o fuera de él.

Caballero (2015), asevera que la motivación laboral es el “conjunto de estímulos que hacen reaccionar a un individuo hacia la ejecución de determinadas acciones con entusiasmo, voluntad e interés, ...así también es la voluntad para realizar un esfuerzo con el que alcanzar un objetivo correcto” (p. 72). En función de lo definido las empresas hacen uso de las diversas técnicas de motivación para lograr de sus trabajadores el mayor esfuerzo para cumplir los objetivos organizacionales establecidos.

La Calle (2016), atestigua que la motivación es “la activación y mantenimiento de la conducta del trabajador hacia un fin u objetivo determinado” (p. 15). En concordancia a este concepto el empleado labora de manera eficiente y rentable, dichas condiciones de motivación hacen trabajar más y mejor.

Napolitano (2018), expresa que por “motivación se entiende un estado interno que activa, dirige y mantiene en el tiempo el comportamiento de un individuo” (p. 5). Fundamentando la idea del autor la motivación tiene sus inicios en el interior de las personas. No obstante, es importante mencionar que la misma tiene también lugar fuera de las personas como estímulo externo.

Manes (2014), “la motivación es el grado en que el individuo se compromete a gastar esfuerzo en cumplimiento de una actividad u objetivo específico” (p. 98).

2.2.4.1 1 Teorías de la motivación

Existen muchas teorías acerca de la motivación de los trabajadores en las empresas y muchas difieren entre ellas. A continuación, se desarrollan las más representativas:

La Teoría de Maslow:

según Físico (2016), cita a Maslow para determinar que las personas actúan motivadas por un conjunto de necesidades, las cuales las clasifica en una Pirámide de necesidades, donde se explica que el ser humano posee un conjunto de necesidades, las cuales satisface de acuerdo a un nivel, donde las más importantes y básicas son aquellas necesidades básicas para luego posteriormente ser resueltas las necesidades de autorrealización. De acuerdo a Turienzo (2015), manifiesta que Maslow afirmaba que el hombre no satisfacer las necesidades que se encontraban en la base de la pirámide no permitiría satisfacer las demás necesidades de los siguientes niveles.

Para Charleux y Loubat (2016), explica que este modelo afirma que el origen de la motivación humana se encuentra en las necesidades internas o fundamentales de los trabajadores y agrega que sino se satisfacen estas el trabajador no se sentirá satisfecho, porque éste debe sentirse bien en su puesto de trabajo (p. 14). Al respecto

Maslow estableció cinco niveles de necesidades, que responden a un orden jerárquico, en la que las necesidades básicas se encuentran en la base y en cuanto se van resolviendo van subiendo de nivel. A continuación, se nombra cada una de estas necesidades:

- a) Necesidades fisiológicas,
- b) Necesidades de seguridad y protección,
- c) Necesidades sociales,
- d) Necesidad de autoestima y
- e) Necesidad de autorrealización.

Si bien es cierto estas necesidades obedecen a diferentes niveles, no necesariamente deben cumplirse unas para poder subir a las siguientes. Pero si es importante tener en cuenta que si las necesidades básicas no son resueltas, entonces las superiores no resultan tan importantes para el individuo.

Teoría de los factores de Frederick Herzberg:

Es te conjunto de teorías es propuesta por Herzberg, quien indica que existen dos factores que determinan la motivación de los trabajadores de una empresa, a estos factores los llama: factores motivadores y factores de higiene.

Factores motivadores. Herzberg llama factores motivadores al conjunto de condiciones que satisfacen al individuo en cuanto realice sus actividades. A continuación, se mencionan dichos factores: (a) Reconocimiento, (b) Grado de responsabilidad, (c) Autonomía, (d) Consecución de objetivos, e) Promoción interna. Factores de higiene. Se refiere al conjunto de factores asociados al puesto de trabajo. Si bien es cierto estos factores no provocan ningún tipo de satisfacción en los trabajadores, la ausencia de ellas provoca insatisfacción. A continuación, se

mencionan: (a) Las condiciones del puesto de trabajo: horario, salario, vacaciones, etc., (b) Las relaciones sociales dentro de la empresa, (c) Política de la empresa, (d) Seguridad laboral, (e) Oportunidades de crecimiento, (f) Ambiente de trabajo.

Teoría de McClelland:

David McClelland (citado por Amo, 2014, p. 13), afirmó que los motivos son una característica inherente al ser humanos y de allí partes las distinciones que poseen las personas, por lo que se infiere que la base de la persona es su motivación. Es así que un motivo es inconsciente, pero ello no significa que no podamos tener control sobre él. Dicho motivo dirige nuestro pensamiento, dirigiendo nuestra percepción y la opinión que podamos emitir. En tal sentido, la constante repetición de ellas convierte en una conducta predecible en las personas. Esta teoría se basa en tres factores que activan la motivación, ellas son el logro, el poder y la afiliación.

Teoría X y Teoría Y de Mc Gregor:

Mc Gregor plantea una teoría muy peculiar en su época y manifiesta que el ser humano se mueve motivado por dos extremos y explicadas en la teoría X y la Y. Al respecto Físico (2016), explica que el autor de esta teoría trataba de explicar cómo eran los trabajadores y cómo veían los directivos a los trabajadores. En tal sentido en su teoría explicaba cómo los directivos deberían comportarse para motivar a los trabajadores.

“En cuanto a la teoría X, Mc Gregor explica que los seres humanos se mueven o cumplen las cosas por medio del castigo. Amo (2014), explica que en esta teoría se consideran aquellos directivos que piensan que a las personas no les gusta trabajar y que repugnan el trabajo y por ende la única forma de conseguir que trabajen es a través de la coerción, la amenaza de despido o el incentivo económico (p. 11).

En tal sentido, afirman que a las personas no les agrada tomar decisiones, por el contrario, prefieren que otras decidan por ellas. En la teoría Y, sostiene que las personas se esfuerzan por conseguir algo, pero sin coacción, sino de manera natural buscando obtener logros personales. Amo (2014), refiere que en este grupo se encuentran aquellos directivos que piensan que las personas se sienten bien realizando sus labores y que ellas disfrutan alcanzando metas y asumiendo compromisos que pueden cumplir en la empresa.

Teoría Z: Ouchi:

William Ouchi (citado por Amo, 2014, p. 12), en 1981 publica una teoría sobre la motivación en una época en que se cuestionan las gestiones del estilo norteamericano y el estilo japonés. Al respecto Ouchi, siendo en esa época estudiante en ambas culturas, trata de sacar lo mejor de ambos para plantear su teoría. La cual se explica en la siguiente tabla.

Tabla 1.

Diferencias entre empresas de Estados Unidos y Japonesas

| Empresas de Estados Unidos | Empleo de por vida |
|---|---|
| Tasas de movilidad y rotación altos | Evaluación implícita y promoción infrecuente |
| Evaluación explícita y promoción rápida | Las carreras especializadas son poco frecuentes y los empleados suelen moverse de una función a otra durante sus carreras |
| Suelen ofrecer posibilidad de carreras especializadas | La toma de decisiones es un proceso colectivo en el que intervienen cada una de las personas afectadas por la decisión |
| La toma de decisiones se ve como una responsabilidad individual | Se aprecian los esfuerzos colectivos |
| Se reconoce y se premia el individualismo | |

Nota: Amo, 2014, p. 12.

La teoría planteada por Ouchi, afirma que los trabajadores deben ser vistos como un todo y no como un ente dividido en su personalidad, es decir ser considerado como una máquina entre las 9 y 18 horas y humano antes y después del trabajo.

Teoría de las expectativas de Víctor Vroom:

Esta teoría fue sustentada por el psicólogo Canadiense Víctor Harold Vroom, de acuerdo a esta teoría el trabajador se motiva de acuerdo a la recompensa que piensa que va obtener si es que cumple con los objetivos. De acuerdo a esta teoría citada por Manes (2014), las personas actúan motivadas por sus expectativas de alcanzar algo. En las empresas los jefes deben identificar cuáles son las expectativas de sus trabajadores para elaborar un plan de motivación. Al respecto Físico (2016), los trabajadores realizan sus labores esperando recompensa por su trabajo.

2.2.4.2 2 Dimensiones de la motivación

Manes (2014), dice que al personal se le puede motivar de diversas formas, pero las más conocidas es la son dos clasificadas en motivaciones intrínsecas y extrínsecas (p. 98).

Dimensión 1 . Intrínseca

Fernández (2017), expresa que son aquellas “que cada trabajador posee, es decir de la pasión y su satisfacción por realizar un trabajo bien hecho” (p. 76). Como se muestra es la pasión es decir aquello que nace en el interior de la persona por lo se deduce que la motivación es un sentimiento de satisfacción para el colaborador por lograr algo que lo hace sentir bien.

Para la Fundación Laboral de la Construcción del Principado de Asturias (2010), esta forma de motivación “aparece cuando el trabajador realiza una actividad por el simple placer de realizarla, sin que nadie dé incentivo externo” (p. 141). esto

involucra que el colaborador se automotive y sienta gusto por lo que realiza en su trabajo, sin depender de ninguno tipo de motivador externo a la empresa.

Igualmente, Chávez (2015), la motivación intrínseca le da vida el mismo trabajador, su origen acata aspectos concernientes a los valores y de intereses individuales del trabajador que difieren mucho de los estímulos que pueda brindar la organización. En función de ello la empresa debe proveer al trabajador de un clima de trabajo adecuado para que se den sus actividades de manera satisfactoria (p. 100).

Asimismo, Bruce (2014), conceptualiza a la motivación intrínseca como todo aquello que nos inspira a conseguir aquello que nos encanta. En tal sentido, todo lo que iniciemos esté enfocado a alcanzar objetivos personales a futuro (p. 15).

Se presentan cuatro tipos de motivadores donde los miembros de una organización pueden adquirir incentivos intrínsecos y se manifiestan de la siguiente manera: a) desarrollar funciones en la empresa que originen satisfacción personal al trabajador y que además sean significativas para su evolución persona, b) realizar actividades en equipo para reforzar la cohesión social, c) cooperación en el diseño de las metas organizacionales y también en el cumplimiento de ellas, es significativo que los trabajadores se sientan parte de ellas y su logro, d) colaboración en el cumplimiento de las metas convertidas en incentivos para los trabajadores.

Dimensión 2 . Extrínseca

Fernández (2017), agrega que “es la motivación que viene del exterior y se basa en el reconocimiento y gratificaciones de los trabajadores por sus jefes cuando realizan un trabajo bien hecho” (p. 76).

Fundación Laboral de la Construcción del Principado de Asturias (2010), este prototipo de motivación “aparece cuando el trabajo se realiza no tanto por placer, sino por la recompensa que se obtiene a cambio” (p. 141).

Estos incentivos tienen su origen externo, están formado por aquello que la empresa le pueda otorgar al trabajador con el propósito de hacerlo sentir satisfecho, gratificado y pueda y quiera ejecutar bien su trabajo. Algunos de ellos se podrían ser la remuneración percibida por el empleado como contraprestación a su esfuerzo, las bonificaciones, uniformes de trabajo, servicios higiénicos apropiados, ascensos, infraestructura del lugar para laborar, incluyendo equipos y herramientas que faciliten el cumplimiento de su trabajo.

Si nos enfocamos en Sala (2015), afirma que una remuneración alta no es lo único que determina el esfuerzo de un trabajador hacia los resultados, también existen otros como: a) el buen clima de laboral; b) posibilidades de ascender y c) reconocimiento del trabajo que se efectúa (p. 193). Para Chávez (2015), la motivación extrínseca tiene su origen en factores externos que provienen del contexto laboral, principios relacionados a las compensaciones por algún trabajo realizado, algún bono adicional o tal vez cierto premio obtenido por metas alcanzadas. El objetivo de los motivadores externos son obtener un trabajador despierto con intereses para realizar su labor. Este tipo de motivación por un lado logra que el trabajador se sienta contento por un determinado período, pero cuando los estímulos bajan usualmente se asocia a la baja de la productividad (p. 99).

2.3 Marco conceptual

MYPE. Para Benítez (2013), las micro y pequeñas empresas son “compañías con menos de 250 empleados y que son independientes de grandes compañías.

Adicionalmente tienen un movimiento anual de hasta €50 millones o un balance anual de hasta €43 millones” (p.215).

De acuerdo a Ávila P. y Sanchís (2011), definen a la micro y pequeña empresa como “empresas con menos de 10 trabajadores y Trabajadores Independientes No Profesionales” (p. 160).

Posteriormente, el Ministerio de Trabajo y Promoción de empleo (2001). Hace referencia al Capítulo I, artículo 8º del Decreto Supremo N° 030-2000-ITINCI, publicado el 27 de setiembre de 2000, define a las MYPE como:

“La unidad económica operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, con la finalidad de desarrollar actividades de comercialización de bienes, prestación de servicios, extracción, transformación y producción industrial o artesanal de bienes” (pág. 5).

Gestión de la calidad. Para Camisón (2006), la gestión de calidad “es una colección de métodos, utilizables puntual y aisladamente para el control de la calidad de productos y procesos” (p. 50). El mismo autor cita a Witcher (1995, citado por Camisón, 2006, p.50), quien piensa que la gestión de calidad es “un conjunto de métodos útiles de forma aleatoria, puntual y coyuntural para diferentes aspectos del proceso administrativo”. Así mismo es concebida como una estrategia y un proceso, que sigue el mejoramiento continuo.

Beneficios de las MYPE. Para Montes (2012), los beneficios de una gestión de calidad son la estructura para “obtener los objetivos deseados, añadir valor a sus productos y servicios viéndose repercutido en la satisfacción de sus clientes y con ello conseguir ventajas competitivas que le diferencien en su sector” (p. 1). La autora nombra siete

ventajas del porque implementar un sistema de gestión de calidad las cuales se mencionan a continuación: a) mejora la satisfacción de los cliente, b) homogenización del producto o del servicio, c) aumenta de la eficiencia y minimiza los costos, d) aumento de la rentabilidad económica, e) contribuye con una la imagen positiva de la organización, f) impulso de la motivación para con los trabajadores, g) desarrollo de la coordinación interdepartamental.

Restaurantes. el MINCETUR expresa que “el restaurante es el establecimiento que expende comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones que exige el Reglamento y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes”. clasificándose como “restaurantes turísticos” para aquellos restaurantes de tres, cuatro y hasta cinco tenedores, los cuales deben cumplir con las siguientes premisas:

Tengan ubicación en establecimientos pronunciados como patrimonios culturales de la Nación.

Principalmente dedicados a la explotación de recursos gastronómicos de varias regiones del país.

Disfruten de áreas que difundan muestras culturales peruanas (pictóricas, artesanales o afines) permanentemente.

Brinden espectáculos de folklore nacional.

Para incentivar a los restaurantes de cinco tenedores nombrados como turísticos, a la hora de prestar servicios complementarios, garantizando la atención de 40 comensales de manera simultánea.

Clasificación de los restaurantes. Se clasifican de acuerdo a criterios de categoría, “Cursos Gastronomía” (2014), nos muestra algunas clasificaciones, según algunas categorías:

Restaurantes de lujo (cinco tenedores). Denominados de lujo, estas compañías son esmeradamente decoradas, la atención es de primera y los precios son altos, disponen de todos elementos administrativos que debe poseer una empresa como políticas, reglas, manuales de organización, etc. La atención es detallista y de primera, los platos son preparados de inmediato con materia prima de la mejor calidad. Además brindan una carta de vinos.

Restaurantes de primera (4 tenedores). Se diferencian del anterior porque aparte de ofrecer platos a la carta ofrece menú hasta de siete variedades. Sin dejar bajar la calidad del servicio y la atención cuidadosa como los restaurantes de lujo. También ofrece una variedad limitada de bebidas alcohólicas, las mismas se expenden solo para acompañar los platos.

Restaurante de segunda clase (3 tenedores). Conocidos como turístico, la diferencia del antes mencionado es que cuentan con una sola entrada para los trabajadores, proveedores y para los clientes. Brinda platos a la carta y menú, con variedad de platos, verduras, cremas sopas, carnes, verduras, cremas, huevos, pastas, pescados, y más.

Restaurante de tercera clase (2 tenedores). No necesita tener insumos de lujo para sus platos, pero sí que sean resistentes y del día. Normalmente presentan en el menú presentan entradas. También cuentan con una sola entrada para todos se les exige baños para damas y para caballeros.

Restaurante de cuarta clase (1 tenedor). Estos despachan menú del día como hasta cuatro entradas, los materiales no son lujosos, pero son resistentes. Los utensilios,

mesas y más, no son lujosos siendo más resistentes y de buena presentación y aseo. tampoco es necesario que los meseros estén uniformados, pero sí con una buena presentación.

III. Metodología

3.1 Diseño de la investigación.

Fue una investigación descriptiva, no experimental – transversal y cuantitativa.

El estudio fue no experimental porque los resultados de las variables se redactaron sin manipularlas. Gómez (2006), afirma que “los diseños experimentales son propios de la investigación cuantitativa. Los diseños no experimentales se aplican en ambos enfoques” (p. 86).

Fue transversal porque la información se recolectó en un solo tiempo. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), “los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (p.154).

Cuantitativo porque empleó métodos estadísticos y matemáticos para analizar los datos. De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2006), los enfoques cuantitativos “miden fenómenos, utilizan estadísticas, emplea experimentación, analiza la causa y efecto de los problemas” (p. 13).

Finalmente fue descriptivo porque solo registró los hechos tal como se encontró en su naturaleza. Para Soto (2015) “el propósito de esta investigación es describir las

características cuantitativas y cualitativas de los sujetos investigados sobre la variable de estudio, es decir detallar cómo es la variable” (p. 53).

3.2 Población y muestra.

3.2.1 Población

La población estuvo conformada por 30 restaurantes de la Av. General garzón del distrito de Jesús María. Según Mercado (2008), la población es “el conjunto de personas, cosas o fenómenos sujetos a investigación, que tienen en común algunas características definidas” (p. 69).

3.2.2 Muestra

La muestra estuvo conformada por 30 restaurantes de la Av. General garzón del distrito de Jesús María. Según Mercado (2008), “es una parte de la población que tiene características homogéneas a esta” (p. 69).

3.2.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores

Tabla 1
Operacionalización de las variables

| Variable | | Definición operacional | | | Escala /medición |
|--------------------|--|-----------------------------|--|------------------------------------|------------------|
| | | DIMENSIÓN | | INDICADOR | |
| Denominación | Definición conceptual | Denominación | Definición | Denominación | |
| Gestión de calidad | “La gestión de calidad es un enfoque sistémico para establecer y cumplir los objetivos de calidad por toda la empresa” (Juran, 1990, p. 169). | Planificación de la calidad | “Es la actividad para desarrollar los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes” (Juran, 1992, p. 16). | Fija objetivos de calidad | Escala de Likert |
| | | | | Conoce las necesidades de clientes | |
| | | | | Establece controles | |
| | | Control de la calidad | “Comprende el proceso de evaluar y compara el comportamiento de la calidad y actuar sobre las diferencias” (Juran, 1992, p. 16). | Evaluación | |
| | | | | Comparación | |
| | | | | Actuar | |
| | | Mejora de la calidad | “Este proceso es el medio de elevar el comportamiento de la calidad hasta unos niveles sin precedentes” (Juran, 1992, p. 16). | Infraestructura | |
| | | | | Equipo de trabajo | |
| | | | | Recursos | |
| | | | | Motivación | |
| Motivación | Herzberg, formuló la teoría de los dos factores para explicar mejor el comportamiento de las personas en el trabajo y plantea la existencia de dos factores que orientan el comportamiento de las personas.” La Teoría de la motivación-Higiene”(1959) | Factores internos | Conjunto de factores que motivan al personal a cumplir con las metas organizacionales y que tienen su origen en el mismo individuo. | Logros. | Escala de Likert |
| | | | | Reconocimiento. | |
| | | | | Responsabilidad. | |
| | | | | Independencia laboral. | |
| | | Factores externos | Conjunto de factores que motivan al personal a cumplir con las metas organizacionales y que tienen su origen en elementos exógenos. | Políticas. | |
| | | | | Supervisión. | |
| | | | | Interrelación. | |
| | | | | Salario. | |
| | | | | Entorno físico. | |
| | | | | Seguridad en el trabajo | |

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica

Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos. Mercado (2008), menciona que la encuesta “es un medio de recolección de información que consiste en hacer preguntas a un grupo de personas previamente seleccionadas” (p. 68).

Instrumento

El cuestionario fue instrumento utilizado para recabar la información. Para Gómez (2006), “el instrumento es el documento que contiene preguntas para recaba la información de acuerdo a las variables de investigación” (p. 122).

3.4 Plan de análisis.

Se empleó un proceso que contenía desde la elaboración de la encuesta y procesamiento de la información, esta última se efectuó en una hoja de cálculo de Excel y posteriormente se empleó el programa estadístico SPSS 25, los cuales permitieron interpretar los resultados y luego el análisis de los resultados.

.

3.5 Matriz de consistencia

Tabla 2

Matriz de consistencia

| Problema | Objetivos de investigación | Variables | Población y muestra | Metodología | Instrumentos y procedimientos |
|--|--|---|--|--|--|
| <p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de motivación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019?</p> | <p>General Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de motivación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019.</p> <p>Específicos Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019. Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019. Determinar las características de la motivación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019.</p> | <p>Gestión de calidad.</p> <p>Motivación.</p> | <p>Población: 30 restaurantes.</p> <p>Muestra: 30 restaurantes .</p> | <p>Tipo de investigación:</p> <p>Cuantitativa</p> <p>Nivel de investigación: Descriptiva aplicativo.</p> <p>Diseño: No experimental, transversal, cuantitativo.</p> | <p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p> <p>Procedimientos: Uso del programa Excel y SPSS-25</p> |

3.6 Principios éticos

De acuerdo al código de ética para la investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la investigación se tienen en cuenta algunos principios que rigen la actividad investigadora, los cuales tienen como “propósito la promoción del conocimiento y bien común expresada en principios y valores éticos que guían la investigación en la universidad” (Uladech, 2016, p. 2). A continuación, se explican los principios de ética.

Protección a las personas. Teniendo en cuenta que en una investigación se trabaja con personas, se tiene en cuenta en ello el respeto a la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Esto implica que las personas involucradas en la investigación participen voluntariamente teniendo en cuenta el respeto de sus derechos fundamentales y en especial su protección si en caso se encuentran en una situación de vulnerabilidad.

Beneficencia y no maleficencia. Se debe proteger el bienestar de las personas involucradas en la investigación. En tal sentido, el investigador debe cumplir con las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir las posibilidades de efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia. El investigador debe aplicar un juicio razonable, ponderable y tener criterio para tomar decisiones que no sean sesgadas hacia un propósito particular. Del mismo modo el tratamiento para todas las personas involucradas en la investigación debe ser equitativo, igualitario y justo.

Integridad científica. El investigador debe ser una persona íntegra en todos los aspectos de su vida profesional y personal. Avizorando en todo momento cualquier daño o perjuicio que pueda ocasionar la investigación y comunicando de manera correcta y a tiempo dichos riesgos. Del mismo modo el investigador debe declarar los conflictos de interés que puedan afectar el curso de la investigación en la publicación de resultados.

Consentimiento informado y expreso. La información vertida en la investigación y que debe ser publicada debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica de las personas e instituciones involucradas en la investigación.

IV. Resultados

4.1 Resultados

Sobre las características de los representantes de las MYPE

Tabla 3

Edad del representante de la MYPE

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 31 a 40 años | 8 | 26.67% | 26.67% | 26.67% |
| Válido Más de 40 años | 22 | 73.33% | 73.33% | 100.00% |
| Total | 30 | 100.00% | 100.00% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

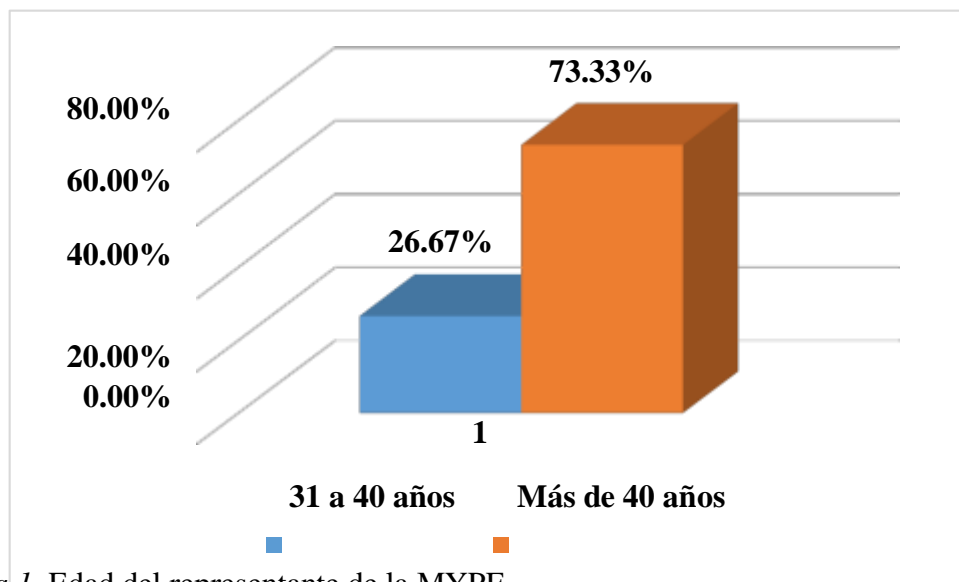


Figura 1. Edad del representante de la MYPE

Interpretación

El 26.6% de los representantes de las empresas tienen entre 31 a 40 años y el 73.33% tienen más de 40 años de edad.

Tabla 4

Género del representante de la MYPE

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Femenino | 12 | 40.00% | 40.00% | 40.00% |
| Válido Masculino | 18 | 60.00% | 60.00% | 100.00% |
| Total | 30 | 100.00% | 100.00% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

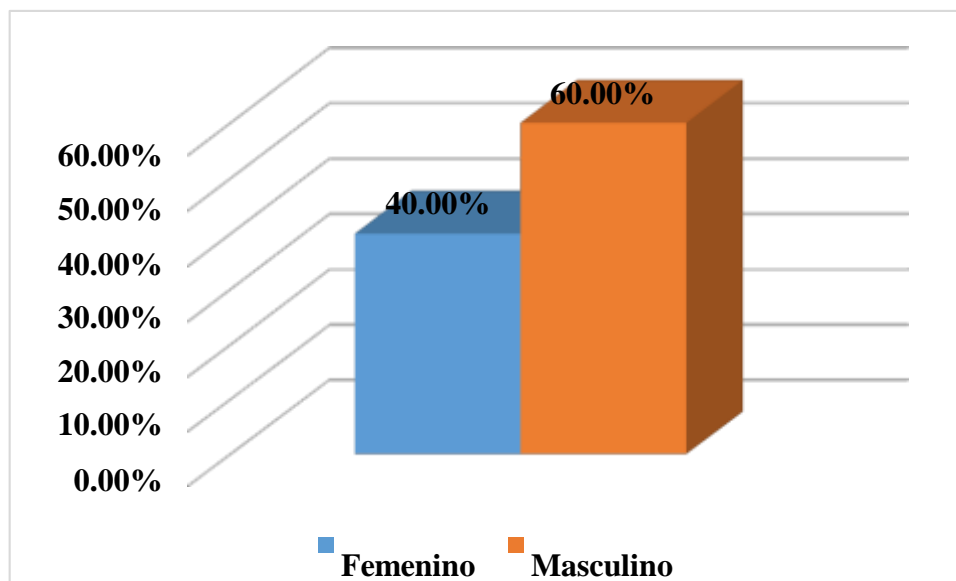


Figura 2. Género del representante de la MYPE

Interpretación

El 40.0% de los representantes de las empresas son de género femenino y 60.0% son de género masculino.

Tabla 5

Grado de instrucción

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Secundaria | 3 | 10.00% | 10.00% | 10.00% |
| Válido Técnica | 12 | 40.00% | 40.00% | 50.00% |
| Válido Superior | 15 | 50.00% | 50.00% | 100.00% |
| Total | 30 | 100.00% | 100.00% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

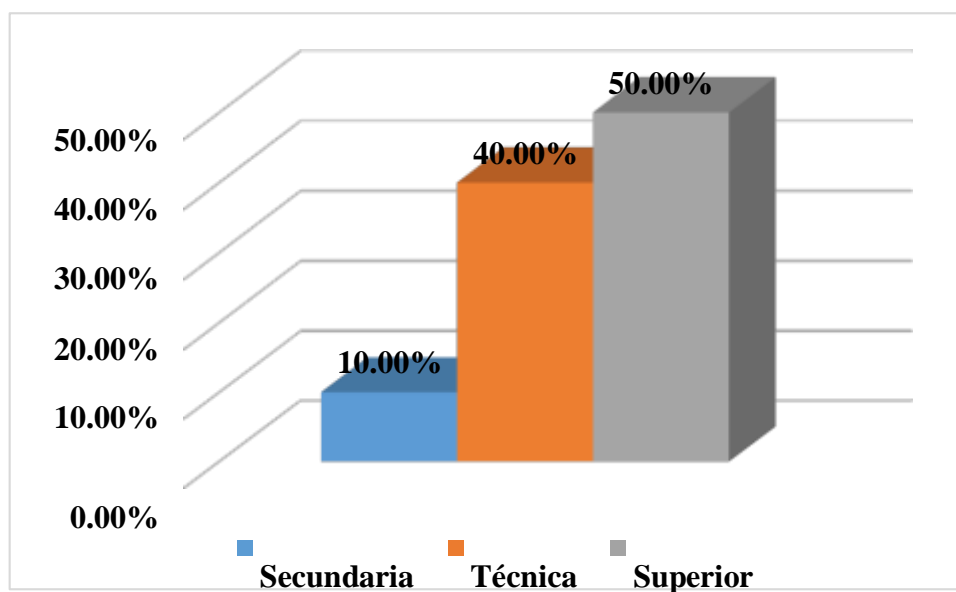


Figura 3. Grado de instrucción

Interpretación

El 10.0% de los representantes tienen educación secundaria, 40.0% tienen educación técnica y 50.0% tienen educación superior.

Tabla 6

Cargo en la MYPE

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Administrador | 21 | 70.00% | 70.00% | 70.00% |
| Válido Dueño | 9 | 30.00% | 30.00% | 100.00% |
| Total | 30 | 100.00% | 100.00% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

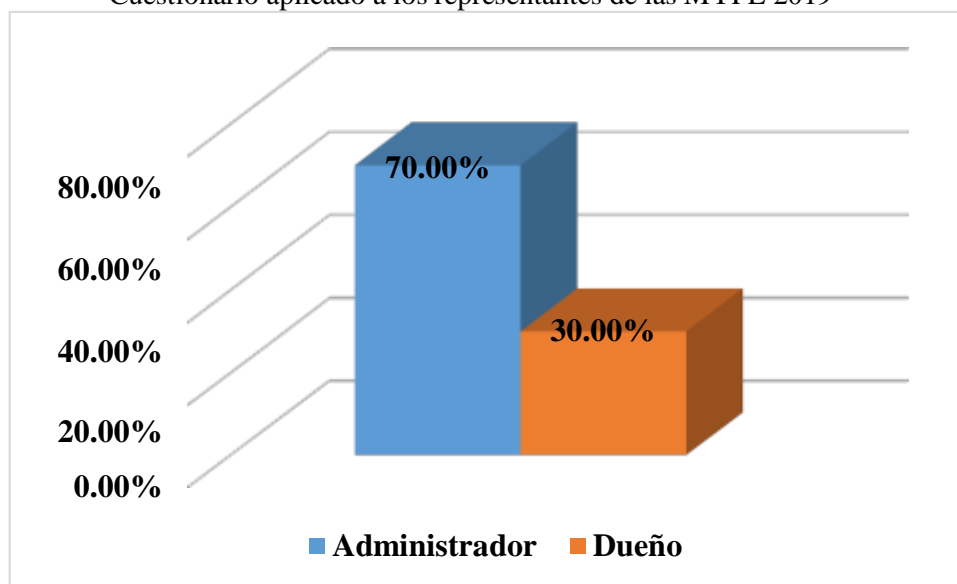


Figura 4. Cargo en la MYPE

Interpretación

El 70.0% de los representantes tienen como cargo administradores y el 30.0% es dueño de la empresa.

Características de las MYPE

Tabla 7

Tiempo en el mercado

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | | | | |
| 1 a 5 años | 7 | 23.33% | 23.33% | 23.33% |
| 6 a 10 años | 9 | 30.00% | 30.00% | 53.33% |
| 11 a 20 años | 14 | 46.67% | 46.67% | 100.00% |
| Total | 30 | 100.00% | 100.00% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

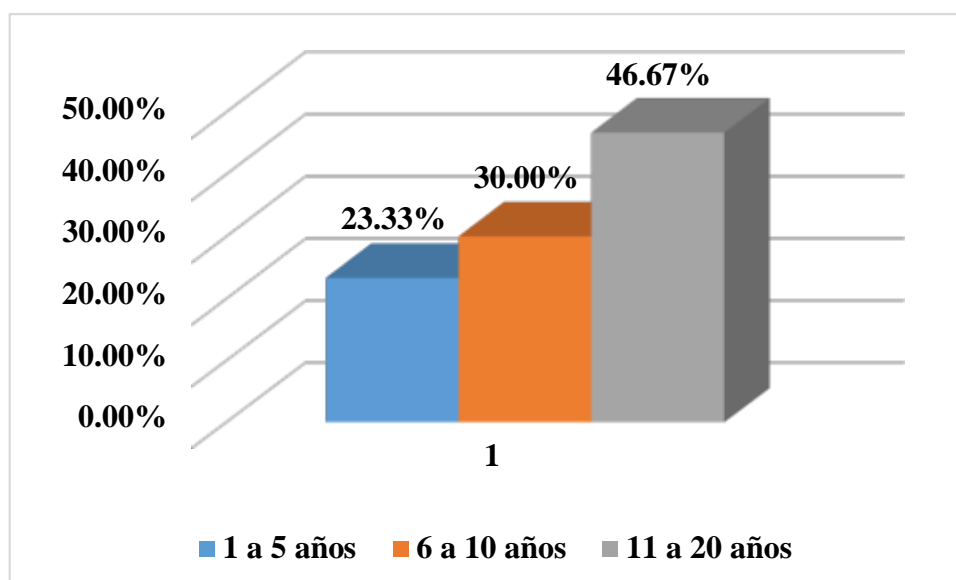


Figura 5. Tiempo en el mercado

Interpretación

El 23.33% de las MYPE tienen un promedio de 1 a 5 años de presencia en el mercado, el 30.00% tienen entre 6 a 10 años y el 46.67% tienen entre 11 a 20 años.

Tabla 8

Número de trabajadores

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 1 a 5 | 6 | 20.00% | 20.00% | 20.00% |
| Válido 6 A 10 | 24 | 80.00% | 80.00% | 100.00% |
| Total | 30 | 100% | 100% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

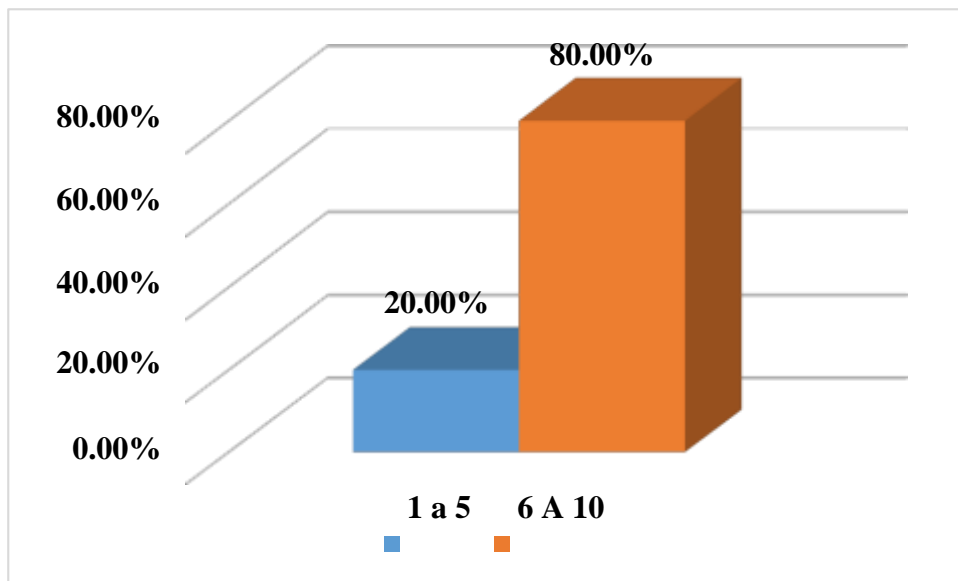


Figura 6. Número de trabajadores

Interpretación

El 20.0% de las MYPE tienen entre 1 a 5 trabajadores y el 80.00% tienen entre 6 a 10 trabajadores

Tabla 9

Formalización de la empresa

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Sí | 30 | 100.00% | 100.00% | 100.00% |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

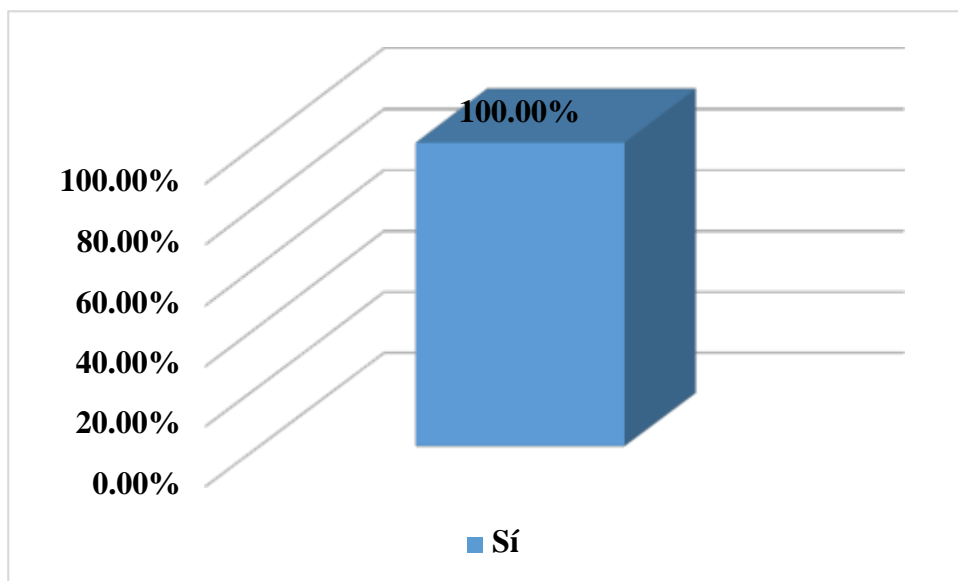


Figura 7. Formalización de la empresa

Interpretación

El 100.0% de las MYPE se encuentran formalizadas.

Tabla 10

Tipo de constitución empresarial

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Persona natural | 9 | 30.00% | 30.00% | 30.00% |

| | | | | |
|------------------|----|--------|--------|---------|
| Persona jurídica | 21 | 70.00% | 70.00% | 100.00% |
| Total | 30 | 100% | 100% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

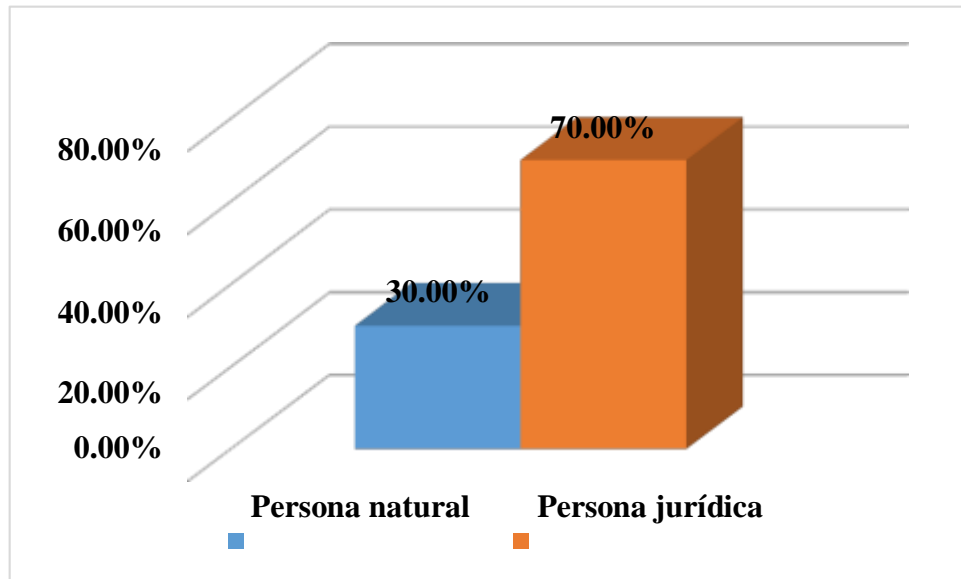


Figura 8. Tipo de constitución empresarial

Interpretación

El 30.0% de las MYPE están constituidas como persona natural y el 70.00% es persona jurídica.

Sobre la gestión de calidad de las MYPE

Tabla 11

Nivel de gestión de calidad de las MYPE

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 5 | 16.67% | 16.67% | 16.67% |
| Medio | 15 | 50.00% | 50.00% | |
| Alto | 10 | 33.33% | 33.33% | 50.00% |
| Total | 30 | 100.00% | 100.00% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

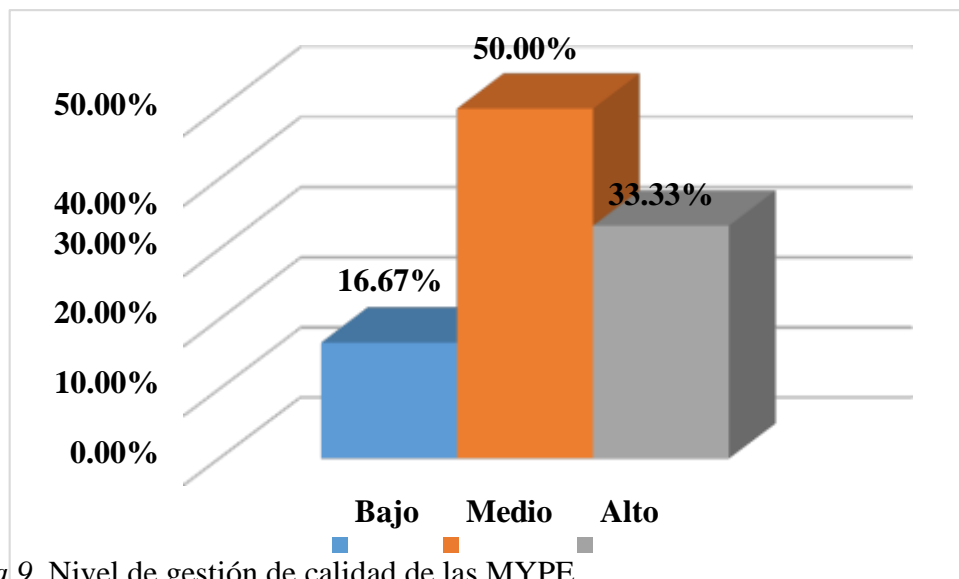


Figura 9. Nivel de gestión de calidad de las MYPE

Interpretación

El 16.67% de las MYPE perciben que la gestión de calidad de las MYPE es de nivel bajo, el 50.00% percibe que es de nivel medio y el 33.33% es de nivel alto.

Tabla 12

Nivel de percepción de la planificación de la calidad

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 6 | 20.00% | 20.00% | 20.00% |
| Medio | 14 | 46.67% | 46.67% | 66.67% |
| Alto | 10 | 33.33% | 33.33% | 100.00% |
| Total | 30 | 100.00% | 100.00% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

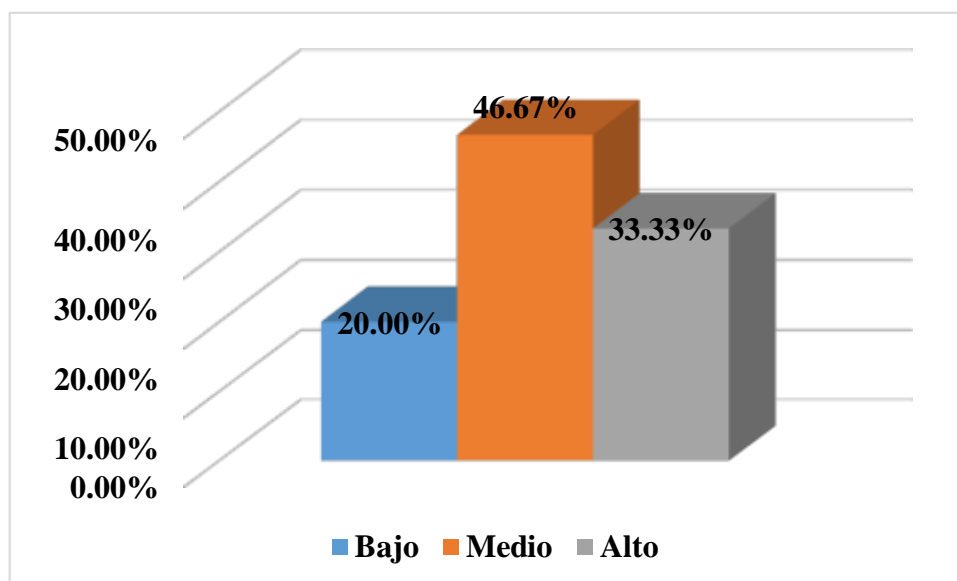


Figura 10. Nivel de percepción de la planificación de la calidad

Interpretación

El 20.00% de las MYPE perciben que el nivel de planificación de la calidad es bajo, 46.67% lo considera medio y el 33.33% lo considera alto.

Tabla 13

Nivel de percepción del control de la calidad

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 4 | 13.33% | 13.33% | 13.33% |
| Medio | 12 | 40.00% | 40.00% | 53.33% |
| Alto | 14 | 46.67% | 46.67% | 100.00% |
| Total | 30 | 100.00% | 100.00% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

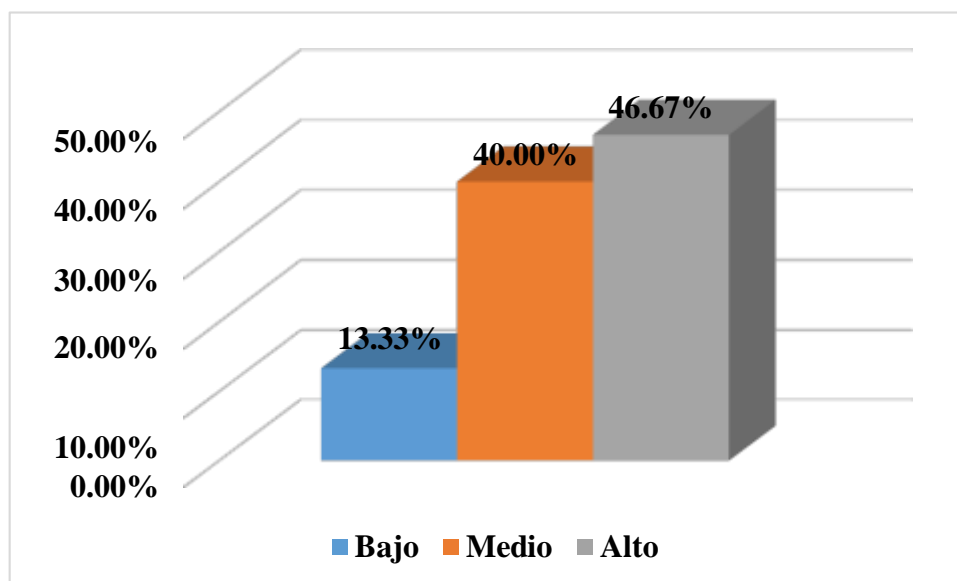


Figura 11. Nivel de percepción del control de la calidad

Interpretación

El 13.33% de las MYPE perciben que el nivel de percepción de la calidad es bajo, el 40.00% es de nivel medio y el 46.67% es de nivel alto.

Tabla 14

Nivel de percepción de la mejora de la calidad

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 6 | 20.00% | 20.00% | 20.00% |
| Medio | 18 | 60.00% | 60.00% | 80.00% |
| Alto | 6 | 20.00% | 20.00% | 100.00% |
| Total | 30 | 100.00% | 100.00% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

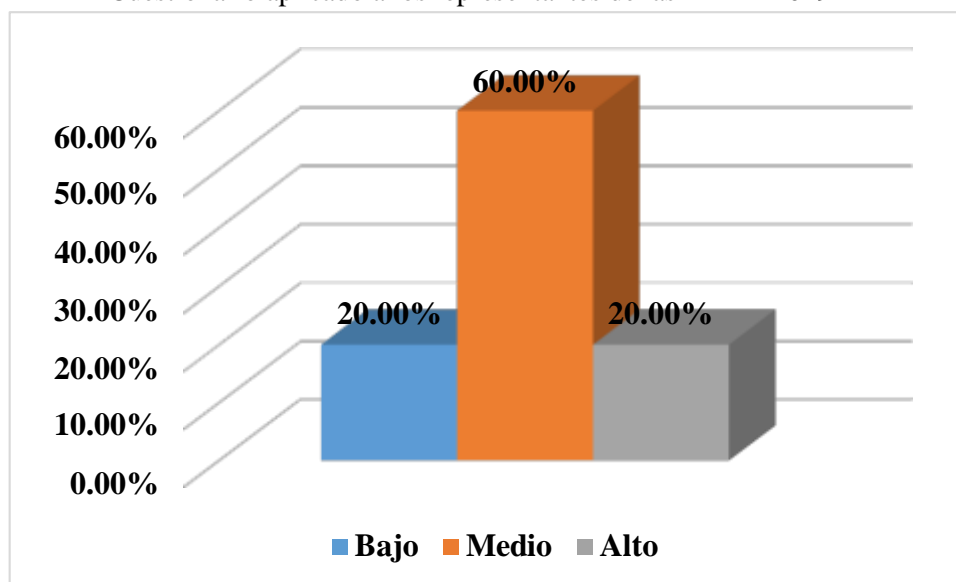


Figura 12. Nivel de percepción de la mejora de la calidad

Interpretación

El 20.00% de las MYPE perciben que la mejora de la calidad es de nivel bajo, 60.00% lo considera de nivel medio y el 20.00% lo considera de nivel alto.

Sobre la motivación

Tabla 15

Nivel de percepción de la motivación

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 10 | 33.33% | 33.33% | 33.33% |
| Medio | 12 | 40.00% | 40.00% | 73.33% |
| Alto | 8 | 26.67% | 26.67% | 100.00% |
| Total | 30 | 100.00% | 100.00% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

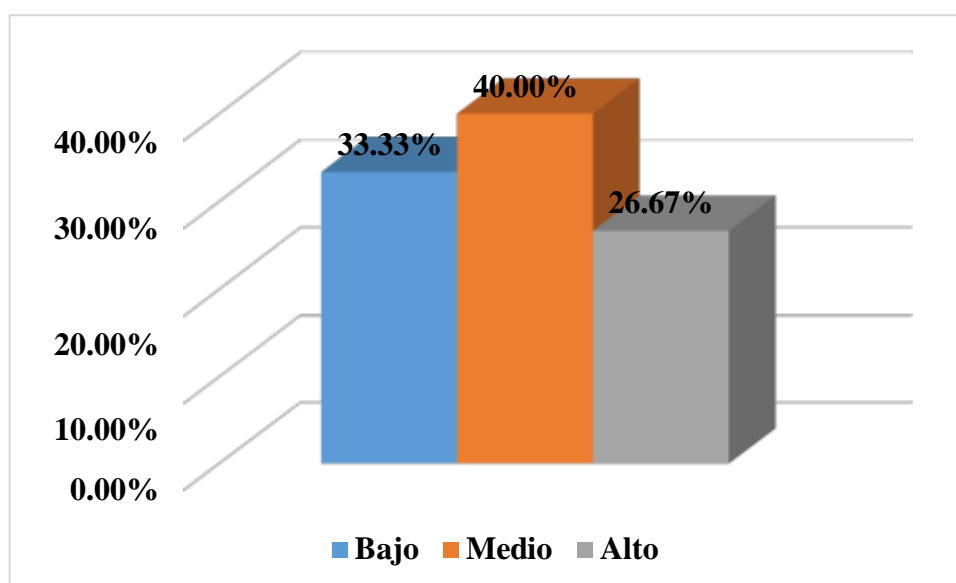


Figura 13. Nivel de percepción de la motivación

Interpretación

El 33.33% de las MYPE perciben que el nivel de motivación de los trabajadores es bajo, el 40.00% percibe que es medio y el 26.67% percibe que es alto.

Tabla 16

Nivel de percepción de los factores internos

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 8 | 26.67% | 26.67% | 26.67% |
| Medio | 12 | 40.00% | 40.00% | 66.67% |
| Alto | 10 | 33.33% | 33.33% | 100.00% |
| Total | 30 | 100.00% | 100.00% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

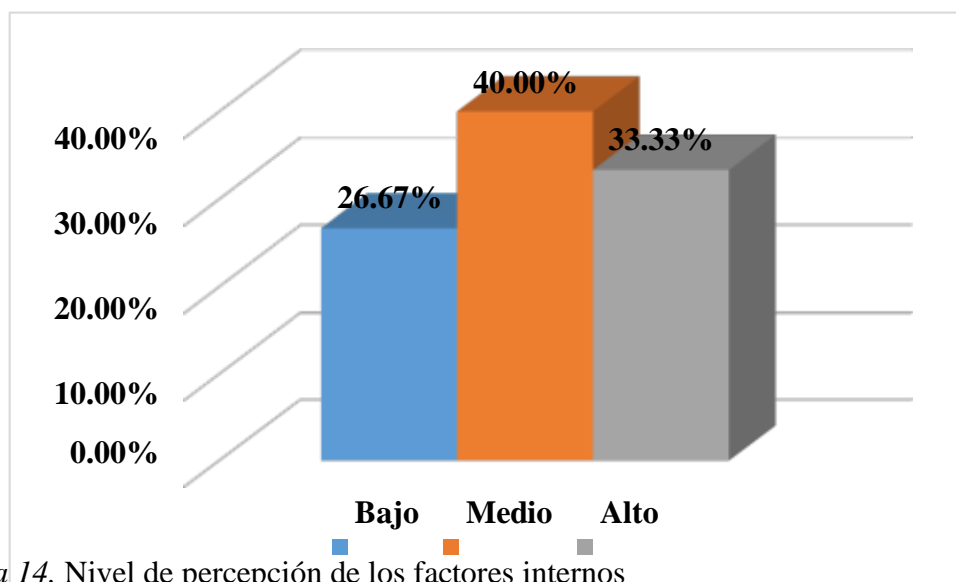


Figura 14. Nivel de percepción de los factores internos

Interpretación

El 26.67% de las MYPE perciben que la motivación intrínseca en los trabajadores es baja, 40.00% percibe que es de nivel medio y el 33.33% percibe que es alta.

Tabla 17

Nivel de percepción de la motivación extrínseca

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo | 13 | 43.33% | 43.33% | 43.33% |
| Medio | 12 | 40.00% | 40.00% | 83.33% |
| Alto | 5 | 16.67% | 16.67% | 100.00% |
| Total | 30 | 100.00% | 100.00% | |

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

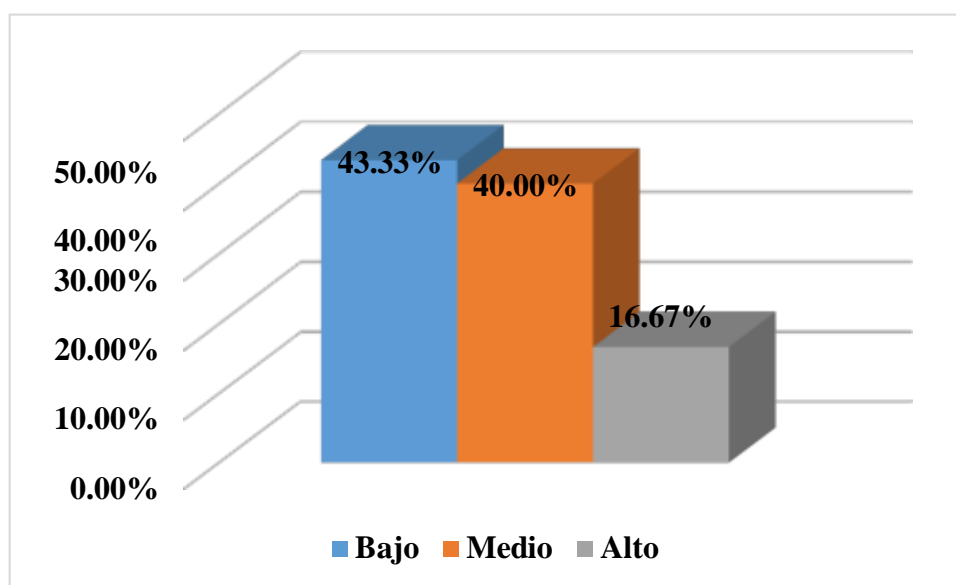


Figura 15. Nivel de percepción de la motivación extrínseca

Interpretación

El 43.33% de las MYPE perciben que la motivación extrínseca es baja, el 40.00% percibe que es de nivel medio y el 16.67% percibe que es de nivel alto.

I.2 Análisis de resultados

Sobre las características de los representantes de la MYPE

El 73.33% de los representantes de las MYPE tienen edades que sobrepasan los 40 años de edad. Ello demuestra que en el sector servicio del rubro restaurantes de la Av. Garzón en el distrito de Jesús María las personas que dirigen estos negocios son personas con experiencia que conocen su trabajo y han montado un negocio. Sin embargo

Sobre el género de los representantes de las MYPE, se tiene que el 60% de las empresas son de género masculino. Con dicho resultado se puede afirmar que en la actualidad los varones han copado los puestos que anteriormente las damas lo hacían, pero lo mismo ocurre con las mujeres, ello demuestra la diversidad, la libertad de expresión y el respeto por las labores que hace una persona.

En cuanto al grado de instrucción, se tiene que el 50.0% de los empresarios tienen educación superior, ello significa que muchos de ellos se han arriesgado a instalar un negocio desde el punto de vista empresarial y con miras a seguir creciendo en ese sector.

Sobre el cargo de los representantes, se encontró que el 70% de ellos eran administradores del restaurante. Ello significa que los dueños tal vez tengan otros negocios o estén ocupados en otras actividades y han contratado personal para que administre el restaurante.

Sobre los resultados de las características de las MYPE

El 46.67% de los restaurantes tienen entre 11 y 20 años de funcionamiento en el mercado, es necesario aclarar que esta respuesta no está relacionada a que estos establecimientos se

encuentren en el mismo lugar, posiblemente tengan esa cantidad de años y hasta más pero funcionando en el mismo rubro.

En cuanto al número de trabajadores, el 80.00% de los restaurantes cuenta con trabajadores que oscilan en cantidad de 6 a 10. Esto es porque están enfocados en una atención rápida al cliente, ello implica que tengan personal disponible en la atención.

En el tema de la formalización, también se registra que el 100% de los restaurantes se encuentra formalizado, es necesario mencionar que el nivel de formalización es tributario y municipal, con respecto a los otros detalles de formalización laboral, no se averiguó.

En relación al tipo de persona empresarial se tiene que el 70.0% de los restaurantes es persona jurídica. Las empresas en este rubro no necesariamente siempre han sido jurídicas sino a través del paso del tiempo para crecer se asocian con otras personas y forman sociedades y es por ello que se convierten en personas jurídicas.

Sobre las características de la gestión de calidad de las MYPE

El 50.00% de los representantes de las MYPE perciben que la gestión de calidad de los restaurantes es de nivel medio. Ello es porque en las respuestas realizadas en la encuesta manifestaron niveles bajos, medios y altos en la planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad. Al respecto Grillo (2017), culmina su tesis concluyendo que la implementación de la gestión de calidad permitirá prestar un mejor servicio, bajo estándares de calidad, mejorando en su higiene y su eficiencia.

Con respecto a la planificación de calidad se obtuvo un nivel medio de 46.67%. pero es necesario resaltar que también se obtuvo un 20.0% del nivel bajo, ello es porque

muchos de los representantes no planifican a mediano plazo, solo trabajan el día a día pues ya tienen una clientela que atender, ello no es un estado confortable, pues no les permite planificar para el crecimiento de sus empresas. Tampoco se evidenció en un nivel alto aspectos como la determinación de los controles e indicadores en el proceso, pero si es necesario resaltar el conocimiento que tienen de su clientela. Reyes (2019), afirma que el 93% siempre está dispuesto atender al cliente, 79% de los trabajadores se preocupa en los intereses de los usuarios.

Sobre el control de la calidad, se tiene que 46.67% es de nivel alto, ello quiere decir que el control que realizan la mayoría de los restaurantes es exhaustivo, tienen estándares, indicadores y mecanismos que les permite controlar las actividades dentro del restaurante pero también de los cambios que se proponen y realizan seguimiento con ello. Pero también hay porcentaje alto de 40.00% en el nivel medio, es decir tienen controles que no son muy exigentes y un 13.33% de nivel bajo, que quiere decir que sus controles no son exigentes o simplemente no planifican y por lo tanto no realizan control en base a indicadores.

Acerca la mejora de la calidad de los procesos en la empresa, se tiene que el 60.00% es de nivel medio, ello implica que la empresa en primer lugar asigna un presupuesto para realizar mejoras, capacita a su persona para las mejoras, hay un proceso de retroalimentación donde la sugerencia de los trabajadores es importante, pero también la sugerencia de los clientes.

Sobre la motivación

Para los representantes de las MYPE de este sector motivación es de nivel medio en el 40.0%, ello puede demostrar un nivel de satisfacción de los trabajadores, es decir ellos se sienten bien de trabajar en el restaurante, pero también se evidencia un porcentaje de nivel bajo de 33.33% que no se encuentra satisfecho. En este caso es necesario recordar que la satisfacción del cliente interno se refleja en la atención que ellos brindan a los clientes externos del restaurante. Al respecto Toapanta (2018), manifiesta que el estudio sobre el talento humano en la empresa permitió conocer condiciones actuales de del negocio, las necesidades y desenvolvimiento de los trabajadores y la falta de un sistema de gestión en referencia al talento humano.

En cuanto a la dimensión motivación intrínseca, se tiene que se percibe que es de nivel medio en el 40.0%, ello quiere decir que los trabajadores se sienten complacidos de realizar la labor que hacen porque les gusta y se sienten realizados de hacer lo que les gusta. Por otro lado, también se ha registrado un nivel bajo de 26.67%, para los restaurantes que respondieron de esta manera, es preocupante porque no se puede tener trabajadores que no se sienten bien en su labor y que por el contrario se quejan, reniegan creando una atmósfera negativa en la organización.

Sobre la motivación extrínseca se ha obtenido un nivel de 43.3% en el nivel bajo. Esto demuestra que los trabajadores no sienten que la empresa los valora, en diferentes aspectos como en la remuneración, las condiciones ambientales de la empresa, la importancia que les dan a su labor y opiniones o talvés el trato del jefe.

V. CONCLUSIONES

Sobre las características de los representantes

En cuanto a las características principales de los representantes de las MYPE, la mayoría tienen más 40 años de edad, son varones, tienen educación universitaria y son administradores de la empresa.

Sobre las características de las MYPE

En cuanto a las características de las micro y pequeñas empresas, la mayoría tienen entre 11 a 20 años de funcionamiento en el mercado, tienen entre 6 a 10 trabajadores.

La totalidad de las MYPE está formalizada y la mayoría es persona jurídica.

Sobre las características de la gestión de calidad de las MYPE

La mayoría de las empresas tienen un nivel medio gestión de calidad.

La mayoría de las empresas tienen un nivel medio de planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad.

Sobre las características de la motivación de las MYPE

La mayoría de las MYPE percibe que el nivel de motivación de sus trabajadores es medio.

En cuanto a la dimensión intrínseca el nivel de percepción es medio.

En cuanto a la dimensión extrínseca el nivel de percepción es bajo.

Recomendaciones

1. Se recomienda que las MYPE realicen el proceso de planificación en su empresas y lo hagan a corto mediano y largo plazo.
2. Se recomienda que las MYPE apliquen principios de gestión de calidad en sus empresas.
3. Se recomienda que los administradores o dueños de la empresa motiven a su personal con estímulos externos, reuniones de camaradería donde ellos puedan intercambiar ideas, pasar momentos agradables.

Referencias bibliográficas

- Moreno Roca, L. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo transaccional en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de restaurantes - pollerías del distrito de Huaraz, 2013* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huaraz, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/6373>
- Trujillo Paredes, D. (2019). *La Gestión de Calidad y su Influencia en los Beneficios de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios – Rubro Restaurantes, de la Av. Ancash, Distrito de el Agustino, Lima, 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11235>
- Pillaca Ochoa, G. (2019). *Gestión del talento humano y calidad del servicio en los restaurantes del Distrito de Ayacucho, 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Ayacucho, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11309>
- Angulo Corzo, Y. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro-restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Ayacucho, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3766>
- Sandoval Cabrejos, F. (2018). *El sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro, 2015* (Tesis de

- pregrado). Universidad San Martín. Lima, Perú. Recuperado de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/4339>
- Patroni Ygredda, G. (2019). *La gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano en las mypes del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/13676>
- Grillo, M. (2017). *Diseño de un sistema de gestión de calidad para empresas de servicio gastronómico* (Tesis de pregrado) Universidad Empresarial Silo Veintiuno. Argentina. Recuperado de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/14007>
- Toapanta Mostedeoca, E. (2018). *Modelo de gestión del talento humano para la cadena de restaurantes "El Lince" de la provincia de Tungurahua, y el desempeño laboral* (Tesis de pregrado). Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ambato, Ecuador. Recuperado de <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/7922>
- Reyes Ordonez, K. (2019). *Análisis de la calidad del servicio del Deja-Vu Restaurante & Lounge de la ciudad de Loja* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Loja. Loja, Ecuador. Recuperado de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/21858>

Gómez Marcel, M. (2006). Introducción a la metodología de investigación científica.

Editorial Brujas. Argentina. Recuperado de

<https://books.google.com.pe/books?isbn=9875910260>

Juran J, M. (1992). Juran y la calidad por el diseño. Ediciones Díaz de Santos, S.A.

España. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=8479782153>

Mercado, S. (2008). ¿Cómo hacer una tesis?. Editorial LIMUSA. Cuarta edición. México.

Nueva ISO 9001:2015 (2018). ¿Cuáles son los beneficios de implementar un Sistema de

Gestión de Calidad?. Recuperado de [https://www.nueva-iso-9001-](https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/03/beneficios-sistema-de-gestion-de-calidad/)

[2015.com/2018/03/beneficios-sistema-de-gestion-de-calidad/](https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/03/beneficios-sistema-de-gestion-de-calidad/)

ANEXOS

Anexo N° 1. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Encuesta de tesis

Título de la tesis: “Gestión de calidad bajo el enfoque de motivación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. General Garzón, distrito de Jesús María, 2019”

La encuesta es de carácter anónimo.

Instrucciones: Marque solo una de las siguientes alternativas por cada interrogante de acuerdo a su opinión.

Características del empresario

| | | | | | |
|---|----------------------|----------|------------|----------------|----------|
| 1 | Edad del empresario | 20 - 30 | 31- 40 | Más de 40 años | |
| 2 | Género | Femenino | | Masculino | |
| 3 | Grado de instrucción | Primaria | Secundaria | Técnica | Superior |
| 4 | Cargo en la empresa | Dueño | | Administrador | |

Características de las MYPE

| | | | | | |
|---|----------------------------------|-----------------|-------------|------------------|--|
| 5 | Tiempo en el mercado | 1 a 5 años | 6 a 10 años | 11 a más | |
| 6 | Número de trabajadores | 1 a 5 | | 6 a 10 | |
| 7 | Formalización de la empresa | Sí | | No | |
| 8 | Tipo de constitución empresarial | Persona Natural | | Persona Jurídica | |

Escala valorativa

| | | | | |
|-------|-----------------|---------------|--------------|---------|
| Nunca | Muy pocas veces | Algunas veces | Casi siempre | Siempre |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Sobre la gestión de calidad

| V1: Gestión de Calidad | | Escala de Likert | | | | |
|----------------------------------|--|-------------------------|---|---|---|---|
| D1: Planificar la calidad | | | | | | |
| 9 | Planifica los objetivos que quiere conseguir en el último año | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10 | Adecua los platos de comida a la preferencia del cliente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11 | Establece puntos de control en los procesos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D2: Control de la calidad | | Escala de Likert | | | | |
| 12 | Evalúo los resultados de mi servicio y mi producto | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13 | Comparo los resultados de calidad de mi servicio con los objetivos de calidad que me he planteado | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14 | Realizo acciones para erradicar las diferencias entre el producto/servicio real y el producto/servicio planificado | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D3: Mejora de la calidad | | | | | | |
| 15 | Mejoro mi infraestructura constantemente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16 | Mi equipo de trabajo es consciente de que el servicio debe ser mejor cada día | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17 | Invierto recursos necesarios para mejorar la variedad y calidad de los platos de comida y del servicio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18 | Motivo a mi personal a que realice el servicio enfocado en la calidad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19 | Capacito a mi personal para mejorar la calidad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Sobre la motivación

| Nº | Ítems | Escala de Likert | | | | |
|------------------------------|---|-------------------------|---|---|---|---|
| V2: Motivación | | | | | | |
| D1: Factores internos | | | | | | |
| 20 | Mis logros me motivan a mejorar cada día más | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21 | Reconozco que tengo capacidades y habilidades especializadas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22 | Soy responsable con mis actos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23 | Me siento a gusto con mi independencia laboral | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D2: Factores externos | | Escala de Likert | | | | |
| 24 | Las políticas de la empresa están adecuadas a motivar al trabajador | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25 | La supervisión en la empresa es exhaustiva | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26 | Los trabajadores se interrelacionan naturalmente entre ellos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 27 | Me siento contento con el salario que recibo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 28 | Las condiciones físicas en el trabajo son adecuadas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 29 | La empresa tiene en cuenta la seguridad y salud ocupacional para los trabajadores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |