



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LOS FACTORES RELEVANTES
DE LA MOTIVACIÓN PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, DEL SECTOR
SERVICIOS, RUBRO ACTIVIDAD DE RESTAURANTES Y
DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS (RESTAURANTES) EN
LA CIUDAD DE HUARAZ, 2019**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTORA

HUAYANAY MARTEL, ROSIO MILAGROS

ORCID: 0000-0002-5513-6920

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Huayanay Martel, Rosio Milagros

ORCID: 0000-0002-5513-6920

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda
Presidenta

Limo Vásquez, Miguel Ángel
Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César
Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarias
Asesor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a nuestro Dios, por haberme dado la vida, guiando mis pasos, cuidándome y protegiéndome, a pesar de los tropiezos, siempre dándome fuerzas, ánimos para seguir adelante y luchar por mis sueños y mis objetivos.

En segundo lugar, agradezco a mis padres, por haberme apoyado en todo momento y estar ahí conmigo dándome mejores consejos, enseñándome buenos valores y lo más importantes la humildad, el respeto hacia las demás personas así mismo por orientarme, motivarme para ser una gran profesional.

En tercer lugar, a la universidad católica Los Ángeles de Chimbote- Huaraz por ser parte de mi durante todo este tiempo y dándome mejor enseñanza para ser una buena profesional, brindándome a los mejores docentes especializados para que formen parte de mi proceso de formación.

DEDICATORIA

El presente trabajo especialmente está dedicado a mi hija por ser mi motor y una bendición que llego a vida dándome alegrías y fuerzas para lograr mis objetivos y salir adelante, sobre todo para poder lograr lo que he realizado hasta ahora por que su llegada a sido mi fortaleza y mi motivo.

En segundo lugar, dedico a todos los empresarios del distrito de Huaraz rubro restaurantes, ya que atreves de la investigación se pudo obtener mejores resultados que se encuentran plasmadas en el trabajo donde se podrán obtener mucha información.

En segundo, dedico a los futuros profesionales que gracias a la investigación realizada y obtener mejores resultados les servirá para poder realizar sus antecedentes y poder realizar su trabajo.

RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación tuvo como objetivo general describir los factores relevantes de la motivación en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz 2019, la metodología utilizada en esta investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, y diseño no experimental - transversal, la población en estudio se constituye de 465 representantes de las MYPES, la cual se calculó como muestra a 210 representantes de las MYPES, la técnica fue la encuesta con su instrumento el cuestionario de 20 preguntas. Los resultados que se obtuvieron fue que el 46.1% de los representantes tienen la edad de 31 a 40 años, el 53.80% en cuanto al cargo que desempeñan son dueños, el 73% el tiempo que desempeña en la empresa es de 5 a 6 años, el 69.9% siempre implementan y desarrollan actividades, el 81.40% siempre planifican soluciones para los problemas de su empresa, el 55.7% casi siempre se implementa herramientas de mejora en las empresas, el 81.50% motivan constantemente a sus colaboradores, el 84.9% casi siempre realizan reuniones y orientan sobre el impulso que presentan sus empleados. Se concluyó que los gerentes del rubro restaurantes de la ciudad de Huaraz motivan a sus colaboradores la cual es importante para toda empresa, ya que tener empleados motivados ayudara para un mejor rendimiento y desempeño en el negocio, asimismo ofrecer a los comensales productos y servicios de buena calidad.

Palabras clave: comensales, desempeño, gestión de calidad, motivación, mypes

ABSTRACT

The following research work had as a general objective to describe the relevant factors of motivation in the improvement of quality management in micro and small companies in the field of restaurant activity and mobile food service (restaurants) in the city of Huaraz 2019, The methodology used in this research was quantitative, descriptive level, and non-experimental - cross-sectional design, the study population consists of 465 representatives of the MYPES, which was calculated as a sample of 210 representatives of the MYPES, the technique was the survey with its instrument the questionnaire of 20 questions. The results obtained were that 46.1% of the representatives are between 31 and 40 years old, 53.80% in terms of the position they hold are owners, 73% the time they work in the company is 5 to 6 years , 69.9% always implement and develop activities, 81.40% always plan solutions for problems in their company, 55.7% almost always implement improvement tools in companies, 81.50% constantly motivate their collaborators, 84.9% almost they always hold meetings and guide on the impulse that their employees present. It was concluded that the managers of the restaurant business in the city of Huaraz motivate their collaborators, which is important for every company, since having motivated employees will help for better performance and performance in the business, as well as offering diners products and services of good quality.

Keywords: diners, performance, quality management, motivation, mypes

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de Jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstrac.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	8
III. Hipótesis.....	27
IV. Metodología.....	28
4.1. Diseño de la investigación:.....	28
4.2. Población y muestra.....	28
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores:.....	30
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
4.5. Plan de análisis.....	34
4.6. Matriz de consistencia.....	35
4.7 Principios éticos.....	36
V. Resultados.....	39
5.1 Resultados:.....	39
5.2 Análisis de Resultados.....	43
VI. Conclusiones.....	53
Aspectos complementarios:.....	54
Referencias bibliográficas:.....	56
Anexos.....	60

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes	39
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes.....	40
Tabla 3. Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes.....	41
Tabla 4. Características de los factores relevantes de la motivación en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes	42

Figuras

<i>Figura 1.</i> Edad del representante	73
<i>Figura 2.</i> Género del representante	73
<i>Figura 3.</i> Grado de instrucción	74
<i>Figura 4.</i> Cargo que desempeña	74
<i>Figura 5.</i> Tiempo que se desempeña en el cargo	75
<i>Figura 6.</i> Tiempo de permanencia en el rubro	75
<i>Figura 7.</i> Números de trabajadores	76
<i>Figura 8.</i> Constitución de la Empresa	76
<i>Figura 9.</i> Personas que trabajan en su empresa.....	77
<i>Figura 10.</i> Objetivos de creación	77
<i>Figura 11.</i> Planificación de soluciones para los problemas de su empresa.....	78
<i>Figura 12.</i> Implementación y desarrolla las actividades de su empresa.	78
<i>Figura 13.</i> Verificación de los logros obtenidos.	79
<i>Figura 14.</i> Realización de comprobación de los resultados.	79
<i>Figura 15.</i> Implementación de herramientas de mejora en su empresa.	80
<i>Figura 16.</i> Identificación si los empleados se sienten satisfechos en su entorno.....	80
<i>Figura 17.</i> Identificación si los empleados tienen deseos de mejorar.	81
<i>Figura 18.</i> Motivación de los empleados en su empresa.....	81
<i>Figura 19.</i> Identificación de las necesidades de sus empleados.....	82
<i>Figura 20.</i> Realizar reuniones y orientar sobre el impulso que presentan sus empleados	82

I. Introducción.

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) es sector muy importante en la economía de un país, ya que las microempresas representan un 95.9% del total de los establecimientos. Asimismo, podemos mencionar que muchos de este sector cuentan con dificultades respecto al proceso de gestión de calidad ya sea en sus productos o servicios, es por ello que algunas llegan a desaparecer del mercado, por tener una mala gestión en sus empresas.

A nivel internacional en las micro y pequeñas empresas (MYPES), existen un gran problema en atención al cliente, muchas de las personas extranjeras tienen diferentes formas de realizar sus actividades adecuadamente siendo el 43%, en México en la parte administrativa no consideran la relación con los clientes, por otra lado también se visualiza que no conocen las actividades que pueden ser factibles para desarrollar estrategias de atención, por ello muchos gerentes cometen graves errores en identificar sus estrategias, las cuales se tiene que mejorar y buscar soluciones para no llevar a la empresa al fracaso (Avolio y Mesones, 2015).

Mientras en España, la importancia que se da en la gestión de las PYMES según estudios realizados existe una cifra de fracaso de los emprendedores. Una persona que tiene un proyecto empresarial si desea invertir lleva demasiado tiempo, pero es importante resaltar que las ideas que tienen son magníficas y tienen un buen nivel de ventas, la problemática que se puede observar no consigue superar el umbral de los tres años de actividad y cierran antes de esa fecha esto debido por la falta de atención que presta la gestión (Sage Experience, 2016).

También es importante mencionar al país de Argentina donde solo un tercio de las pequeñas y medianas empresas sobreviven dentro del mercado entre 3 años, pero después de ser fundada no llegan ni al quinto año. Este porcentaje varía según estudios o fuentes reales, demostrando que es una mala noticia para todos los emprendedores que quieren iniciar su negocio propio. Hoy en día en Argentina existen alrededor de 1.7000.00 pequeñas y medianas empresas, la cual el 86% son conducidos por familias donde ellos arriesgan tiempo, energía y los bienes del grupo, generando como consecuencias financieras llevando al fracaso. La buena noticia es que se puede controlar las causas más frecuentes de sus fallas y prevenirlas aumentando la probabilidad de tener éxito (Berenstein, 2013).

En relación con las implicaciones que se pueden dar en el Perú la situación que se da es similar a lo que está sucediendo a nivel internacional como ejemplo es el país de España por una mala gestión en sus empresas y esto siempre va suceder cuando va existir información empresarial que tienen los emprendedores.

En el Perú las micro y pequeñas empresas (MYPES) tienen un papel importante, el terreno donde se desarrollan es muy frágil, puesto que se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial. Estas empresas confrontan distintos retos y restricciones para su incremento, progresión y circunstancia que genera intranquilidad, ya que es de suma importancia; cabe resaltar que las empresas son el sostén productivo de un país y que la disminución o baja en su productividad podría afectar de manera muy significativa la situación económica del mismo (Tello, 2014).

Así mismo el 99.8% son micro y pequeñas empresas (MYPES) de las cuales el 40 % solo obtienen ventas totales, por lo que se tiene que mejorar en su competitividad y

productividad, las empresas están propensos a caer en el fracaso, ya que solo ven las ventas, las ganancias que generan en su negocio pero no ven la calidad de los productos que usan para preparar los alimentos y la atención al cliente que es lo básico para los comensales, en tal sentido; la empresa tiene que esmerarse en brindar la mejor atención para satisfacer las necesidades de los clientes, así ver que los comensales se sientan satisfechos tanto en la calidad alimenticio y en la atención respectiva (Rosario, Ochoa y Lanzara, 2018).

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) en otros países cuentan con el 9% la cual es una de las principales fuentes de generar empleo, originando competitividad mediante la Organización Internacional del Trabajo (OIT), las empresas que obtienen mayor empleo a nivel nacional brindan oportunidades de trabajo para la población, ya que el 75% beneficia económicamente a los empleados, en cuanto a las empresas del rubro restaurantes son los que más empleos generan a nivel nacional para brindar sus servicios a los clientes, por ello sería recomendable que las organizaciones conozcan bien la logística, la cual sería de gran ayuda para implementar en sus negocios y ser más competitivos en este rubro, haciendo uso de nuevos métodos de calidad para mejorar las deficiencias y fallas que existen en la empresa (Organización Internacional del trabajo , 2015).

La calidad se ha convertido en un aspecto indispensable en las organizaciones, especialmente en las empresas de servicio, para poder ocupar un lugar en el mercado y tener una ventaja competitiva, la cual es necesario que las organizaciones ofrecen productos de calidad ya sean bienes o servicios, considerando que hoy en día los consumidores son más exigentes en este aspecto, por ello es necesario conocer y cubrir

sus expectativas y saber qué es lo que desean y cuál es el nivel de calidad que se les debe ofrecer. Ante esta inquietud impulso a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, por medio de su carrera de administración, analizar el entorno en la cual enmarcara la siguiente investigación con el tema de la motivación en el rubro restaurantes en la ciudad de Huaraz.

En la ciudad de Huaraz el establecimiento del rubro restaurantes, es un componente fundamental que tiene interés en la gestión de calidad a través de la motivación, ya que sustenta el desarrollo económico dentro de la actividad, reforzando la motivación de los empleados para mejorar en su desempeño. Asimismo, los clientes no solo buscan un lugar adecuado para comer si no también buscan un lugar donde existe un buen trato y la mejor atención de parte de los empleados de este rubro, las cuales no lo realizan; esto sucede en casi todos los restaurantes por falta de motivación en los empleados, ya que toda empresa debe contar con personal capacitado de acuerdo a las necesidades actuales del mercado. Los empresarios tienen una gama de tareas donde una de ellas es hacer sentir satisfecho a los clientes, brindándoles producto de calidad.

Respecto a lo expresado, la problemática de la investigación es el siguiente. ¿Cuáles son las principales características de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019?

Para dar respuesta se establece el siguiente objetivo general: Determinar las características de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en

las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019.

En consecuencia y para lograr el objetivo general se han planteado los objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019; Especificar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019; Determinar las características la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019; Identificar las características de los factores relevantes de la motivación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019.

El presente trabajo se justifica por que permitió describir los factores relevantes de la motivación en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, ya que los representantes deben brindar mayor tiempo de ofrecer los mejores platos a sus clientes, con la mejor atención, conociendo poco a poco sus gustos, necesidades y su bienestar de los clientes, utilizando productos de calidad y generando más clientela en sus negocios positivamente, esto permitirá a los representantes de las empresas aplicar la motivación como herramienta de gestión de calidad para ser competitivos y tener éxito en el mercado (Ramos, 2015).

Asimismo, todo cliente tiene una opción donde poder consumir de acuerdo a la atención y productos de calidad que ofrece el negocio, es por ello que sería necesario que los representantes de los restaurantes se mantengan motivados como también los colaboradores, para lograr un mejor desempeño y brindar un servicio de calidad hacia los clientes, por otra parte todo representante tiene que tener la capacidad y confianza en uno mismo para poder coordinar y motivar a su equipo de trabajo (Torres, 2018).

Los representantes de las empresas deben tomar conciencia lo que sucede en su negocio, ya que es importante utilizar productos de calidad y brindar la mejor atención al cliente, no solo deben pensar en vender sino también en satisfacer las necesidades para no perder la fama del negocio, por ello es importante que los gerentes entren en una reflexión para mejorar el nivel de desempeño, responsabilidad y compromiso, con el fin de optimizar la calidad de los servicios que ofrecen para obtener mejores resultados en la empresa (Turienzo, 2016).

Respecto a la metodología que se desarrolló el diseño de la investigación fue de carácter no experimental - transversal, ya que los datos fueron obtenidos a través de la aplicación de encuestas, que permitió procesar los datos recopilados mediante el campo de la estadística, fue cuantitativo, porque la recolección de datos fueron numéricos y exactos, asimismo fue descriptivo, porque se van a describir las principales características de la variable, ya que no se desarrollaran las actividades que alteran o modifican la realidad. Respecto a la determinación de la muestra se utilizo datos proporcionales por la minicipalidad de huaráz, por lo que se identificó 465 restaurantes donde se tomo como tamaño de muestra a 210 MYPES en la ciudad de huaraz. Para los datos recopilados mediante el instrumento mencionado serán

ingresados al programa del SPSS 25 para realizar el procesamiento de datos (Hernandez, Fernandez y Baptista, 2014).

Entre los principales resultados se pudo notar que el 46.1% de los representantes tienen una edad de 31 a 40 años, el 63.8% son género masculino, el 54.8% tienen grado de instrucción superior universitario, el 53.8% son dueños, el 73.3% el tiempo que desempeña el cargo es de 5 a 6 años. En referente a las micro y pequeñas empresas el 73.3% tiempo de permanencia es de 3 a 4 años, el 53.8% tienen de 1 a 5 trabajadores el 63.8% objetivo de la creación fue tener subsistencia. Y en referente a la gestión de calidad el 81.4% siempre planifican soluciones para los problemas de su empresa, el 69.6% siempre implementan, desarrollan actividades y por último el 55.7% casi siempre se implementa herramientas de mejora en las empresas.

Referente a la motivación el 81.5% a veces identifican que los empleados se sienten satisfechos, el 69.7% a veces identifican de los empleados tienen deseos de mejorar, el 81.5% si motivan a sus empleados, el 60.5% siempre identifican las necesidades de sus empleados y por último el 84.9% casi siempre realizan reuniones y orientan el impulso que presentan los colaboradores.

La principal conclusión que se obtuvo después de los resultados caracterización de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro actividad de restaurantes y servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019. La mayoría de encuestados consideran que la motivación mejora el rendimiento de su empresa, y si bien no hacen uso de este es por desconocimiento o desinterés.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes:

Internacionales

Calderón (2017) en su tesis titulada *Motivación y satisfacción laboral en la empresa Joe Banana de la ciudad de la paz, 2017 (Bolivia)*. Tuvo como objetivo general: determinar la relación entre la motivación y la satisfacción laboral, se utilizó una metodología de tipo descriptivo, diseño no experimental – transversal, tuvo una población muestral de 50 personas a quienes se les aplicó una encuesta de 18 preguntas. Los resultados obtenidos son los siguientes: el 39.8% la motivación es regular, el 30.5% los gerentes realizan incentivos a sus colaboradores, el 46% se sienten satisfechos porque existe un ambiente favorable y por último el 40.3% se capacitan sobre los temas de motivación. Dentro de las principales conclusiones se puede observar que los representantes de las MYPES no ayudan a sus colaboradores para un mejor desempeño en la empresa, ya que los representantes son la guía de sus colaboradores las cuales tienen que capacitar y orientarlos así ellos podrán brindar las necesidades de los clientes.

Sum (2015) en su tesis titulada *Motivación y desempeño laboral a empresas de alimentos de la zona 1 en Quetzaltenango, 2015*. Tuvo como objetivo general establecer la influencia de la motivación en el desempeño laboral del personal administrativo en la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango, la metodología que aplicó fue descriptivo, así mismo para la recolección de datos fue aplicado el cuestionario al personal administrativo a una población de 34 personas de la zona 1 de Quetzaltenango. Los resultados obtenidos son los

siguientes: el 55% están siempre motivados, el 53% participan en capacitaciones, el 79.6% siempre reciben incentivos, el 85% s total mente de acuerdo en sus puestos de trabajo, el 70% siempre están de acuerdo que el desempeño laboral es bueno. Dentro de las principales conclusiones se pudo observar que la motivación es de mucha importancia en las empresas la cual ayudara a describir la conducta de los colaboradores en el trabajo, ya que el ser humano necesita de diferentes formas para que tengan un buen rendimiento y llegue alcanzar sus objetivos y metas.

Nacionales

Cordova (2018) en su tesis titulado *Caracterización de la capacitación y desempeño laboral en las MYPES de servicio rubro restaurantes, distrito de chulucanas, 2018*. El estudio tuvo como objetivo general: determinar las características de la capacitación y desempeño laboral de las MYPES rubro restaurantes, utilizó una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal y conto con una poblacion muestral de 20 trabajadores. Los resultados obtenidos son los siguientes: el 100% de los representantes si realizan soluciones de los problemas en la empresa, el 62% casi siempre implementan herramientas de mejora. Por lo tanto, se llegó a la conclusión que la mayor parte de los colaboradores brindan soluciones en las empresas y manifiestan recibir capacitación y orientaciones para mejorar el impulso que tienen los colaboradores.

Vilchez (2016) en su tesis titulado *Motivación y su influencia en el rendimiento laboral del personal de ventas en la empresa megacentro boutique zoili en el*

distrito de Chepén, 2016. Tuvo como objetivo general: desarrollar el propósito de demostrar, cual es la influencia de la motivación en el rendimiento laboral, la metodología que se utilizó fue de tipo descriptivo, donde el instrumento fue la encuesta que se aplicó a 10 colaboradores. Los resultados obtenidos son los siguientes: el 30% de los representantes tienen la edad entre 28 a 32 años, el 100% de los representantes son de género femenino, el 40 % laboran en la empresa de 5 a 6 años, el 55% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores, el 63% de los representantes son dueños, el 40% está de acuerdo en que la empresa motiva constantemente a sus colaboradores, el 60% consideran que su jefe inmediato se preocupa por mantenerlos motivado, el 55 % muy pocas veces motivan a sus colaboradores con incentivos económicos, el 66% indicaron que muy pocas veces desarrollan sus actividades. Por lo tanto, se llegó a la conclusión que la motivación incide generalmente en el desempeño laboral, a través de los factores que influyen en la motivación de los colaboradores que obtendrán un mayor rendimiento laboral.

Arango (2018) en su tesis titulado *Motivación y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores sector servicios-rubro pollerías, 2018* . La autora propuso como objetivo general: determinar la influencia de la motivación en el desempeño laboral de los colaboradores, la metodología que se utilizó fue de enfoque cuantitativa, tipo descriptiva y diseño no experimental, utilizando como instrumento la encuesta dirigido a 102 colaboradores. Obteniéndose los siguientes resultados: el 60 % promueven a la evaluación de mejores resultados, el 40% no brindan el programa de incentivos y no reconocen los logros obtenidos. Por lo tanto, se llegó a la conclusión que los representantes de las MYPES demuestran

que las condiciones influyen basicamente al desempeño de los colaboradores para lograr y mejorar con los objetivos propuestos.

Hurtado (2019) en su tesis titulado *Propuesta de mejora de la motivación laboral como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la calle derecha cuadra 1 a 9 del distrito de huaral, 2018*. Tuvo como objetivo general proponer las mejoras sobre la motivación laboral como factor relevante para la gestión de calidad en las MYPES, utilizó una metodología con enfoque cuantitativo, tipo descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, contó con 34 MYPES a quienes se le aplicó un cuestionario de 24 preguntas. Los resultados obtenidos fue que el 73% tienen la edad de 31 a 40 años, respecto al genero el 60 % son femeninos, el 73% de los representantes son dueños de la empresa, el 65% indican que el tiempo que desempeña es de 4 a 6 años, el 50 % señalan que el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro es de 4 a 6 años, el 56% cuentan con 2 trabajadores, el 62% de la MYPES cuentan como trabajos de personas no familiares, respecto al objetivo de creación el 100% generan ganancias, el 35 % de los representantes son personas naturales, el 53 % de los representantes muy pocas veces evalúan los resultados periodicamente, el 65 % de los representante detectan los errores y proponen mejoras para la empresa, el 60% señalan que muy pocas veces implementan tecnicas de mejora continua el 83% de los representantes indicaron que observan las nesesidades de sus colaboradores. Concluyendo con esta investiagción infiere que los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen capacidad de laborar, ya que muy pocas veces ofrecen incentivos a sus colaboradores en base de sus resultados.

Barrera (2018) en su tesis titulado *Caracterización de la gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas sector servicios rubro restaurantes del distrito de ferreñate, año 2018*. Tuvo como objetivo determinar las características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector servicios rubro restaurantes, utilizó una metodología de tipo descriptivo, enfoque cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal, contó con una población finita de 20 gerentes donde se aplicó 17 preguntas. Los resultados obtenidos son los siguientes: el 60 % son de sexo femenino, el 50% tienen de 31 a 50 años de edad, el 50 % de los representantes son dueños de la empresa, el 60 % son de superior universitario, el 80 % de los representantes de las MYPES capacitan y orientan a los colaboradores para mejorar la calidad en la atención al cliente. Dentro de las principales conclusiones se pudo observar que los representantes de las MYPES capacitan a sus colaboradores para mejorar el desempeño laboral en la empresa y la gestión de calidad.

Goicochea (2016) en su tesis titulado *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de villa maría del triunfo, provincia de lima, departamento de lima, 2016*, tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes, la metodología que utilizó para su investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental - transversal, contó con una población muestral de 10 MYPES en el rubro restaurantes, aplicándoles un cuestionario de 20 interrogantes. Los resultados obtenidos son los siguientes: el 80% de los representantes tiene la edad

de 31 a 50 años, el 70 % son de género masculino, el 40% de los representantes cuentan el grado de instrucción nivel secundaria, el 80% de los representantes tienen el cargo como dueño, el 60% de las micro y pequeñas empresas cuentan de 1 a 4 trabajadores, el 80 % de las representantes realizan capacitaciones a los trabajadores, el 46 % de los representantes tienen poca iniciativa de verificar. Por lo tanto, se llegó a la conclusión que los representantes de las micro y pequeñas empresas son mayores de 31 años las cuales tienen conocimiento de poder operar este rubro, brindando un servicio de calidad para satisfacer al cliente.

Locales

Luna (2016) en su tesis titulado *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios rubro restaurantes en el distrito nuevo chimbote, 2013*. Tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios rubro restaurantes, utilizó una metodología de diseño no experimental-transversal, nivel descriptivo y tipo cuantitativo, tuvo una muestra dirigida a 23 MYPES utilizando como instrumento la encuesta. Se obtuvo como resultados: que el 60.9% de los representantes son de género masculino, el 52.2% tienen una edad de 18 a 30 años, el 47.8% tienen un grado de instrucción de estudios universitarios, un 30% tienen 1 año laborando en la empresa, el 65,2% del tiempo de permanencia en la empresa es de 1 a 5 años, el 60% de las micro y pequeñas empresas tiene como objetivo de creación la subsistencia, el 50% son trabajadores familiares, el 56.5% de los representantes motivan a sus colaboradores, el 78,3% indican que si realizan capacitaciones y orientaciones, el 40% de los representantes resuelven problemas en la empresa. Por lo tanto, se llegó a la

conclusión que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes se pudo observar que la mayoría son del género masculino y tienen la edad de 18 a 30 años respectivamente, ya que los representantes si realizan orientaciones a sus colaboradores.

Barrientos (2018) en su tesis titulado *Caracterización del liderazgo y la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes en la ciudad de Chimbote, 2018*. Tuvo como objetivo general: describir las principales características del liderazgo y la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, la metodología que utilizó fue de nivel descriptivo, tipo cuantitativo y diseño no experimental - transversal, se tomo una muestra de 20 MYPES a quienes se les aplico una encuesta. Se obtuvo como resultados que el 60 % de los representantes son de género masculino, el 50% tienen una edad de 41 a 50 años, el 47.8% tienen un grado de instrucción de estudios universitarios, un 30% tienen 1 año laborando en la empresa, el 40% del tiempo de permanencia en la empresa es de 1 a 3 años, el 60 % de las micro y pequeñas empresas tiene como objetivo de creación la subsistencia, el 56.5 % de los representantes motivan a sus colaboradores, el 20% no realizan actividades en la empresa, el 78,3 % indican que si realizan capacitaciones y orientaciones, el 40% de los representantes resuelven problemas en la empresa. Por lo tanto, se llegó a la conclusión que las características entre el liderazgo y la motivación laboral deben estar de acuerdo a la percepción de los representantes de las MYPES, para ello deben realizar sus actividades con responsabilidad, disciplina, compromiso y calidad en un ambiente sin conflictos.

2.2. Bases teóricas de la de investigación

Micro y pequeñas empresas:

Congreso de la republica del Perú (2003) establece que las MYPES son organizaciones empresariales constituidas por una persona jurídica o natural, que desarrollan actividades a través de bienes y prestación de servicios, ya que se conduce hacia el propietario como una persona individual. Las micro y pequeñas empresas en el Perú son componentes muy importantes de nuestra economía a nivel nacional, ya que las empresas brindan empleo al 80 % de la población económica que genera cerca del 40% del producto bruto interno (PBI) abarcando varios aspectos importantes de la economía del país, que contribuyen a la generación de empleo, para los sectores económicos del país representando el 96.5% de las empresas existentes en el Perú, empleando a más de 8 millones de peruanos. Con respecto al 2016 el Perú ha aumentado el número de empresas generando grandes obstáculos del sector llegando a un 80%, ya que las pequeñas empresas que realizan la exportación han caído en 4.2% y las micro empresas en 1.5%.

En el Perú existen diversas empresas que se encuentran en desarrollo al margen de la formalidad legal tributaria por motivo que se trata de fomentar el apoyo de diferentes empresas para poder lograr y obtener el desarrollo sostenido, estas empresas a los que nos referimos son las MYPES, ya que puedan contribuir al crecimiento económico y la generación del empleo de nuestro país (Congreso de la Republica del Peru, 2003).

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas

La micro y pequeñas empresas (MYPES) son de vital importancia para la economía del país, la cual genera una labor emprendedora para evaluar los beneficios de la formalización, es por ello que según el Ministerio de Trabajo y Promoción de empleo indica que en el Perú las MYPES aportan aproximadamente el 40% al PBI, y de la misma manera con un 80% de oferta laboral, sin contar con el autoempleo, por ello se puede observar que el desarrollo de las empresas se encuentran estancados, esto sucede básicamente por la falta de un sistema tributaria estable que va permitir superar problemas de formalidad de dichas empresas. Asimismo se puede identificar que el 83% son empresas informales la cual no se encuentran registrados en la SUNARP como personas jurídicas y el 17% como empresas formales y registrado (Sánchez, 2020) .

Rubro Restaurantes:

El rubro restaurantes tuvo un incremento satisfecho por parte de los comensales, las cuales se registró con un crecimiento de 21,56% generando una mayor demanda en los establecimientos de pollerías, restaurantes, comidas rápidas y cevicherías debido a la asistencia de los consumidores respecto a los diferentes actividades como organización de eventos, celebración por navidad y año nuevo, por otra parte, también se puede identificar el incremento del negocio de chifas y restaurantes turísticos la cual es considerado como un sector muy variado y esencial del país. Las MYPES que prestan servicios de restaurantes son establecimientos donde ofrecen todo tipo de comidas, que brindan al público en general con la mejor calidad y atención al cliente por parte de los empleados para ser consumidas por los comensales, tener un restaurante con una temática definida te permitirá formar una popularidad entre los consumidores del tipo de comida

que ofrece, y lo más importante decir que tipo de cocineros contratar respecto al que necesita tu negocio para brindar mejores platillos y satisfacer la necesidad de los consumidores.

Gestión de calidad:

Definición

La gestión de calidad es un término que usualmente se emplea y son necesarias para proporcionar una relativa confianza, la cual va poseer un producto o servicio obtenido en un sistema de producción que satisface las necesidades del cliente y se basa en el principio de la mejora continua. Asimismo, la gestión de calidad es el que da lugar y gestiona los procesos en cualquier empresa, obteniendo el máximo provecho y ventajas de competitividad (Cuatrecasas y Gonzales, 2017).

Gonzales (2015) considera que la gestión de calidad consiste en diseñar procesos controlables y capacitar a las personas para que tengan la posibilidad de alcanzar sus objetivos y los resultados planificados. Ya que también es la acción de administrar los recursos de una organización público o privada con la finalidad de lograr sus objetivos de toda la entidad.

Las empresas se encuentran en un mundo competitivo y ni que decir los cambios constantes que se genera dentro de la organización, la mejora y la calidad es de vital importancia para la supervivencia de todas las empresas, es por ello que la calidad va dejar de representar un coste y se convertirá en una gestión que permitirá el aumento de beneficios, como también la reducción del coste. La correcta gestión de los aspectos relacionados hacia la calidad influye la planificación, diseño y desarrollo de productos y procesos dentro de la empresa

generando la gestión de los recursos humanos para la calidad, ya que la gestión va depender de los productos, procesos de una empresa y la satisfacción total de los+ clientes para generar un buen desarrollo dentro de una empresa (Cortés, 2015)

Ciclo de Deming

Es necesidad de toda empresa plantear y gestionar las actividades y los recursos a desarrollar con la finalidad de obtener buenos resultados utilizando estrategias, herramientas y metodología para la identificación y solución de los problemas que suceden dentro de la empresa para lograr la mejora continua, como también los procesos de gestión que se encuentran dentro de un entorno competitivo, es por ello que se tiene que realizar ventas de los productos y servicios ofreciendo a bajos precios para la satisfacción de los clientes. El ciclo Deming conocido también como ciclo PDCA nos ayuda a implementar herramientas para llevar acabo la mejora continua y lograr de forma sistemática la solución de los problemas (Cuatrecasas y Gonzales, 2017).

El ciclo PDCA está compuesto básicamente por 4 etapas para formar un ciclo de forma continua, mencionada por Deming (1989).

- Planificar (Plan): En esta etapa lo primero que se debe identificar es analizar los problemas y las actividades, conociendo la situación de la empresa por medio de la recopilación de datos a través de instrumentos para obtener información necesaria, así poder establecer los objetivos que se quiere alcanzar y la elección de los métodos adecuados para lograrlo.
- Realizar (Do): En esta etapa consiste en analizar todos los trabajos y actividades planeadas para llevar acabo el plan de acción que es considerado

para realizar cambios en una escala muestral para obtener resultados y elaborar mejoras.

- Comprobar (Check): En esta etapa se verifica los resultados y se controlan los efectos, una vez desarrollado la mejora se realiza la comprobación de los logros obtenidos de acuerdo a las metas y objetivos, para planificar y tratar de mejorarlo.
- Actuar (Act): Documentar los cambios obtenidos y realizarlos de manera organizada, describiendo lo realizado de como se ha desarrollado para formalizar los cambios de mejora de una forma generalizada de acuerdo a los procesos y actividades.

Principios de la gestión de calidad

Según Sánchez (2017) menciona siete principios muy importantes de la gestión de calidad para que toda organización pueda llevar a cabo una mejora en el desempeño las cuales se detallará de la siguiente manera:

- Enfoque al cliente: Toda organización va depender mucho de sus clientes por lo tanto es importante comprender básicamente las necesidades actuales y futuras de los clientes ofreciendo productos y servicios de calidad.
- Liderazgo: Consiste que un líder básicamente tiene que establecer el propósito y la orientación de la empresa, creando y manteniendo un ambiente agradable internamente para que los colaboradores se desempeñan mejor y logran con sus objetivos de la organización.
- Participación del personal: Consiste en que todo colaborador es la esencia de una organización, mayormente el compromiso son sus habilidades que demuestra ofreciendo un excelente servicio de calidad.

- Enfoque basado en procesos: Un resultado deseado se alcanza básicamente siendo eficiente cuando las actividades y los recursos son gestionadas como un proceso.
- Mejora continua: El desempeño de los colaboradores también es un punto importante para la mejora continua de la organización, la cual es un objetivo permanente, brindar productos y servicios de calidad.
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones: Son decisiones eficaces basadas en el análisis de los datos e información.
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Se refiere que toda organización obtenga una relación mutuamente beneficiosa aumentando la capacidad de ambos para crear valor.

Motivación:

Definición

Burchrad (2015) indica que hoy en día la motivación es un aspecto emocional que genera hacia una persona como consecuencia de la influencia para ejercer determinados motivos en su comportamiento, existen muchas formas y técnicas para promover la motivación en el vínculo de las personas y de la organización, es por ello que la motivación debe influir en las empresas para mantener el estímulo positivo de sus empleados, para que se sientan motivados y realizan bien sus actividades.

El concepto de la motivación constituye en el éxito de toda empresa para generar que sus empleados sienten y son capaces de lograr lo que ellos se proponen, para la empresa o cualquier negocio, ya que es un compromiso tener empleados motivados, comprometidos y con ganas de trabajar.

La motivación es lo que impulsa a cada individuo a alcanzar determinadas metas, individual o colectivamente, ya que es una fuerza interna que consigue que cada persona se mueva para cumplir una serie de objetivos, lo que tendrá como consecuencia el alcance de la satisfacción (Medina, 2018).

Tracy (2016) manifiesta que la motivación es uno de los aspectos más importantes que se relaciona más estrechamente con el desarrollo del ser humano, la cual hace referencia a la capacidad que tienen las empresas comprometiéndose que los empleados se encuentren satisfechos dentro de la empresa. Sin duda la motivación a lo largo de la historia es un aspecto que no debe faltar en las empresas y mucho menos en los empleados, porque tener empleados motivados ayudara fácilmente a las empresas a alcanzar sus objetivos, como también mantener un ambiente agradable y proactivo.

López (2015) menciona que la motivación es lo adecuado para aplicarlo en toda empresa, ya que obtendremos un mejor desempeño, productividad, creatividad y lo más importante el compromiso de los colaboradores, por ende; para toda empresa el principal fin es lograr que sus colaboradoras se sienten motivados y satisfechos en el ámbito laboral, así poder ofrecer un mejor servicio y calidad a los clientes.

Motivación mediante la fijación de objetivos

Es una teoría con una sólida reputación en cuanto a la motivación de los empleados y la mejora de su rendimiento.

La fijación de objetivos mejora los resultados, la cual se dan dos maneras dentro de las organizaciones la primera es la motivación a los empleados a tener éxito y la

segunda es aclarar la percepción de las funciones para que los empleados sepan dónde dirigir sus esfuerzos (Tracy, 2016).

En primer lugar, es importante mencionar que para fijar objetivos no es simplemente decirles a los empleados “que den lo mejor de sí”, sino fijar seis condiciones concretas: a) Establecer un objetivo concreto como aumentar las ventas un cinco por ciento en los próximos seis meses, b) Establecer objetivos que sean relevantes para el puesto de trabajo de la persona y estén dentro de su control, c) Fijar objetivos con los empleados para experimentar la autorrealización y alcanzarlos, d) Asegurarse que los empleados se sienten comprometidos para alcanzarlos, e) Permitir que los empleados participen en la fijación de objetivos cuando el compromiso de cumplirlo sea reducido sin esa participación, f) Proporcionar feedback relevante para fijar los objetivos.

La motivación y teorías

Según Arango (2018) se refiere a la búsqueda de los elementos que permitan conocer o conducir los esfuerzos de las personas hacia direcciones específicas siendo una constante, así como encontrar elementos que permitan canalizar el esfuerzo, la energía y la conducta de los colaboradores hacia el logro de los objetivos que buscan las organizaciones y los propios colaboradores, al respecto se han desarrollado distintos enfoques teóricos los que se abordan a continuación:

- Modelo mecanicista: En este modelo lo que se busca es que el dinero es un motivador universal, por lo tanto, los colaboradores canalizaran su energía hacia lo que la empresa quiere ante un incentivo económico de suficiente valor.

- Modelo conductista: Este modelo es la parte que toda conducta del individuo o de los colaboradores de una empresa, puede ser incentivada a los estímulos adecuados. Con la base en lo anterior mencionado de los modelos se desprenden las siguientes teorías:
 - Teorías de contenido: esta teoría es considerado de mucha importancia ya que permitirá motivar a los colaboradores.
 - Teorías de proceso: esta teoría es considerado un proceso de forma en que la persona puede llegarse a motivar.

Efectos de la motivación

Según Lopez (2015) afirma “Los efectos de la motivación son muy importantes, ya que cuando un empresario o directivo pretende generalizar acerca de la motivación tiene que saber qué tipo de efecto quiere alcanzar”.

- Efecto de activación: Define que la motivación induce a una persona a realizar una acción o comportamiento.
- Efecto de reforzamiento: La motivación induce a mantener un comportamiento o acción hacia una persona durante un cierto periodo de tiempo.
- Efecto de dirección: La motivación induce a que una persona actúa en determinación a una dirección u orientación.
- Efecto de fortalecimiento: Aquí se define que la motivación induce a la persona a incrementar el impulso de acuerdo a la acción o comportamiento.

Dimensiones:

Para Medina (2018) el ciclo motivacional son los siguientes:

- Homeóstasis: Es cuando una persona se siente bien consigo mismo, ya que se encuentra en un estado de equilibrio estable y se siente satisfecho con su entorno, por lo tanto, la persona no necesita ningún cambio de necesidad o motivación personal.
- Estímulos: Son los que permiten dirigirse a un lugar o a una meta en específico, el cual se convierte en una motivación permanente, pero los estímulos de las personas se pueden dar interno o externo, ya que el interno es aquel que genera la misma persona por medio de sus pensamientos, y el externo representa básicamente al entorno, como también pueden ser positivos o negativos, así que de ello dependerá el correcto logro de las metas.
- Necesidad: Es cuando cada individuo es propio de sus necesidades, ya que esto se enfoca mayormente en el ámbito económico de esta manera el organismo retorna a su estado de equilibrio, hasta que otro estímulo se presente. Toda satisfacción es básicamente una liberación de tensión que permite el retorno al equilibrio homeostático anterior.
- Estado de tensión: Produce un impulso que da lugar a un comportamiento o acción, esto se refiere que el individuo es impulsivo y siente que algo le falta y que desea cumplir sus objetivos para poder sentirse satisfecho en sí mismo y dentro de la organización, para ello el individuo tiene que estar motivado para que así no entra en un estado de tensión y así lograr sus objetivos.
- Satisfacción: Es la última fase del ciclo motivacional se refiere básicamente a la satisfacción que tiene cada individuo, cuando alcanza el objetivo planteado esto

hace que el individuo se siente satisfecho por sus objetivos logrados, ya que la persona vuelve a su estado de equilibrio normal tras satisfacer la necesidad.

2.3. Marco conceptual.

- Éxito: es el resultado satisfactorio que obtienen las empresas u organizaciones, que logran llegar a la meta propuesta, ya que todo negocio para cumplir con sus objetivos lo primordial es que exista trabajo en equipo, para un desempeño mejor y cumplir con las expectativas.
- Recompensas: es la compensación ofrecida por una persona que presta un servicio o haber realizado una tarea, mayormente se usa para referirnos a un incentivo que ofrece la empresa a los colaboradores.
- Comensales: se refieren a las personas que se dirigen a un restaurante para consumir, ya que son más exigentes en la preparación de los alimentos y la atención, para dirigirse constantemente al lugar donde encuentran los mejores platos a su necesidad.
- Satisfacción: se refiere en cumplir con las exigencias de los individuos, ofrecer productos y servicios de la mejor calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Clientes: son personas que utilizan los servicios o producto de una empresa, para ser consumidas, ya que para toda empresa es necesario brindar productos de calidad y con la mejor atención a los clientes para que se sientan satisfechos con la empresa.

- **Motivar:** consiste en proporcionar un motivo o razón hacia una persona, para que puedan tener un mejor desempeño durante su vida, ya que motivar es realizar determinadas acciones de una persona para que puedan tener estímulos positivos.
- **Calidad:** Es la capacidad de toda empresa que ofrece productos y servicios de la mejor calidad para satisfacer las necesidades de los clientes generando incremento en las ventas.

III. Hipótesis

El presente trabajo de investigación titulado: Caracterización de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro actividad de restaurantes y servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019. No se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue de carácter no experimental - transversal, ya que los datos fueron obtenidos a través de la aplicación de encuestas, que permitió procesar los datos recopilados mediante el campo de la estadística, asimismo fue cuantitativo, porque la recolección de datos fueron numéricos y exactos, fue descriptivo, porque se van a describir las principales características de la variable, ya que no se desarrollarán las actividades que alteran o modifican la realidad (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

4.2. Población y muestra

La población de la investigación estuvo constituido por los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro actividad de restaurantes y de servicios móvil de comidas (restaurantes). Para la determinación de la muestra se utilizó datos proporcionales de la municipalidad, por lo que se identificó 465 restaurantes obteniendo una muestra de 210 MYPES, ya que se calculó mediante la fórmula estadística (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Dónde se aplicó la siguiente fórmula para la muestra.

n = tamaño de la muestra.

$Z = 1.96$ valor de la distribución normal.

N = Población conformada por 465 MYPES en estudio.

$E = 5\%$ de error de tolerancia.

$p = 50\%$ de propietarios que practican la motivación con gestión de calidad

q = 50% de propietarios que no practican la motivación con gestión de calidad

Remplazando los valores:

Formula:

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

$$n = \frac{1.96^2 * (0.50) * (0.50) * 465}{(465 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 210$$

Por lo tanto, la muestra estará constituido por 210 micro y pequeñas empresas rubro actividad de restaurantes y de servicios móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, a quienes se les aplicó la encuesta.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores:

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala de medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Persona encargada de la administración planificación y organización de una empresa.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una serie de características como son edad, genero, grado de instrucción, cargo que desempeña y tiempo que desempeña del cargo van influir directa o indirectamente en las tomas de decisiones.	Edad del representante	18 a 30 años	Razón
				31 a 40 años	
				41 a 50 años	
				51 a más años	
			Género del representante	Masculino	Nominal
				Femenino	
			Grado de Instrucción	Sin educación	
				Educación básica	
				Superior no universitaria	
				Superior universitaria	
			Cargo que desempeña	Dueño	Nominal
				Administrador	
Tiempo que desempeña el cargo	0 a 2 años	Razón			
	3 a 4 años				
	5 a 6 años				
	7 a más años				

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala de medición
	Son las unidades de decisión que	La micro y pequeñas empresas son pequeños	Tiempo de permanencia en el rubro	0 a 2 años	Razón
				3 a 4 años	
				5 a 6 años	
				7 a más años	

Micro y pequeñas empresas	tienen un comportamiento económico, se encuentran a cargo de personas jurídicas o naturales.	negocios que poseen varios años de permanencia en el mercado y cuentan con trabajadores los cuales pueden tener un ingreso anual están formados como constitución, los cuales puede ser familias o no familiares cuyo objetivo es generar ganancias o subsistencia.	Número de Trabajadores	1 a 5 trabajadores	Razón
				6 a 10 trabajadores	
				11 a más trabajadores	
			Constitución de la empresa	Persona natural	Nominal
				E.I.R. L	
				S.R. L	
				S.A.C	
				S.A. A	
			Las personas que trabajan en su Empresa	Familiares	Nominal
				Personas no familiares	
			Objetivos de creación	Generar ganancias	Nominal
				Subsistencia	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala de medición
	La gestión de calidad va de la mano con todos los procedimientos	La gestión de calidad es importante ya que es la planificación de	Planificación de soluciones para los problemas de su empresa	Nunca	Nominal
				Casi nunca	
				A veces	
				Siempre	
				Casi siempre	

Gestión de calidad	que una organización realiza, fundamentando que la calidad permitirá satisfacer a los clientes plenamente y tener ventajas competitivas.	soluciones en las empresas es por ello la implementación y desarrollo de las actividades, verificación los resultados obtenidos y desarrollo de comprobación para lograr lo mencionado se debe aplicar la implementación de herramientas de mejora.	Implementación y desarrolla las actividades de su empresa	Nunca	Nominal	
				Casi nunca		
				A veces		
				Siempre		
			Casi siempre			
			Verificación de los logros obtenidos	Si		Nominal
				No		
				A veces		
			Realización de comprobación de los resultados	Nunca	Nominal	
				Casi nunca		
				A veces		
				Siempre		
			Implementación de herramientas de mejora en su empresa	Casi siempre	Nominal	
				Nunca		
				Casi nunca		
				A veces		
Siempre						
Casi siempre						

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala de medición
Los factores relevantes de la motivación	Es lo que impulsa a cada individuo para alcanzar determinadas metas y	La motivación es la identificación de los empleados que se sientan satisfechos donde ellos buscaran mejorar para	Identificación si los empleados se sienten satisfechos en su entorno	Nunca	Nominal
				Casi nunca	
				A veces	
				Siempre	
				Casi siempre	
			Identificación si los empleados tienen deseos de mejorar	Nunca	Nominal
				Casi nunca	
				A veces	
				Siempre	
				Casi siempre	

	alcanzar los objetivo.	lograr va influir la motivación así mismo las necesidades que tienen los empleados, también es importante que debe realizar reuniones y orientaciones.	Motivación de los empleados en su empresa	Si	Nominal		
				No			
				A veces			
			Identificación de las necesidades de sus empleados	Nunca		Nominal	
				Casi nunca			
				A veces			
				Siempre			
			Realizar reuniones y orientar sobre el impulso que presentan sus empleados	Casi siempre			Nominal
				Nunca			
				Casi nunca			
				A veces			
				Siempre			
			Casi siempre				

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó en esta investigación para la recolección de datos fue la encuesta, porque se recopilará información que será aplicada a cada uno de los representantes de las MYPES, el instrumento a utilizar será el cuestionario, ya que se realizará la formulación de las preguntas para realizar la encuesta a los representantes donde se podrá obtener los datos necesarios para realizar su rápido procedimiento y la tabulación.

4.5. Plan de análisis

Los datos obtenidos fueron mediante la aplicación de la técnica e instrumento a las micro y pequeñas empresas rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad Huaraz 2019, donde fueron ingresadas a los programas de cómputo como MS Word, MS Excel y sobre todo al programa estadístico del SPSS 25 para el procesamiento respectivo, generando la presentación de las tablas y gráficos.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología	Instrumento y procesamiento
<p>¿Cuáles son las principales características de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019?</p>	<p>Objetivo general: Determinar las características de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz 2019</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019 - Especificar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019 - Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019 - Identificar las características de los factores relevantes de la motivación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividad de restaurantes y de servicio móvil de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019 	<p>Los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad</p>	<p>Población: Estuvo conformado por 465 micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Huaraz.</p> <p>Muestra: Se aplicó la formula finita obteniendo una muestra de 210 micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes en la ciudad de Huaraz.</p>	<p>Diseño de la investigación: Para esta investigación el diseño a ejecutar fue no experimental- transversal. No experimental por que se estudio conforme a la realidad sin modificaciones, Fue transversal por que se estudio en un espacio de tiempo determinado.</p> <p>Fue descriptivo, porque se van a describir las principales características de la variable, ya que no se desarrollarán las actividades que alteran o modifican la realidad</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p>

4.7 Principios éticos

Según Comité Institucional de Ética en Investigación (2019) el trabajo de investigación se realizará bajo el principio ético del consentimiento estipulado según el código de ética de la ULADECH católica.

Principio de Protección a las personas: la investigación se desarrolló con el protocolo del consentimiento informado, el mismo que fue firmado por todas las personas que fueron parte de este estudio, para los participantes que no deseaban o tenían dificultades para firmar el documento, se aplicó diversas estrategias para evidenciar el consentimiento, el cual fue parte de esta investigación. Por ello consideramos a la persona como un fin y no un medio, ya que se aplicó un cierto grado de protección para las personas, la cual es determinado de acuerdo al riesgo y la probabilidad que obtiene un beneficio, a través del respeto, la dignidad humana, la identidad y la privacidad, de la misma manera se les informó que cada uno de ellos se pueden retirar en cualquier momento de la investigación sin perjuicio alguno.

Principio de beneficencia y no maleficencia: esta investigación por su naturaleza no presentó riesgo alguno ni para los participantes tampoco para el investigador, ya que durante el recojo de información se les avisó de ello a los participantes de la muestra. Asimismo, es un principio con respeto y ético justo, las cuales abordamos a llegar a los propietarios de las micro y pequeñas empresas para realizar el estudio, la finalidad de la investigación no busca aprovechar del tiempo, ni molestar a los empleados y gerentes, sino busca maximizar los beneficios en favor de la investigación sin ir en contra de los derechos de los participantes.

Principio de Justicia: se ejercerá un juicio razonable y prudente respecto a su capacidad y conocimiento, para asegurarse que los sesgos aplicados no den lugar a prácticas de injusticias, también se les mencionó a los participantes que al finalizar la investigación los resultados estarán disponibles, en caso de que las personas tuvieran interés por los resultados para que puedan aplicar en sus empresas o realizar nuevas investigaciones se les facilitara dicha información por los medios que lo desean pueden ser correos electrónicos o eventos donde se expondrán los resultados de dicha investigación.

Principio de Integridad científica: siempre se tendrá presente los datos de la identidad de los participantes de esta investigación la cual serán confidenciales y anónimas, también se les informo de ello a los participantes. Por otra parte, en esta investigación no fue necesario el uso de equipos electrónicos, mecánicos, entre otros, por ende, no fue necesario establecer protocolos de seguridad para los equipos, también se les dio a conocer a los participantes que toda información recolectada quedara en custodia del investigador durante cinco años, así mismo se les menciono que solo serán usados exclusivamente para la investigación. En caso que sucede o genera conflictos de interés serán resueltos antes de empezar el trabajo de campo de esta manera se podrá garantizar que no sucederán situaciones que afectan el estudio.

Principio de libre participación y derecho a estar informado: antes del recojo de información se solicitó claramente el consentimiento informado a cada participante, de la misma manera se solicitó hacer llegar de todas sus consultas y dudas respecto a la investigación para ser resueltas y evitar cualquier problema durante y después de la investigación.

Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad: esta investigación no tuvo como muestra en estudio a animales ni mucho menos a las plantas, ya que no se realizó aplicaciones en el medio ambiente, tampoco afectó como parte del estudio solo se utilizó papel reciclado para el cuidado del medio ambiente. Por lo tanto, la muestra del estudio fueron los representantes de los restaurantes en la ciudad de Huaraz.

V. Resultados

5.1. Resultados:

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes.

Características	n	%
Edad del representante		
18 a 30 años	36	17.90
31 a 40 años	97	46.10
41 a 50 años	0	0.00
51 a más años	76	36.00
Total	210	100.00
Género del representante		
Masculino	134	63.80
Femenino	76	36.20
Total	210	100.00
Grado de Instrucción		
Sin educación	56	26.70
Educación básica	0	0.00
Superior no universitaria	39	18.60
Superior universitaria	115	54.80
Total	210	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	113	53.80
Administrador	97	46.20
Total	210	100.00
Tiempo que desempeña el cargo		
0 a 2 años	37	17.60
3 a 4 años	0	0.00
5 a 6 años	154	73.30
7 a más años	19	9.00
Total	210	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de los restaurantes dedicadas a la venta de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019.

Tabla 2*Características de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes.*

Características	n	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 2 años	37	17.60
3 a 4 años	154	73.30
5 a 6 años	0	0.00
7 a más años	19	9.00
Total	210	100.00
Número de Trabajadores		
1 a 5 trabajadores	113	53.80
6 a 10 trabajadores	97	46.20
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	210	100.00
Constitución de la empresa		
Persona natural	56	26.70
Empresa individual de responsabilidad limitada	115	54.80
Sociedad de responsabilidad limitada	39	18.60
Sociedad anónima cerrada	0	0.00
Total	210	100.00
Las personas que trabajan en su empresa		
Familiares	113	53.80
No Familiares	97	46.20
Total	210	100.00
Objetivos de creación		
Generar ganancias	134	63.80
Subsistencia	76	36.20
Total	210	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de los restaurantes dedicadas a la venta de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes.

Características	n	%
Planificación de soluciones para los problemas de su empresa		
Nunca	9	4.30
Casi nunca	10	4.80
A veces	171	81.40
Siempre	15	7.10
Casi siempre	5	2.40
Total	210	100.00
Implementación y desarrolla las actividades de su empresa		
Nunca	4	1.90
Casi nunca	20	9.50
A veces	20	9.50
Siempre	146	69.60
Casi siempre	20	9.50
Total	210	100.00
Verificación de los logros obtenidos		
Si	165	78.60
No	40	19.00
A veces	5	2.40
Total	210	100.00
Realización de comprobación de los resultados		
Nunca	16	7.70
Casi nunca	8	3.80
A veces	40	19.00
Siempre	113	53.80
Casi siempre	33	15.70
Total	210	100.00
Implementación de herramientas de mejora en su empresa		
Nunca	7	3.30
Casi nunca	30	14.40
A veces	16	7.60
Siempre	40	19.00
Casi siempre	117	55.70
Total	210	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de los restaurantes dedicadas a la venta de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019.

Tabla 4

Características de los factores relevantes de la motivación en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes.

Características	n	%
Identificación si los empleados se sienten satisfechos en su entorno		
Nunca	15	7.10
Casi nunca	9	4.30
A veces	171	81.50
Siempre	11	5.20
Casi siempre	4	1.90
Total	210	100.00
Identificación si los empleados tienen deseos de mejorar		
Nunca	17	8.00
Casi nunca	2	0.90
A veces	146	69.70
Siempre	25	11.90
Casi siempre	20	9.50
Total	210	100.00
Motivación de los empleados en su empresa		
Si	171	81.50
No	20	9.50
A veces	19	9.00
Total	210	100.00
Identificación de las necesidades de sus empleados		
Nunca	20	9.50
Casi nunca	13	6.20
A veces	40	19.00
Siempre	127	60.50
Casi siempre	10	4.80
Total	210	100.00
Realizar reuniones y orientar sobre el impulso que presentan sus empleados		
Nunca	2	0.90
Casi nunca	15	7.10
A veces	11	5.20
Siempre	4	1.90
Casi siempre	178	84.90
Total	210	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de los restaurantes dedicadas a la venta de comidas (restaurantes) en la ciudad de Huaraz, 2019.

5.2 Análisis de Resultados

Tabla 1:

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Edad del representante: el 46,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un intervalo de 31 a 40 años. Este resultado coincide con Hurtado (2019) quien afirma que el 73% de los representantes tienen la edad entre 31 a 40 años, también coinciden con Luna (2016) quien afirma que un 52.2% tienen la edad entre 18 a 30 años. Pero contrasta con Barrientos (2018) quien menciona que el 50% de los representantes tienen la edad entre 41 a 50 años, así mismo contrasta con Vélchez (2019) quien manifiesta que el 30 % de los representantes tienen un intervalo de 28 a 32 años. Esto evidencia que existe una tendencia en la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes, la cual están siendo dirigidos por personas que están entre los 31 a 40 años de edad, esto demuestra que cuentan con la experiencia y la capacidad necesaria para administrar el negocio así mismo pueden adaptarse a la competencia que puede existir en el mercado.

Género del representante: el 63.8% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. Este resultado está de acuerdo con Luna (2016) quien manifiesta que el 60,9 % son de género masculino, también coinciden con los resultados de Barrientos (2018) quien manifiesta que un 60% de los representantes son de género masculino. Pero contrasta con Barrera (2018) quien menciona que el 60% son de género femenino, de igual manera con Hurtado (2019) quien indica que el 60 % son de género femenino. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes

están dirigidas por varones quienes demuestran desempeño por el rubro, pero es importante resaltar que las mujeres están enfocada a otras actividades o rubros.

Grado de instrucción: el 54,8% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene el nivel superior universitaria. Este resultado está de acuerdo con Barrera (2018) quien manifiesta que el 60% tienen el nivel superior universitario, también coinciden con los resultados de Luna (2016) que manifiesta que un 47.8% tienen superior universitario. Pero contrasta con los resultados de Barrientos (2018) quien menciona que el 47.8% de los representantes cuentan con el grado de superior no universitario. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes tienen el nivel académico universitario la cual va permitir que su rubro se adapte en la parte administrativa ya se en la gestión de calidad y la toma de decisiones.

Cargo que desempeña: el 53,8% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños del negocio. Este resultado está de acuerdo con Hurtado (2019) quien menciona que el 73% son dueños de su negocio, también coinciden con los resultados de Vélchez (2016) que manifiesta que el 63% son dueños. Pero contrasta con los resultados de Barrera (2018) quien indica que el 50% de los representantes son dueños de la empresa. Esto demostró que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes son los dueños donde ellos mismos administran y toman decisiones respecto a su empresa, así mismo podrán aplicar estrategias para el desempeño de sus colaboradores logrando a cumplir objetivos trazados.

Tiempo que se desempeña en el cargo: el 73,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas se desempeñan en el cargo de 5 a 6 años. Este

resultado está de acuerdo con Vélchez (2016) quien menciona que el 40% se desempeñan en la empresa de 5 a 6 años. Pero contrasta con los resultados de Barrientos (2018) donde indica que el 40 % se desempeñan de 1 a 3 años. Esto evidencia que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes están siendo dirigidas por personas que tienen experiencia entre 5 a 6 años, lo cual se puede demostrar que los representantes han demostrado alcanzar buenos resultados durante su gestión por la experiencia y conocimiento, de igual manera han tomado buenas decisiones para la mejora continua de la empresa.

Tabla 2:

Características de las micro y pequeñas empresas.

Tiempo de permanencia en el rubro: El 73,3% de las micro y pequeñas empresas tienen una permanencia entre 3 a 4 años enfocándose al rubro de restaurante. Este resultado está de acuerdo con Luna (2016) quien manifiesta que un 65.2% permanecen en el rubro de 3 a 4 años. Pero contrasta con Hurtado (2019) quien señala que el 50% permanecen en el rubro de 4 a 6 años, así mismo con los resultados de Barrientos (2018) quien afirma que el 40% tienen de 1 a 3 años de permanecer en el rubro. Esto evidencia que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes tienen poco tiempo de realizar sus actividades, brindando las necesidades del cliente, ya que los dueños puedan notar las oportunidades que vienen más adelante, para que puedan aplicar nuevas estrategias para una buena atención al cliente y a si convertirse en organizaciones que pueden adaptarse con facilidad a los cambios que se presentan.

Números de trabajadores: El 53.8% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores. Este resultado coincide con Vélchez (2016) quien manifiesta que el 55% cuentan con 1 a 5 trabajadores. Pero contrasta con Hurtado (2019) quien afirma que el 56% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 2 trabajadores, así mismo con los resultados de Goicochea (2016) quien manifiesta que el 60% las micro y pequeñas empresas cuentan entre 1 a 4 trabajadores. Esto evidencia que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes están conformadas entre 1 a 5 trabajadores que facilitan las actividades realizadas en el negocio, por ende, es importante que los representantes brindan capacitaciones y orientaciones a sus colaboradores para brindar un servicio de calidad a sus clientes.

Constitución de la empresa: el 54,8% de los dueños fueron registrados como empresa individual de responsabilidad limitada. Respecto a ello se buscaron antecedentes en los repositorios de las diferentes universidades nacionales y privadas, sin encontrarse datos que permitan contrastar con los resultados hallados en esta investigación, esto pone en evidencia que en investigaciones similares no ha sido considerada de relevancia los datos consignados en esta investigación.

Personas que trabajan en su empresa: El 53.8% de las micro y pequeñas empresas cuentan con trabajadores familiares. Este resultado está de acuerdo con Luna (2016) quien manifiesta que el 50 % son trabajadores familiares. Pero contrasta con los resultados de Hurtado (2019) donde indica que el 62 % tienen como trabajadores no familiares. A partir de esto se puede evidenciar que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes tienen como trabajadores a terceras personas con los que no comparten vínculos familiares, lo que se debe al

rol dinamizador del mercado que poseen dando oportunidades en puestos de trabajo que mejoran el desarrollo de nuestro país.

Objetivo de creación: El 63.8% de las micro y pequeñas empresas tiene como objetivo de creación generar ganancias. Este resultado coincide con Hurtado (2019) quien afirma que el 100% tienen como objetivo generar ganancias en su empresa. Pero contrasta con Barrientos (2018) quien manifiesta que el 60% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación la subsistencia. Así mismo es importante mencionar el Congreso de la Republica (2003), ya que afirma que las micro y pequeñas empresas en el Perú son componentes muy importantes de nuestra economía a nivel nacional, ya que las MYPES brindan empleo al 80 % de la población económica que genera cerca del 40% del producto bruto interno (PBI) abarcando varios aspectos importantes de la economía del país. Esto evidencia que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes han sido creado para generar subsistencia con la finalidad satisfacer toda la población de Huaraz con el plato de comida que brinda.

Tabla 3:

Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

Con respecto a la planificación de soluciones para los problemas de su empresa, el 81,4 % mencionan que a veces planifican y plantean soluciones. Este resultado está de acuerdo con Cordova (2018) quien manifiesta que el 100% de los encuestados planifican a veces soluciones en la empresa, pero contrasta con los resultados obtenidos por Luna (2016) quien menciona que solo el 40% de los encuestados si resuelven problemas en la empresa, resulta importante mencionar a Gonzales (2015) quien señala la planificación de soluciones, ya que tiene como

finalidad lograr objetivos trazados de toda empresa. Esto evidencia que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes si planifican y plantean soluciones para los problemas que hay en la empresa esto ayudara a que sus colaboradores se desempeñen mejor y trabajen en compañerismo, ya que también brindara la oportunidad de mejorar cada una de sus actividades.

Con respecto a que si implementan y desarrollan las actividades en su empresa, el 69,6% mencionaron que siempre realizan actividades en su empresa. Este resultado coincide con Vílchez (2016) quien manifiesta que el 66% indican que siempre desarrollan sus actividades. Pero contrasta con los resultados de Barrientos (2018) quien señala que el 20% no realizan actividades en la empresa, resulta importante mencionar a Calderón (2017) quien manifiesta que en el mundo competitivo de las empresas de hoy, debemos asegurarnos que el proceso esté dirigido a mejorar el nivel de satisfacción del cliente como resultado de las actividades. Esto evidencia que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes implementan el desarrollo de sus actividades en la empresa para brindar la oportunidad de mejorar, en todos los aspectos que puede tener la empresa.

Con respecto a la verificación de los logros obtenidos, el 78.6% de las micro y pequeñas empresas verifican los logros de la empresa. Este resultado está de acuerdo con Arango (2018) quien manifiesta que el 55% de los representantes reconocen los logros obtenidos con incentivos, contrastando con los resultados de Goicochea (2017) quien señala que el 46% tiene poca iniciativa de verificar, así mismo es importante mencionar a Ramos (2015) quien afirma que la incentivación es parte de la motivación ya que al otorgar al colaborador se va sentir satisfecho en la empresa y va seguir trabajando de manera eficiente y eficaz. Esto evidencia que

la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes demuestran el interés por mejorar la calidad de servicio de sus empresas, verificando que las actividades en la entidad marchen de forma correcta por parte del trabajador dando incentivos que va ser de mucha influencia mejorando la calidad en el ámbito de trabajo.

Con respecto a que si realizan la comprobación de resultados el 53,8% de las micro y pequeñas empresas respondieron que siempre realizan la comprobación de los resultados. Este resultado está de acuerdo con Arango (2018) quien manifiesta que el 60% siempre evalúan sus resultados. Pero contrasta con Hurtado (2019) quien señala que el 53 % muy pocas veces evalúan los resultados, así mismo es importante mencionar a Gonzales (2015) quien menciona que la comprobación de resultados va permitir ver que las empresas están creciendo en el mercado, ya sea los ingresos que tienen de manera mensual, trimestral o anual. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes determina que los resultados va influir mucho, ya que podrán conocer si están avanzando con la empresa, en caso existiera alguna deficiencia busquen mejorar sus actividades propuestas, ya que de esa manera podrán cumplir sus objetivos y los resultados planificados.

Con respecto a la implementación de herramientas de mejora en su empresa el 55.7 % mencionan que casi siempre implementan herramientas de mejora. Este resultado está de acuerdo con Córdova (2018) quien manifiesta que el 62 % casi siempre implementan herramientas de mejora de igual manera con Hurtado (2019) quien señala que el 60% muy pocas veces implementan técnicas de mejora continua, así mismo es importante mencionar a Cortes (2018) quien manifiesta que

la implementación de herramientas ayudara a que las empresas mejoren en el desarrollo de sus actividades. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes se considera que al implementar herramientas mejorará el rendimiento del negocio, ya sea en el servicio y producto ofrecido.

Tabla 4:

Características de los factores relevantes de la motivación en las micro y pequeñas empresas.

Con respecto a la identificación si los empleados se sienten satisfechos en su entorno, el 81.5% indican que a veces se sienten satisfechos en la empresa. Este resultado coincide con Hurtado (2018) quien manifiesta que el 83% de los representantes indican que a veces se sienten satisfechos, también coincide con Barrera (2018) quien manifiesta que el 80% indica que en toda empresa debe existir empleados satisfechos, así mismo es importante mencionar a Calderón (2017) quien menciona que un colaborador dentro de la organización satisfecho, va cumplir los objetivos trazados, de igual manera la misión y visión. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes cuentan con colaboradores que se sienten satisfechos con su trabajo y su desempeño, por ello es importante resaltar a los gerentes para capacitar sobre la motivación a sus colaboradores y ofrecer incentivos por cada logro que obtiene la empresa, por ende; debe existir un clima laboral favorable así puedan cumplir sus objetivos trazados por las empresas.

Con respecto a la identificación si los empleados tienen deseos de mejorar en su empresa, el 69.7% de las micro y pequeñas empresas indicaron que a veces los empleados tienen deseos de mejorar. Este resultado coincide con Vílchez (2016) quien manifiesta que el 55% muy pocas veces motivan a sus colaboradores con incentivos económicos. Pero contrasta con Arango (2017) quien señala que el 40% de los encuestados no brindan el programa de incentivos, así mismo podemos mencionar a Calderón (2017) quien afirma para que un colaborador desea lograr objetivos trazados por la empresa, es importante que existe capacitaciones e incentivos. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes sus empleados a veces quieren mejorar en su puesto de trabajo, por ello en primer lugar el gerente debe hacer conocer la misión, visión y políticas que tenga su empresa, ya que al momento de realizar las capacitaciones a sus colaboradores va permitir desenvolverse de manera eficiente y eficaz.

Con respecto a la motivación de los empleados en su empresa, el 81.5% de los representantes si motivan a sus colaboradores. Este resultado está de acuerdo con Luna (2016) quien manifiesta que el 56.5% de los representantes motivan a sus colaboradores, también coincide con Vílchez (2016) manifestando que el 40% motivan a sus colaboradores constantemente, así mismo es importante mencionar a Burchard (2015) quien indica que hoy en día la motivación es un aspecto emocional que genera hacia una persona como consecuencia de la influencia para ejercer determinados motivos en su comportamiento, existen muchas formas y técnicas. Esto evidencia que la mayoría de las micro y pequeñas empresas restaurantes han recibido orientaciones respecto a la motivación esto va permitir a que todos los

trabajadores sean eficientes para mejorar su desempeño en el ámbito laboral de igual manera ayudando con la misión y visión de la organización.

Con respecto a la identificación de las necesidades de los empleados, el 60.5% mencionan que siempre identifican las necesidades. Este resultado coincide con Hurtado (2019) quien manifiesta que el 83% a veces identifican las necesidades de los empleados, así mismo es importante mencionar al autor Burchard (2015) quien indica que siempre se debe identificar las necesidades que requiere un colaborador en una empresa, ya que de esa manera la empresa mejorara su rentabilidad. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes a veces identifican las necesidades de los empleados esto va permitir deficiencias en su empresa, ya que el colaborador no va tener esas ganas de trabajar, por ello siempre los gerentes deben tener confianza con sus colaboradores, para que sepan que es lo que desean los empleados.

Con respecto a que si realizan reuniones y orientan sobre el impulso que presentan sus empleados, el 84,9% de las micro y pequeñas empresas indican que casi siempre realizan reuniones y orientaciones. Este resultado coincide con Luna (2016) quien menciona que el 78,3 % casi siempre realizan capacitaciones y orientaciones. Pero contrasta con los resultados de Calderón (2017) quien menciona que el 40.3% a veces realizan las capacitaciones hacia los colaboradores. Esto demuestra que en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes casi siempre realizan capacitaciones para orientar a los colaboradores, esto va permitir mejorar y desempeñarse mejor en su puesto de trabajo, también es importante resaltar las reuniones para tomar decisiones correctas dentro de una empresa por que ayuda a lograr a que los empleados cumplan más rápido los objetivos trazados.

VI. Conclusiones

- En la mayoría de las micro y pequeñas empresas los representantes, el 46.1% tienen una edad de 31 a 40 años, el 63.8% son de género masculino, el 54.8% tienen grado de instrucción superior universitario, el 53.8% tienen el cargo de dueños y el 73.3% el tiempo que desempeña el cargo es de 5 a 6 años. Esto evidencia que los representantes tienen la capacidad y el conocimiento de dirigir la empresa permitiendo que realizan de manera correcta sus actividades para lograr con sus objetivos.
- En la mayoría de las micro y pequeñas empresas el 73.3% el tiempo de permanencia es de 3 a 4 años, el 53.8% tienen de 1 a 5 trabajadores, de igual manera el 54.8% son de sociedad de responsabilidad limitada, el 53.8% las personas que trabajan en su empresa son personas familiares y por último el 63.8% objetivo de creación fue generar ganancias, Asimismo permitirá que las MYPES obtengan mayores ingresos, cumpliendo con su visión, misión, objetivos y ser más competitivos en el mercado, así mismo va permitir que exista un ambiente adecuado.
- En la mayoría de las micro y pequeñas empresas respecto a la gestión de calidad el 81.4% a veces planifican soluciones en los problemas de su empresa, el 69.6% siempre implementan y desarrollan actividades en su empresa, así mismo el 78.6% verifican los logros obtenidos, el 53.8% siempre realizan la comprobación de resultados y por último el 55.7% implementan herramientas de mejora en su empresa. Por lo tanto, se puede observar que los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran la gestión de calidad para poder solucionar los

problemas que pueden suceder en la empresa, implementando estrategias para el desarrollo adecuado de las actividades, así mismo llevar a cabo a una mejora continúa generando un incremento en las ventas.

- En la mayoría de las micro y pequeñas empresas respecto a la motivación el 81.5% los empleados a veces se identifican satisfechos en su entorno, el 69.7% los empleados tienen deseos de mejorar en su empresa, el 81.5% si motivan a sus empleados, el 60.5% identifican las necesidades de sus empleados y por último el 84.90% casi siempre realizan reuniones sobre el impulso que presentan sus empleados. Al aplicar la motivación va ser de mucha importancia ya que permitirá aplicar diferentes estrategias con los colaboradores ayudando a trabajar en equipo y llegar de manera conjunta al éxito del cumplimiento de sus metas y objetivos, teniendo en cuenta la perseverancia y sobre todo la mejor atención con clientes satisfaciendo sus necesidades.

Aspectos complementarios.

- Aplicar de manera conjunta la gestión de calidad, ya que será de gran ayuda para solucionar los problemas que se presentan, así lograr la competitividad y productividad de los negocios, aplicando una adecuada motivación para los colaboradores, obteniendo resultados positivos en beneficio de toda la organización.
- Implementar nuevas estrategias para tener una mejora continua en la empresa, al ser personas mayores con poco tiempo de desempeño en el rubro de restaurantes, tienen la capacidad de poder administrar sus negocios y enfrentarse a todo obstáculo que pueda suceder, ya que con el tiempo van a lograr más experiencia.
- Realizar contratación a personas desconocidas, porque se desenvolverán mejor en la empresa, desarrollando sus actividades sin ninguna inconveniencia, ya que para empezar a crear su empresa es con un objetivo de generar ganancias, para seguir ampliando su negocio y esta sea rentable.
- Implantar y gestionar todas las actividades y los recursos a desarrollar con el fin de obtener mejores resultados utilizando estrategias y herramientas para la identificación y solución de problemas logrando la mejora continua.
- Aplicar la motivación en sus negocios, para tener empleados capaces y que brinden un mejor desempeño en el ámbito laboral, para ofrecer el mejor servicio de calidad a los comensales brindándoles la mejor atención, así los consumidores retornaran nuevamente a la empresa.

Referencias bibliográficas:

- Arango, H. (2018). *Motivación y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores sector servicios, rubro restaurantes (Maestria)*. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Recuperado de <http://repositorio.uigv.edu.pe/>
- Avolio, B., & Mesones, A. (2015). *Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el peru (MYPES)*. Lima: Centrium Catolica. Recuperado de <file:///C:/Users/HP/Downloads/4126-Texto%20del%20artículo-15740>
- Barrera, J. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y la formación de las MYPES sector servicio rubro de restaurantes del distrito de ferreñafe (Licenciada en administración)*. Chiclayo: Universidad Católica los Ángeles de Chimnote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/>
- Barrientos, E. (2018). *Caracterización del liderazgo y la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes en Chimbote*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/>
- Berenstein, M. (2013). *Los problemas más frecuentes de las pymes familiares y sus posibles soluciones*. Argentina. Recuperado de <https://emprendedoresnews.com.com/tips/ef/los-problemas-mas-frecuentes-de-las-pymes-familiares-y-sus-posibles-soluciones.html>
- Burchard, B. (2015). *El manifiesto por la motivación (para recuperar el control)*. España: Grupo Random hause. Recuperado de <https://books.google.com.pe/>
- Calderon, J. (2017). *Motivación y Satisfacción Laboral en la empresa "Joe Banana" de la ciudad de la paz (Tesis de Grado) (2017)*. Bolivia: Universidad Mayor de San Andres. Recuperado de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/>

- Comite Institucional de Etica en investigación. (2019). *Codigo de Etica para la Investigación*. chimbote: Universidad Catolica loa Angeles de Chimbote. Recuperado de <https://www.uladech.edu.pe/>
- Congreso de la Republica del Peru. (2003). *Ley N°28015-Ley de promoción y formulación de las micro y pequeñas empresas (promulgada al 3) de julio del 2003*. Lima: Diario Oficial el Peruano.
- Cordova, K. (2018). *Caracterización de la capacitación y desempeño laboral en las MYPES de servicio rubro restaurantes, distrito chulucanas (tesis de licenciada)*. Piura: Universidad Catolica los Angeles Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/>
- Cortés, J. (2015). *Sistemas de Gestión de Calidad* (1era ed.). España: Interconsulting Bureau . S.L. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id>
- Cuatrecasas, L., & Gonzales, J. (2017). *Gestión integral de la calidad :implantación ,control y certificación* (5ta, Actualizada y Ampliada ed.). Barcelona: Profit, S.L. Recuperado de <https://books.google.com.pe/>
- Goicochea, K. (2016). *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del boulevard gastronomico del distrito de villa maria del triunfo, provincia de lima, departamento de lima, (Licenciada en administración)*. cañete: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/>
- Gonzales, O. (2015). *Sistema de gestión de calidad* (1era ed.). Bogota: ECOE. Recuperado de <https://books.google.com.pe/>
- Hernández, R., Fernández, R., & Baptista, M. d. (2014). *Metodologia de la investigfación*. Bolivia: <https://markainvestigacion.wordpress.com/>. Recuperado de <https://markainvestigacion.wordpress.com/>
- Hurtado, R. (2019). *Propuesta de mejora de la motivación laboral como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la calle derecha cuadra 1 a 9 del*

- distrito de huaral, (Licenciada)*. Lima: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/>
- Lopez, L. G. (2015). *Satisfacción y motivación en el trabajo*. Madrid: Diaz de Santo S.A. Recuperado de <https://books.google.com.pe/>
- Luna, K. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas sector servicios rubro restaurantes en el distrito de nuevo chimbote (tesis de grado)*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/>
- Medina, N. (2018). *Gestión de Equipos Eficaces : influir y motivar*. Madrid: CEP S.L. Recuperado de <file:///C:/Users/HP/Downloads/Manual>.
- Organización Internacional del trabajo . (2015). *Pequeñas empresas, grandes brechas*. Lima: OIT.
- Ramos, P. (2015). *Motivación para el trabajo en equipo*. España: ICB. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/105587>
- Rosario, P., Ochoa, J., & Lanzara, H. (10 de 12 de 2018). *La camara*. Recuperado de https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r857_3
- Sage Experience. (11 de Octubre de 2016). *La importancia de la gestión empresarial*. Recuperado de <https://www.sage.com/es-es/blog/la-importancia-de-la-gestion-empresarial/>
- Sánchez, B. (2020). Las micro y pequeñas empresas en Perú , importancia y propuesta tributaria. *Quipukamayoc*, 28-57. doi: Recuperado de <https://doi.org/10.15381/quipu.v13i25.5433>
- Sánchez, S. (2017). *Gestión de calidad (ISO 9001-2015) en el comercio*. España: Elearning. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=izZWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=beneficios+de+gesti%C3%B3n+de+calidad&hl>
- Sum, M. (2015). *Motivación y desempeño laboral a empresas de alimentos de la zona 1 en Quetzaltenango*. Quetzaltenango: Universidad Rafael Landiver.

Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Sum-Monica.pdf>

Tello, S. (2014). *Importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*. Lima: Universidad Alas Peruanas.

Torres, C. (2018). *Gestión de la atención al cliente, consumidor* (1ra ed.). España: IC.
Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=FD-eDwAAQBAJ&pg=PT111>

Tracy, B. (2016). *Motivación*. Recuperado de <https://books.google.com.pe>

Turienzo, R. (2016). *El pequeño libro de la motivación*. Madrid: Grupo Planeta.
Recuperado de <https://books.google.com.pe/>

Vilchez, Y. (2016). *Motivación y su influencia en el rendimiento laboral del personal de ventas en la empresa megacentro boutique Zoili en el distrito de Chepen (tesis de licenciatura)*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	2019- I								2020 -I				2020- II			
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre I			
		MES				MES				MES				MES			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			X													
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura						X										
7	Elaboración del consentimiento informado							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X	X						
10	Conclusiones y recomendaciones											X					
11	Redacción de pre informe de Investigación												X				
12	Redacción del informe final													X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X			
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														X		
15	Redacción del artículo científico															X	X

Anexo 2: Presupuestos

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
▪ Impresiones	0.10	30	3,00
▪ Fotocopias	0.20	30	6.00
▪ Empastado	15.00	3	45.00
▪ Papel bond A-4 (500 hojas)	10.00	1	10.00
▪ Lapiceros	0.50	2	1.00
Servicios			
▪ Uso de Túrnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
▪ Pasajes para recolectar información	1.00	8	8.00
Sub total			8.00
Total, de presupuesto desembolsable			173
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicio s			
▪ Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
▪ Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
▪ Soporte informático (Módulo de I investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
▪ Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub tota l			400.00
Recurso humano			
□ Asesoría personalizada (5 horas por s emana)	63.00	4	252.00
Sub tota l			252.00
Total, de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			825

Anexo 3: Directorio

NOMBRES Y APELLIDOS/ RAZON SOCIAL	ACTIVIDAD	DIRECCIÓN
FLORES CHINCHAY MOISES YSRAEL	RESTAURANT	AN. ANTONIO RAYMONDI N° 909
CASTAÑEDA SALVADOR BRIGIDA LORENZA - PÉRDIDA DE LA LICENCIA N° 9579	RESTAURANT	AV. 27 DE NOVIEMBRE N° 2032
C ABANA VARILLAS CIRILO NICEFORO	RESTAURANTE	CALLE JUAN BAUTISTA MEJIA N° 879
ALBORNOZ DEXTRE BERONICA NINFA	RESTAURANTE	PROL. RAYMONDI N° 1277
SOLANO SIMEON YESSICA FANNY	RESTAURANTE	PJ. CAYETANO REQUENA N° 450
AP QUITARACSA SNACK E.I.R.L.	RESTAURANTE	JR. CARLOS IZAGUIRRE N° 755
CELESTINO CHINCHAY JUAN	RESTAURANTE	JR. HUASCARAN N° 206-B
ZION INVERSIONES S.R.L.	RESTAURANTE	JR. SAN MARTIN N° 688 - 2DO PISO
AGUEDO ROSAS IRMA REGINA	RESTAURANTE	JR. 13 DE DICIEMBRE N° 267
CASTAÑEDA SALVADOR JUANA OLIMPIA	CAFÉ - RESTAURANTE	AV. RAYMONDI N° 891
VALVERDE URBANO TANI DORIS	RESTAURANTE - POLLERIA	AV. PEDRO VILLON N° 948 - 2DO PISO
HUERTA CHAVEZ MIRIAM MARIBEL	COMIDA AL PASO (RESTAURANTE)	AV. TORIBIO DE LUZURIAGA N° 627
AGUILAR LEGUIA GIOVANNA CAROLA	RESTAURANTE - POLLERIA	AV. LUZURIAGA N° 1044
VARGAS DE LA CRUZ CLAUDIA ELIZABETH	RESTAURANTE	AV. PEDRO VILLON MZ:01 LT:05
RIMAC VEGA TEOLINDA JULIA	RESTAURANTE	AV. ANTONIO RAYMONDI INT: 201 - 2DO PISO - MERCADO CENTRAL
GRUPO ENCUENTRO S.R.L.	RESTAURANT	PJ. PARQUE EL PERIODISTA MZ: UNICA LT: 37
INVERSIONES TURISTICAS "LA BRASA RED" E.I.R.L.	RESTAURANTE, POLLERIA, PIZZERIA	AV. MARISCAL TORIBIO DE LUZURIAGA N° 915 - MZ: 150 LT: 6-B
RIMAC BAÑEZ ZENON NESTOR	RESTAURANTE	JR. ALBERTO GRIDILLA N° 325
GUERRERO CASTILLO MARGARITA YOLANDA	RESTAURANTE	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL OESTE N° 245
HANDBAKA CASTRO FILKA MARINA	RESTAURANTE	JR. RAMON CASTILLA N° 1085 - SOLEDAD ALTA

ROSALES ROBLES MARLITT GADY	RESTAURANTE	JR. RICARDO PALMA MZ.180 LT.10 - SOLEDAD ALTA
CASTILLO RAMIREZ SILVANA ONESIMA	RESTAURANTE - POLLERIA	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO N° 419 - CONO ALUVIONICO
CEFERINO PALLACA RIVER WALTER	RESTAURANTE	JR. FRANCISCO BOLOGNESI N° 530 – HUARUPAMPA
CAMASCA CHAVEZ JOSEFINA MAXIMILIANA	RESTAURANTE	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO ARNAO N° 696 – HUARUPAMPÁ
CLEMENTE TORRE ADOLFO LEONID	RESTAURANTE DE COMIDA NACIONAL - INTERNACIONAL	JR. MARTIN Y JUAN DE LA CRUZ ROMERO ARNAO - C-27 – BELEN
SALVADOR LUGO ACADIA	RESTAURANTE	JR. SIMON BOLIVAR N° 615 - ZONA COMERCIAL
COCHACHIN DE MUÑOZ VICTORIA EDUDOCIA	RESTAURANTE	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO ARNAO - MERCADO CENTRAL 2DO PISO PUESTO F-R-1-1
HENOSTROZA VIVAR BETO MARIO	RESTAURANTE CEVICHERIA	AV. PEDRO VILLON N° 1414 MZ.01 LT.01 - PEDREGAL MEDIO
VINO PUNTILLO MARITZA SUSANA	RESTAURANTE Y CEVICHERIA	JR. JOSE DE SAN MARTIN N° 687 - ZONA COMERCIAL
ROJAS ZAVALA HEVER LACOB	RESTAURANTE	JR. CARAZ N° 612 - CONO ALUVIONICO
SIERRA ÑIVIN DAVID SHAROM	RESTAURANTE	AV. ANTONIO RAYMONDI N° 653 - 2DO PISO - CONO ALUVIONICO
VARGAS ARCE YOLANDA	RESTAURANTE	JR. 13 DE DICIEMBRE N° 336 - CONO ALUVIONICO
CASTAÑEDA SALVADOR BRIGIDA LORENZA	RESTAURANTE	JR. 27 DE NOVIEMBRE N° 2034 - CHALLHUA
COPITAN ALONZO ROSARIA MARIA	RESTAURANTE	JR. CARAZ N° 883 - CONO ALUVIONICO
AVILEZ ESPINOZA CARLOS	RESTAURANTE	JR. 27 DE NOVIEMBRE N° 234 - VILLON BAJO
GAMARRA ROSALES JORGE LUIS	RESTAURANTE - JUGUERIA	JR. SIMON BOLIVAR N° 715 - ZONA COMERCIAL
SOTO VILLANUEVA MARIA RUBINA	RESTAURANTE	AV. 27 DE NOVIEMBRE (EX - TARAPACA) N° 1372 – CHALLHUA
ROSS GALY E.I.R.L.	RESTAURANTE - PANADERIA Y PASTELERIA	JR. JOSE DE SAN MARTIN N° 1010 – HUARUPAMPA
HUANCA QUISPE JULIO DOMINGO	RESTAURANTE	JR. 28 DE JULIO N° 306 – HUARUPAMPA

ATOC SHOCUSH RUBEN HILARIO	RESTAURANTE	JR. CAJAMARCA N° 100 - CONO ALUVIONICO
VASQUEZ VILLANUEVA MARCO ANTONIO	RESTAURANTE - POLLERIA	JR. SIMON BOLIVAR - 2DO PISO N° 721 - ZONA COMERCIAL
ROSALES LUCIA VICTORIA	RESTAURANTE	AV. ANTONIO RAYMONDI MZ. U LT.1 - SAN FRANCISCO
HUANE GARCIA HERNAN PATIÑO	RESTAURANTE	JR. CAJAMARCA N° 205 - CONO ALUVIONICO
ARAGON SAENZ JONATHAN TIRS	RESTAURANTE	JR. JOSE DE SAN MARTIN N° 1001 – BELEN
POLO LUGO NATALY TATIANA	RESTAURANTE - POLLERIA	JR. CELSO BAMBAREN N° 109 - BELEN
DEPAZ PONTE MARGARITA REYNA	RESTAURANTE	JR. CARAZ N° 216 - CONO ALUVIONICO
PINEDA TORRES HILDA VIOLETA	RESTAURANTE	AV. PEDRO VILLON N° 655 - BELEN
SANCHEZ CRUZATE JINA ISABEL	RESTAURANTE	JR. JOSE LEONISA LESCANO N° 632 – HUARUPAMPA
CORDERO RAMOS CESAR JUAN	RESTAURANTE	JR. HUASCARAN N° 211 - CONOALUVIONICO
AGUIRRE AIRA GUILLERMA CAYITA	RESTAURANTE - CEVICHERIA	JR. PRIMAVERA N° 1324 - CONO ALUVIONICO
DIAZ PATRICIO JULIO CESAR	RESTAURANTE	JR. HUASCARAN N° 275 - CONO ALUVIONICO
MENDOZA RAMIREZ JUAN PETER	RESTAURANTE	JR. HUALCAN N° 265 - CONO ALUVIONICO
WU YUHUA	CHIFA - RESTAURANTE	AV. ANTONIO RAYMONDI N° 647 - CONO ALUVIONICO
PASTOR AREVALO JORGE LUIS	RESTAURANTE - CHOCHERIA	JR. SIMON BOLIVAR N° 1195 - BELEN
CHAVEZ PADILLA NICEFORO JAIME	RESTAURANTE	JR. MARISCAL ANDRES AVELINO CACERES N° 444 - HUARUPAMPA
HUANG WANGCHUN	RESTAURANTE - CHIFA	JR. JULIAN DE MORALES N° 511 - HUARUPAMPA
VEGA GUIMAREY JAKELYNE GIOVANNA	RESTAURANTE - POLLOS Y PARRILLAS	PROL. LUZURIAGA N° 1488 - VILLON BAJO
GENEBROSO DE LAZARO OLGA	RESTAURANTE	AV. ANTONIO RAYMONDI - MERCADO CENTRAL - 2DO PISO PUESTO: R-1-3 - ZONA COMERCIAL

SANCHEZ CRUZATE JINA ISABEL	RESTAURANTE	JR. JOSE LEONISA LESCANO N° 632 - HUARUPAMPA
CORDERO RAMOS CESAR JUAN	RESTAURANTE	JR. HUASCARAN N° 211 - CONOALUVIONICO
AGUIRRE AIRA GUILLERMA CAYITA	RESTAURANTE - CEVICHERIA	JR. PRIMAVERA N° 1324 - CONO ALUVIONICO
DIAZ PATRICIO JULIO CESAR	RESTAURANTE	JR. HUASCARAN N° 275 - CONO ALUVIONICO
MENDOZA RAMIREZ JUAN PETER	RESTAURANTE	JR. HUALCAN N° 265 - CONO ALUVIONICO
WU YUHUA	CHIFA - RESTAURANTE	AV. ANTONIO RAYMONDI N° 647 - CONO ALUVIONICO
PASTOR AREVALO JORGE LUIS	RESTAURANTE - CHOCHERIA	JR. SIMON BOLIVAR N° 1195 - BELEN
CHAVEZ PADILLA NICEFORO JAIME	RESTAURANTE	JR. MARISCAL ANDRES AVELINO CACERES N° 444 - HUARUPAMPA
HUANG WANGCHUN	RESTAURANTE - CHIFA	JR. JULIAN DE MORALES N° 511 - HUARUPAMPA
VEGA GUIMAREY JAKELYNE GIOVANNA	RESTAURANTE - POLLOS Y PARRILLAS	PROL. LUZURIAGA N° 1488 - VILLON BAJO
GENEBROSO DE LAZARO OLGA	RESTAURANTE	AV. ANTONIO RAYMONDI - MERCADO CENTRAL - 2DO PISO PUESTO: R-1-3 - ZONA COMERCIAL
GAMARRA ROSALES JORGE LUIS	RESTAURANTE - POLLERIA	JR. EDUARDO LUCAR Y TORRE N° 548-B - ZONA COMERCIAL
CELMI TUYA REYNA ERACLIDES	RESTAURANTE	JR. RAMON CASTILLA N° 722 - SOLEDAD BAJA
RODRIGUEZ HERRERA EULALIO	RESTAURANTE - JUGUERIA - BROSTERIA	AV. AGUSTIN GAMARRA N° 705 - SOLEDAD BAJA
FRUCTUOSO CARRION SARA AMALIA	RESTAURANTE	AV. PEDRO VILLON N° 1386 - MZ.1 LT.1 - PEDREGAL BAJO
ROJAS NUÑEZ HERMINIA MERCEDES	RESTAURANTE - CAFETERIA	JR. EDUARDO LUCAR Y TORRE N° 560 - ZONA COMERCIAL

SERV. DE ABAST. Y ALIMENT. ROTASA S.A.	RESTAURANTE - POLLERIA	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N° 143 - ROSAS PAMPA
ESPINOZA MILLA PAMELA JOSSYLU	CAFÉ - RESTAURANTE	JR. JOSE DE LA MAR N° 763 - ZONA COMERCIAL
LOLI MORALES ERIK CARLOS	RESTAURANT CEVICHERIA	PSJ. HUALLAC N° 173
ANGELES HUARANGA GENOVEVA	RESTAURANT "GENOVEVA"	AV. PROLG. ANTONIO RAYMONDI INT. R-5-2
IGLESIAS PAULINO ESRAELITA	RESTAURANTE	JR.13 DE DICIEMBRE N° 705 ZONA ALUVIONICA
AVILA LUJAN JOVITA LILIANA	RESTAURANTE CEVICHERÍA	JR. JOSÉ DE SAN MARTÍN N° 497 HUARUPAMPA
PACHA ÑIVIN MARIA SOLEDAD	RESTAURANTE	AV. RAYMONDI 2do PISO N°653
RAMÍRES MACEDO ALCIRA ABDIAS	RESTAURANT Y OTROS SERV. DE COMIDA MÓVILES	JR. SIMÓN BOLIVAR N° 926
GIRALDO RAMIREZ FLORA CONSUELO	POLLERIA RESTAURANT	AV FITZCARRALD N° 394 2° PISO ZONA ALUVIONICA
NIZAMA MACEDO MIGUEL ANGEL	RESTAURANT	JR. COMERCIO N° 701 ZONA ALUVIOMICA
MENACHO GONZALES ELVIRA YOLANDA	RESTAURANTE	PARAGEMERCADOCENTRAL INT R-2-5
HENOSTROZA RAMIREZ JAVIER EDGAR	RESTAURANTE	AV AGUSTIN GAMARRA N.° 1219
TOLENTINO ALBORNOZ CARLOS ISDRO	RESTAURANTE	AV BOLOGNESI N° 266
RIOS VERGARA DAVID ENRIQUE	RESTAURANTE	AV LUZURIAGA N° 637
OROPEZA GUERRERO YONY JAVIER	RESTAURANTE	JR JOSE DE SUCRE N° 453
LAZARO SILVA YUDI ELIZABETH	RESTAURANTE	AV PROLONGACION RAYMONDI N° 1109

JAVIER MAMANI CARMEN ROSA	RESTAURANTE	PSJ JOSE DE SAN MARTIN N° 410 1ER Y 2DO PISO
PINEDA BLAZ EFRAIN ROGELIO	RESTAURANTE	AV RAYMONDI N° 410
FANTASIA NEL DESSERT EIRL	RESTAURANTE	AV LUZURIAGA N° 645 2DO PISO
LA CASITA HZ EIRL	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR SAN MARTIN N°1001
GIANFRANCO VILLANUEVA MEDINA	RESTAURANTE	JR 13 DE DICIEMBRE N°412 (2° PISO)
MORENO CAURURU JORGE CESAR	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	AV CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL SUR N° 662
AGUILAR COLONIA GIANANNA MAGALY	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	PSJ UNION N° 101
JORGE SANTOS PAZ LIÑAN	RESTAURANTES Y OTROS SERVICIOS DE COMIDAS MOVILES	JR LUCAR Y TORRE N° 445
AVILA VALDIVIANO MILAGROS DEL PILAR	RESTAURANTE JUGUERIA	JR SIMON BOLIVAR N° 940
GALERIAS HUALCAN SAC	RESTAURANTE	AV. ANTONIO RAYMONDI N° 528
FREDY WILLIAN RAMIREZ OBREGON	RESTAURANTE	JR SAN CRISTOBAL N° 103 2DO PISO
CADILLO BRONCANO ESTHER MARLENY	RESTAURANTE	AV TORIBIO DE LUZURIAGA N° 849
ROSALES TORRES YAKELIN MELISA	RESTAURANTE	JR JOSE DE LA MAR N° 437
BEDON CASTRO MEDITA MACEDONIA	RESTAURANTE	JR JULIAN DE MORALES N° 650
ROSALES TORRES YAKELIN MELISA	RESTAURANT	JR JOSE DE LA MAR N° 437

Anexo 4: Recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas con el propósito de desarrollar el trabajo de investigación titulado: Caracterización de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro actividad de restaurantes y de servicios móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2019. Para obtener el grado académico de bachiller en Administración. Se le agradece anticipadamente por la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES:

1.1 REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitario

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

1.2 REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Número de trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 7 a más años
- d) 11 a más trabajadores

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

10. Tipo de empresa de acuerdo a su constitución

- a) Persona natural
- b) EIRL
- c) SRL
- d) SAC
- e) SAA

1.3 REFERENTE A LA GESTIÓN DE CALIDAD

11. ¿Usted planifica soluciones para los problemas de su empresa?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Siempre
- e) Casi siempre

12. ¿Usted implementa y desarrolla las actividades en su empresa?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Siempre
- e) Casi siempre

- 13. ¿Usted verifica los logros obtenidos?**
- a) Si
 - b) No
 - c) A veces
- 14. ¿Usted realiza la comprobación de los resultados?**
- a) Nunca
 - b) Casi nunca
 - c) A veces
 - d) Siempre
 - e) Casi siempre
- 15. ¿Usted implementa herramientas de mejora en su empresa?**
- a) Nunca
 - b) Casi nunca
 - c) A veces
 - d) Siempre
 - e) Casi siempre

1.4 REFERENTE A LA MOTIVACIÓN

- 16. ¿Usted identifica si los empleados se sienten satisfechos en su entorno?**
- a) Nunca
 - b) Casi nunca
 - c) A veces
 - d) Siempre
 - e) Casi siempre
- 17. ¿Usted identifica si sus empleados tienen deseos de mejorar?**
- a) Nunca
 - b) Casi nunca
 - c) A veces
 - d) Siempre
 - e) Casi siempre
- 18. ¿Usted motiva a sus empleados en su empresa?**
- a) Si
 - b) No
 - c) A veces
- 19. ¿Usted identifica las necesidades de sus empleados?**
- a) Nunca
 - b) Casi nunca
 - c) A veces
 - d) Siempre
 - e) Casi siempre
- 20. ¿Usted realiza reuniones y orienta sobre el impulso que presentan sus empleados?**
- a) Nunca
 - b) Casi nunca
 - c) A veces
 - d) Siempre
 - e) Casi siempre

Anexo 5: Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

CARACTERIZACIÓN DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA MOTIVACIÓN PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO ACTIVIDAD DE RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS (RESTAURANTES) EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2019

Yo,, identificado con DNI N°, acepto participar voluntariamente en el presente estudio, porque se me explicó y comprendo el propósito de la investigación. Mi participación está comprometida a contestar con veracidad y de manera escrita las preguntas presentadas en el cuestionario.

La investigadora se compromete a guardar el anonimato y la confidencialidad de mis datos. Los resultados serán publicados de manera general, guardando en reserva mi identidad.

Por lo cual verifico y autorizo mi participación, firmando este documento en señal de conformidad

Firma

Consentimiento informado

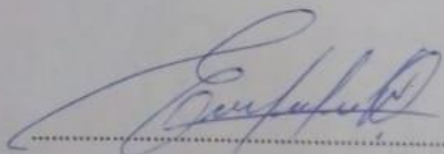
CARACTERIZACIÓN DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA MOTIVACION PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO ACTIVIDAD DE RESTAURANTES Y DE SERVICIO MOVIL DE COMIDA (RESTAURANTES) EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2019.

Yo, NAVARRO ELIAS CHAVEZ BLAS, identificado con DNI N° 4 5977081, acepto participar voluntariamente en el presente estudio, porque se me explicó y comprendo el propósito de la investigación. Mi participación está comprometida a contestar con veracidad y de manera escrita las preguntas en el cuestionario.

El investigador se compromete a guardar el anonimato y confidencialidad de mis datos. Los resultados serán publicados de manera general, guardando en reserva mi identidad.

Por lo cual verifico y autorizo mi participación, firmando este documento en señal de conformidad.

Atte.



.....

Anexo 6: Figuras

Figuras

Tabla1. Características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas.

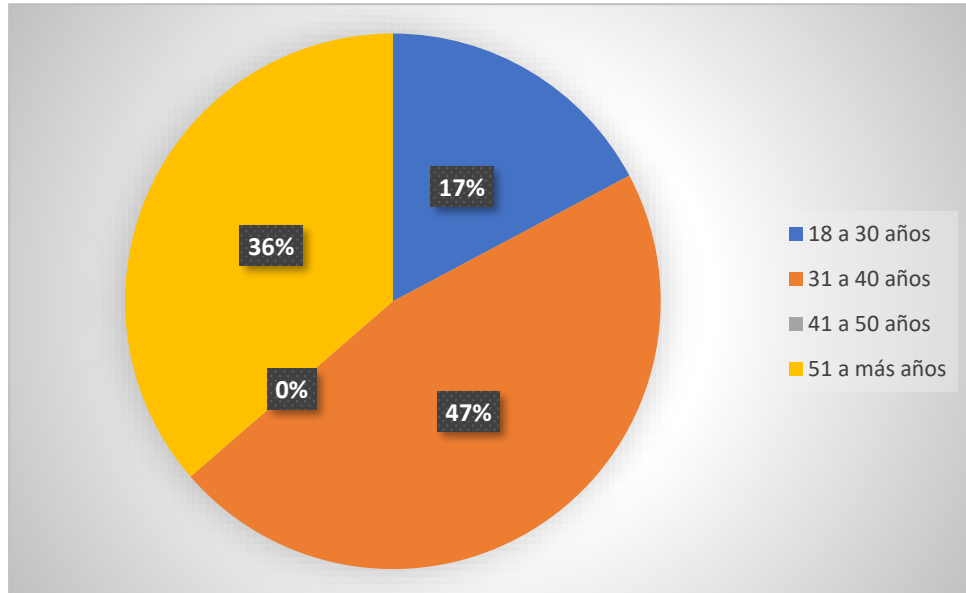


Figura 1. Edad del representante

Fuente. Tabla 1

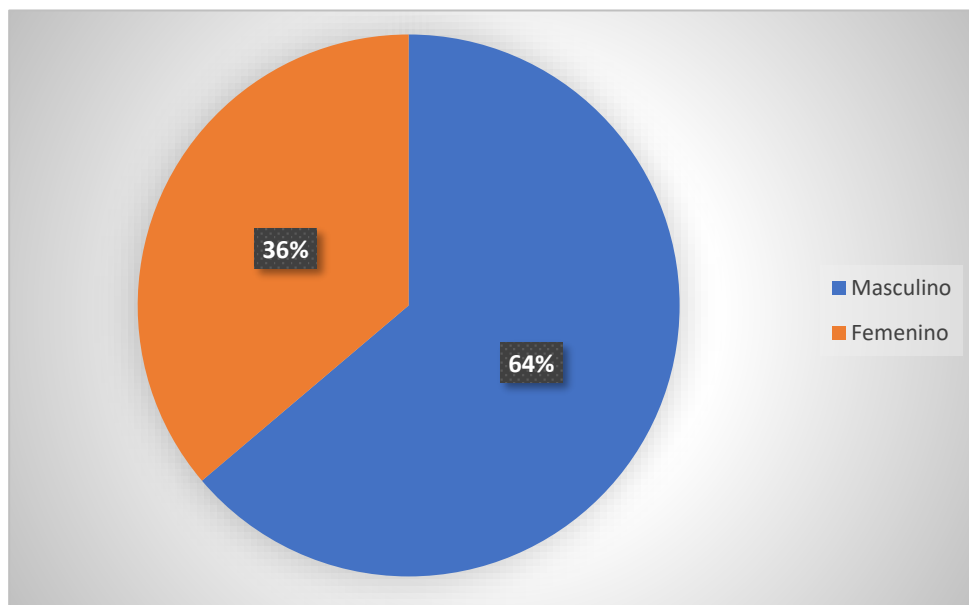


Figura 2. Género del representante

Fuente. Tabla 1

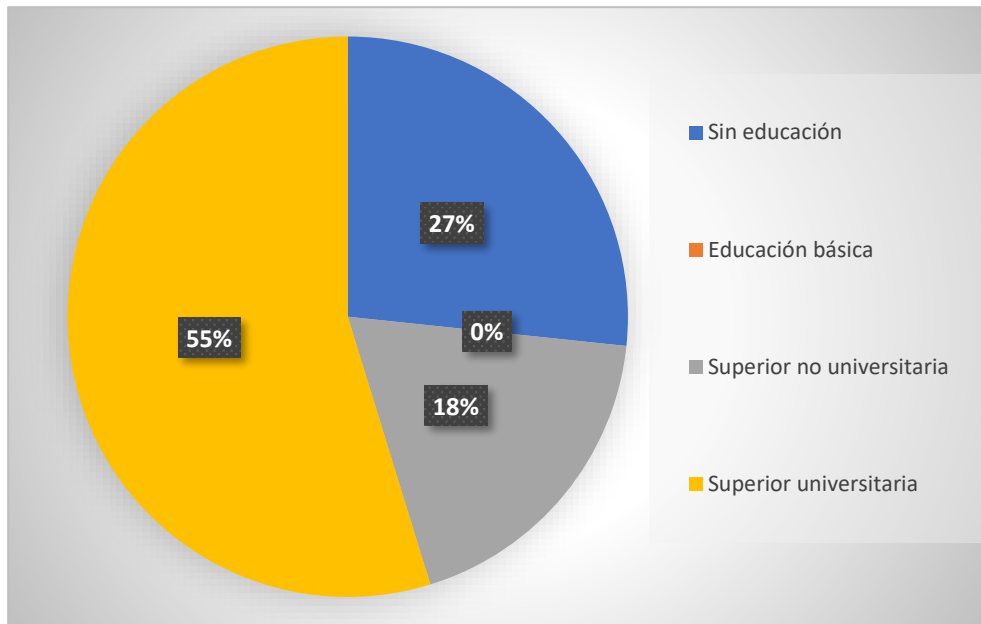


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

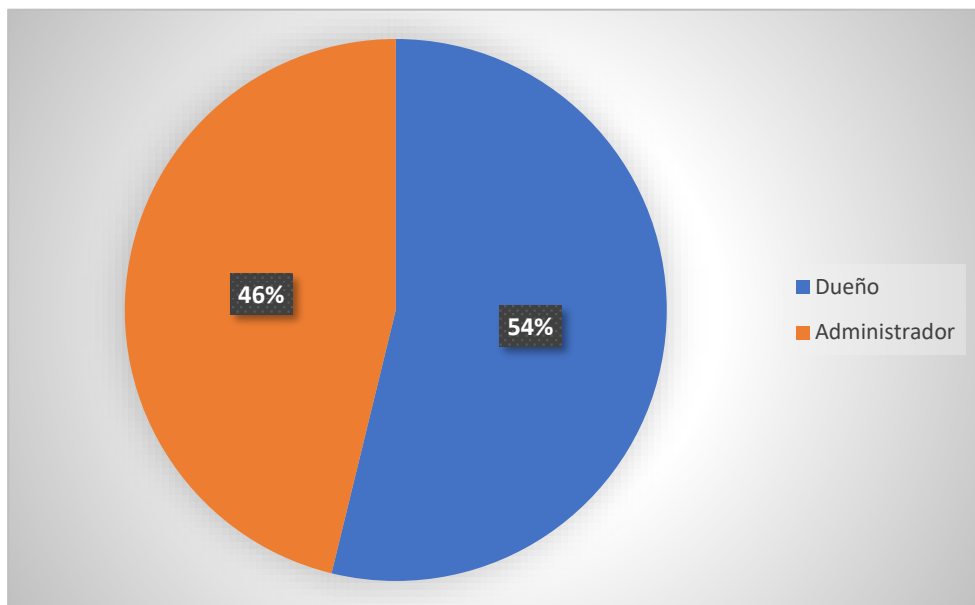


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

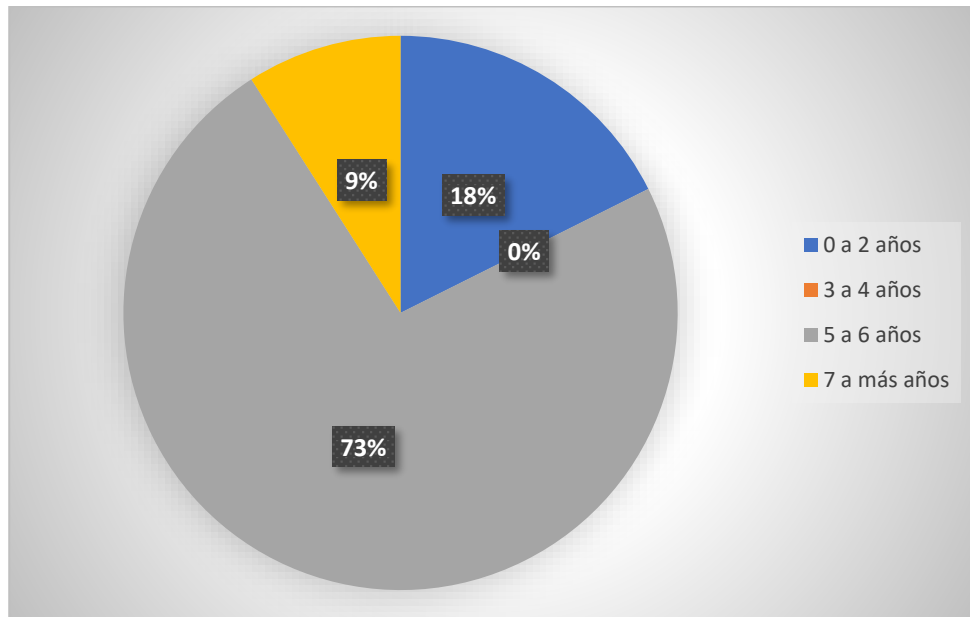


Figura 5. Tiempo que se desempeña en el cargo

Fuente. Tabla 1

Tabla 2: Características de las micros y pequeñas empresas.

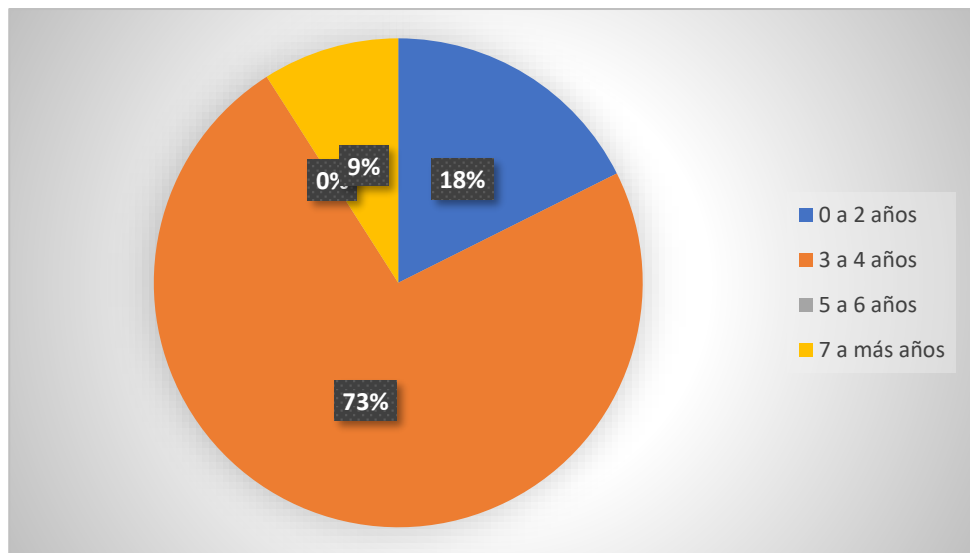


Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro

Fuente. Tabla 2

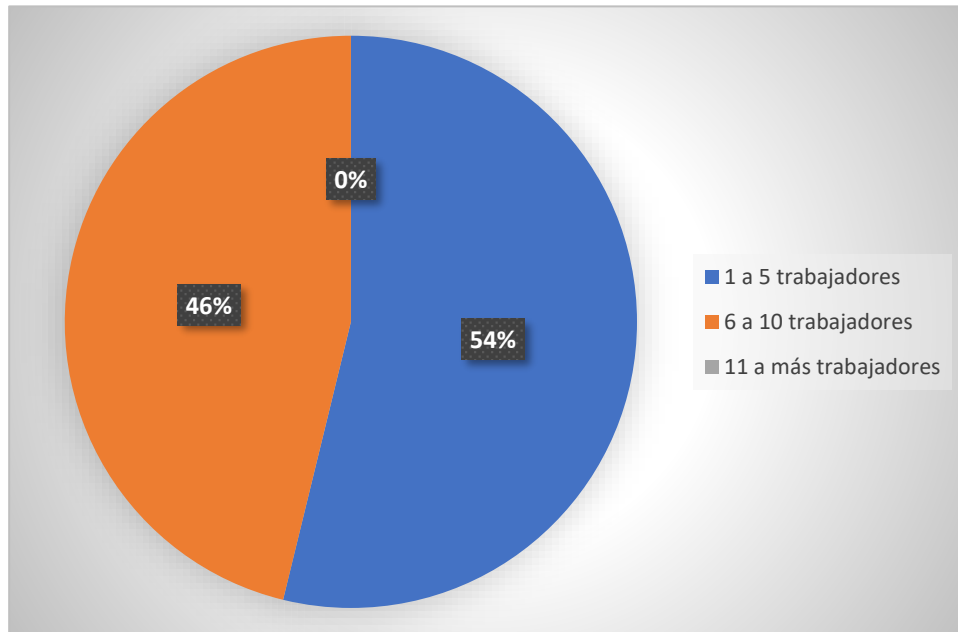


Figura 7. Números de Trabajadores

Fuente. Tabla 2

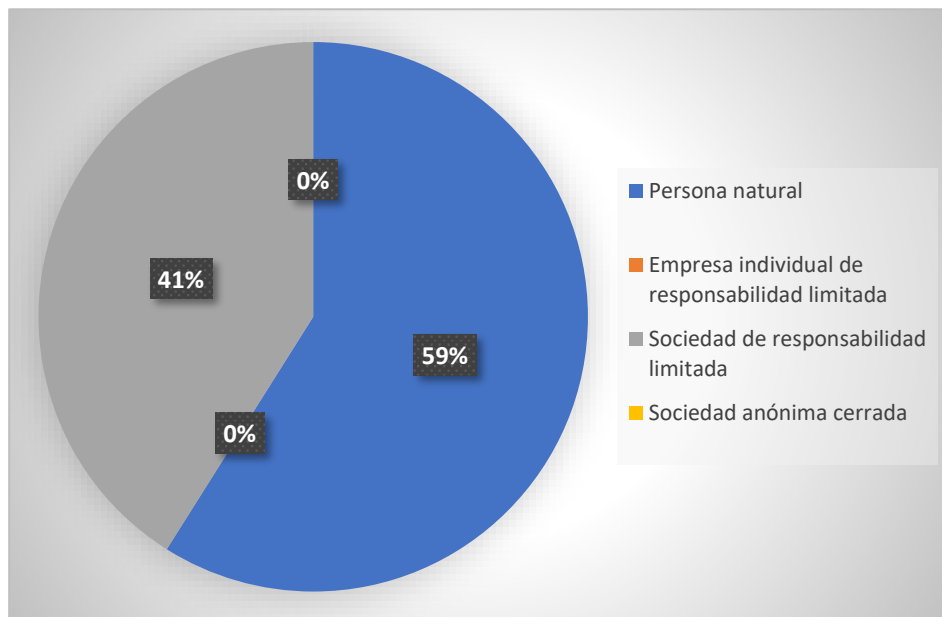


Figura 8. Constitución de Empresa

Fuente. Tabla 2

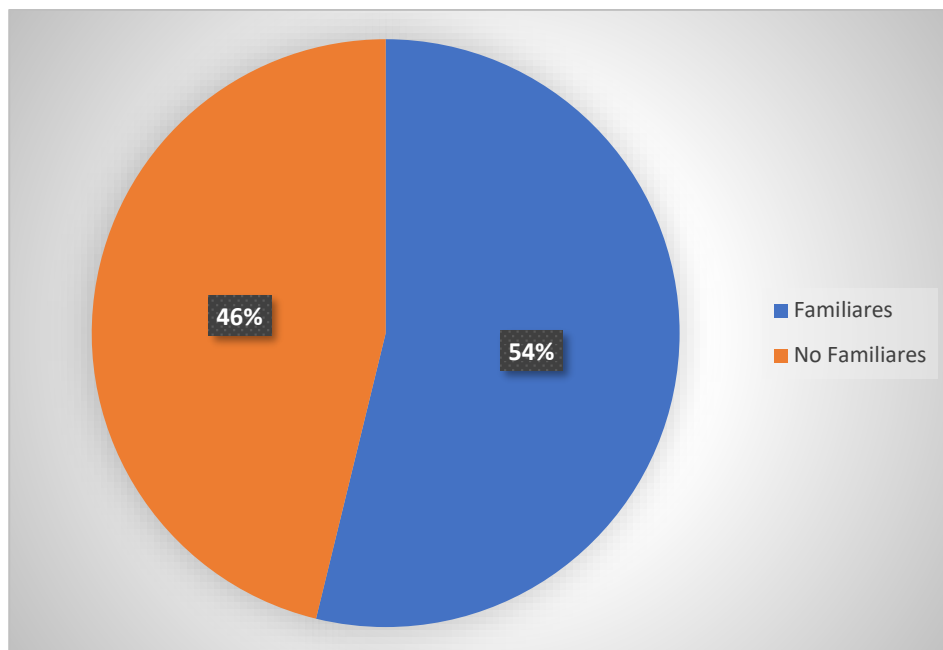


Figura 9. Personas que trabajan en su empresa

Fuente. Tabla 2

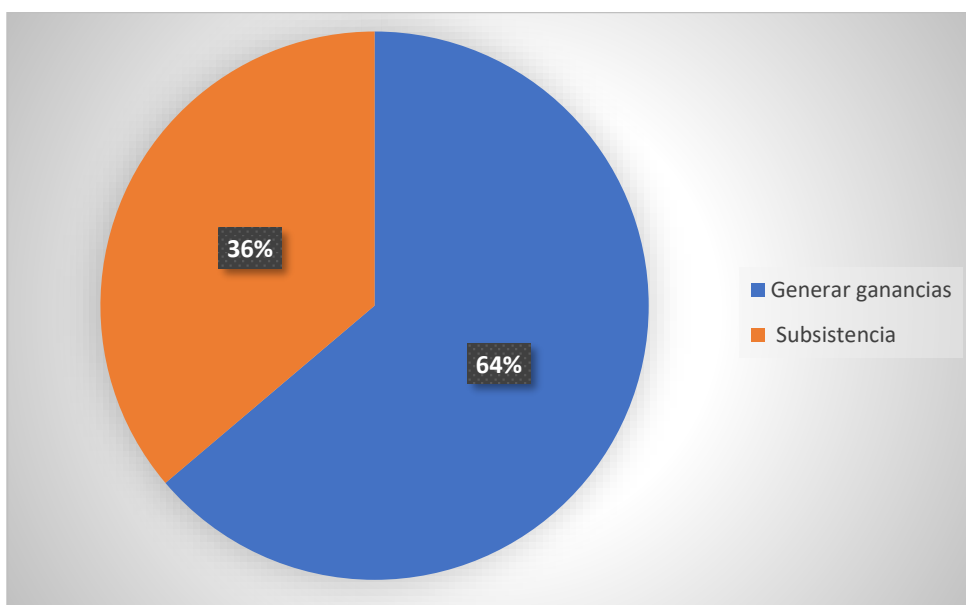


Figura 10. Objetivos de creación

Fuente. Tabla 2

Tabla 3: Características de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas.

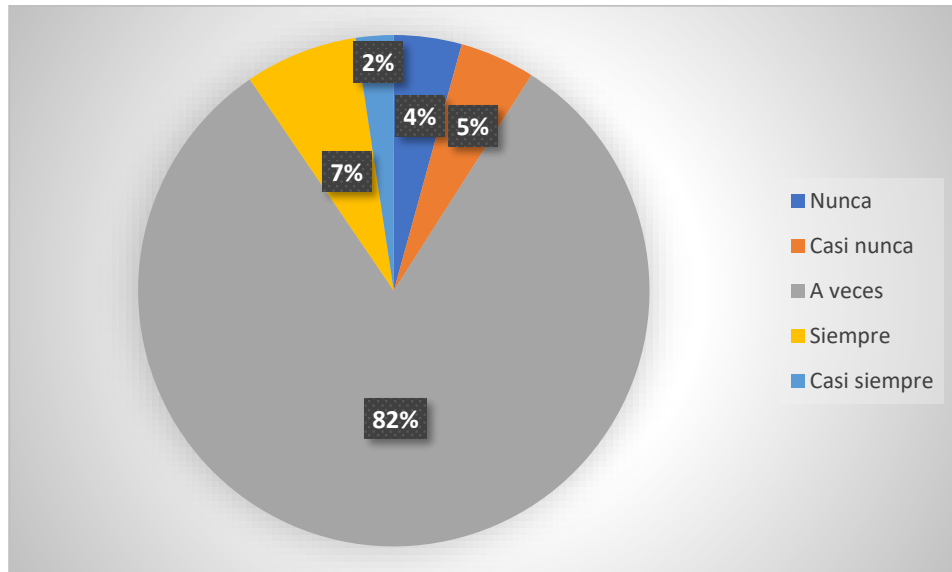


Figura 11. Planificación de soluciones para los problemas de su empresa.

Fuente. Tabla 3

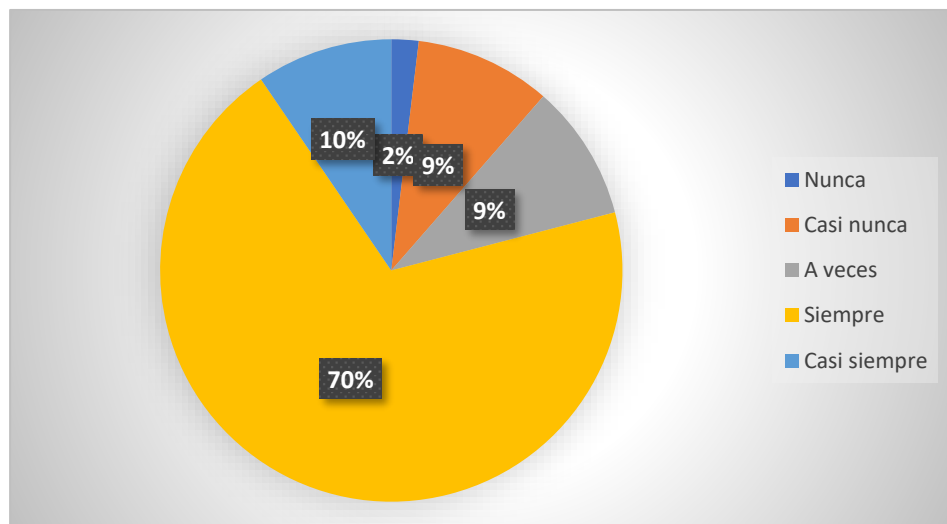


Figura 12. Implementación y desarrolla las actividades de su empresa.

Fuente. Tabla 3

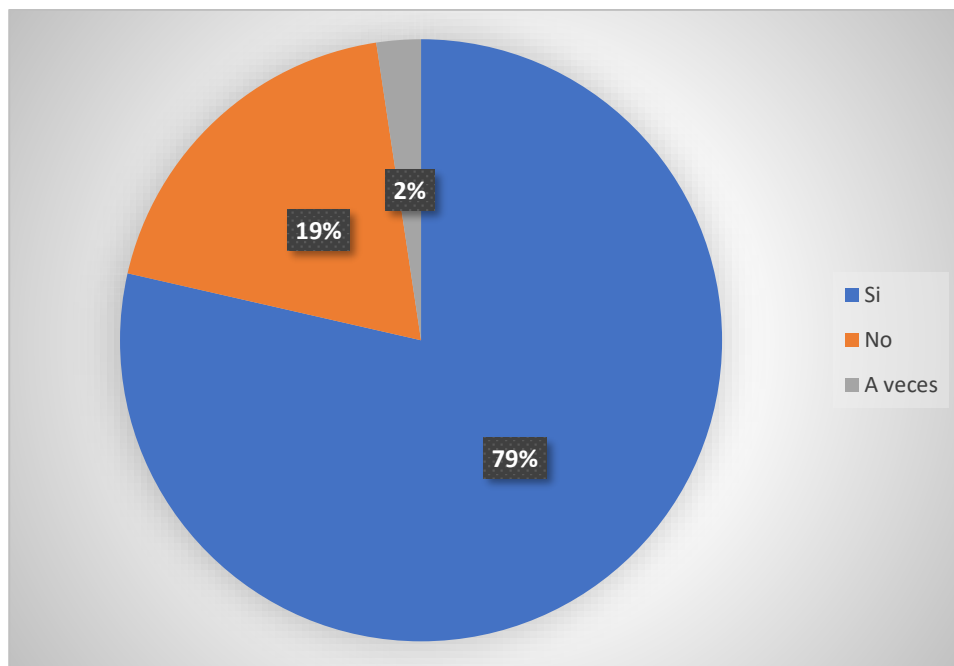


Figura 13. Verificación de los logros obtenidos.

Fuente. Tabla 3

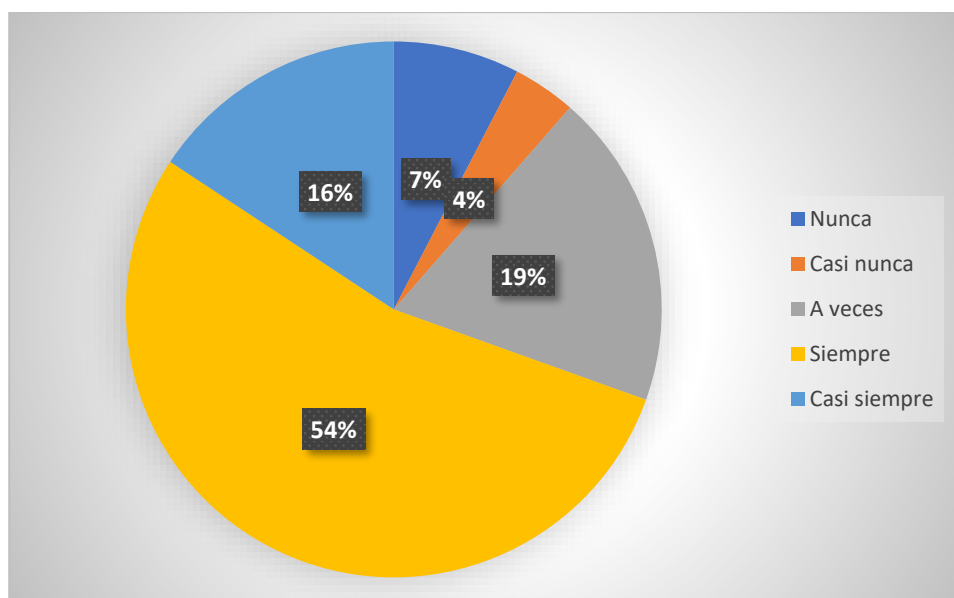


Figura 14. Realización de comprobación de los resultados.

Fuente. Tabla 3

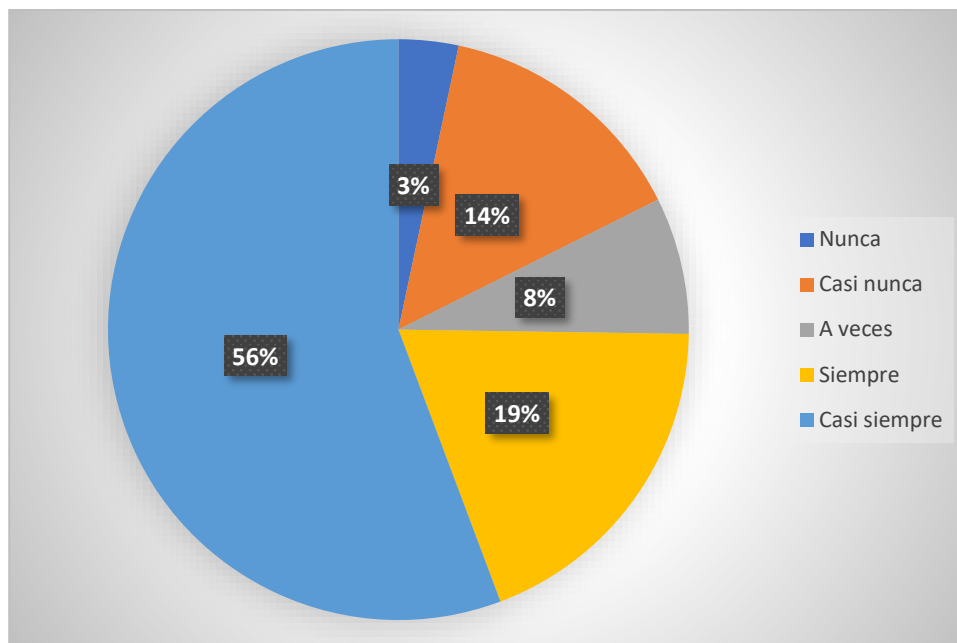


Figura 15. Implementación de herramientas de mejora en su empresa.

Fuente. Tabla 3

Tabla 4: Características de los factores relevantes de la motivación en las micros y pequeñas empresas.

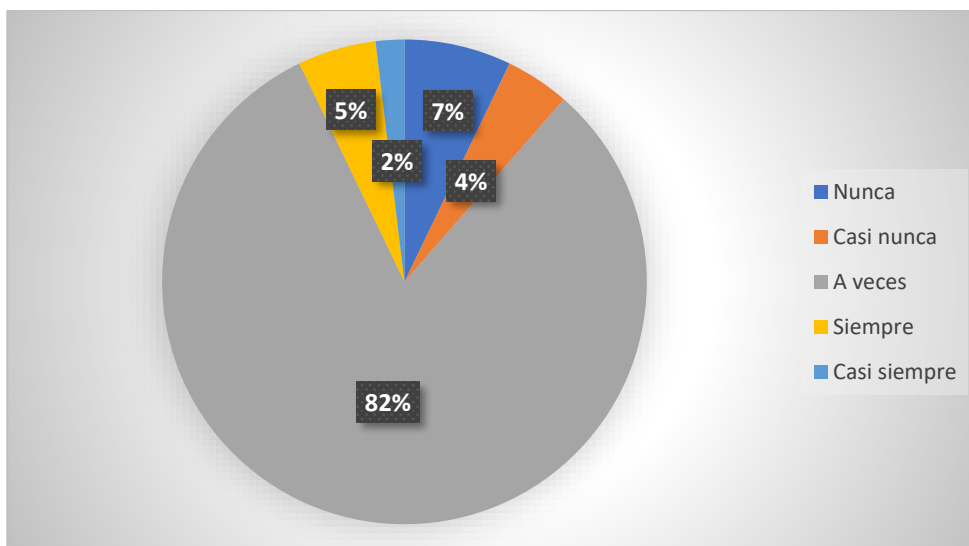


Figura 16. Identificación si los empleados se sienten satisfechos en su entorno

Fuente. Tabla 4

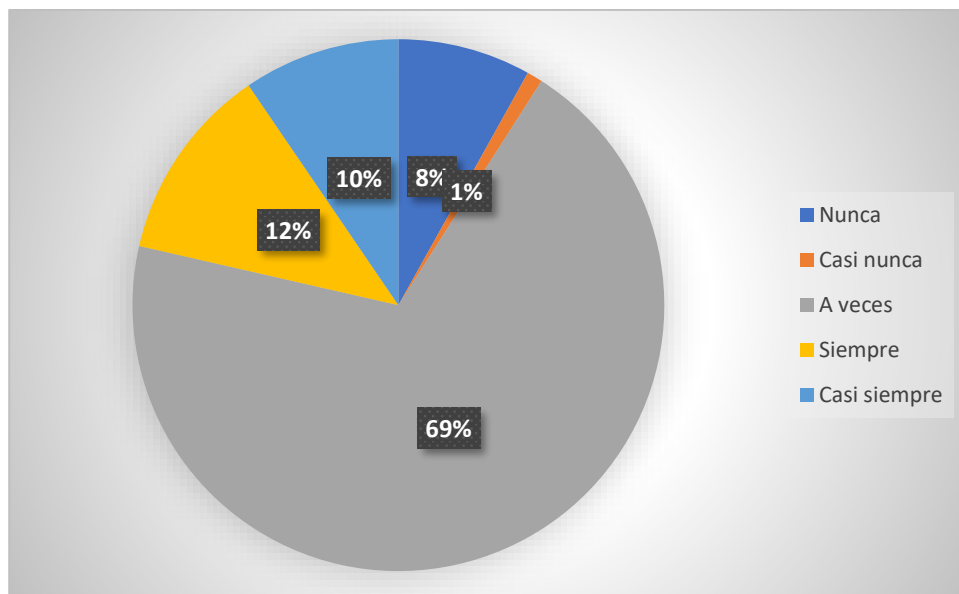


Figura 17. Identificación si los empleados tienen deseos de mejorar.

Fuente. Tabla 4

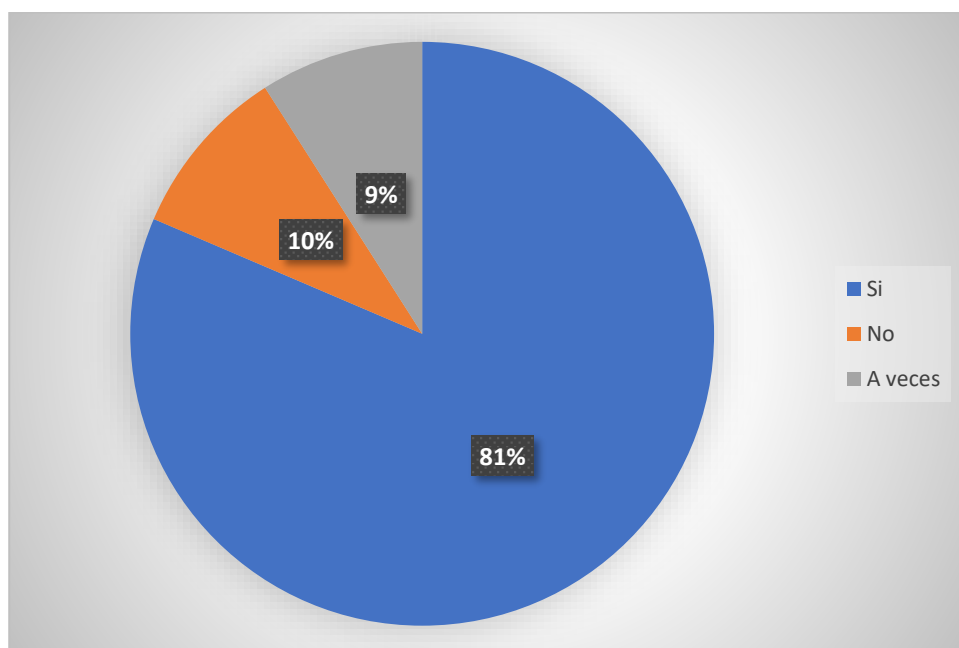


Figura 18. Motivación de los empleados en su empresa.

Fuente. Tabla 4

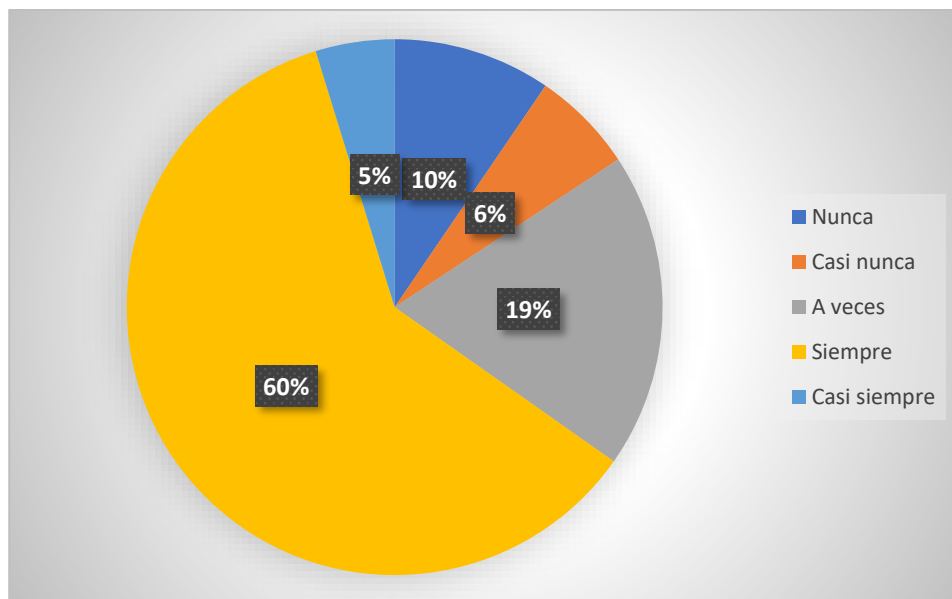


Figura 19. Identificación de las necesidades de sus empleados.

Fuente. Tabla 4

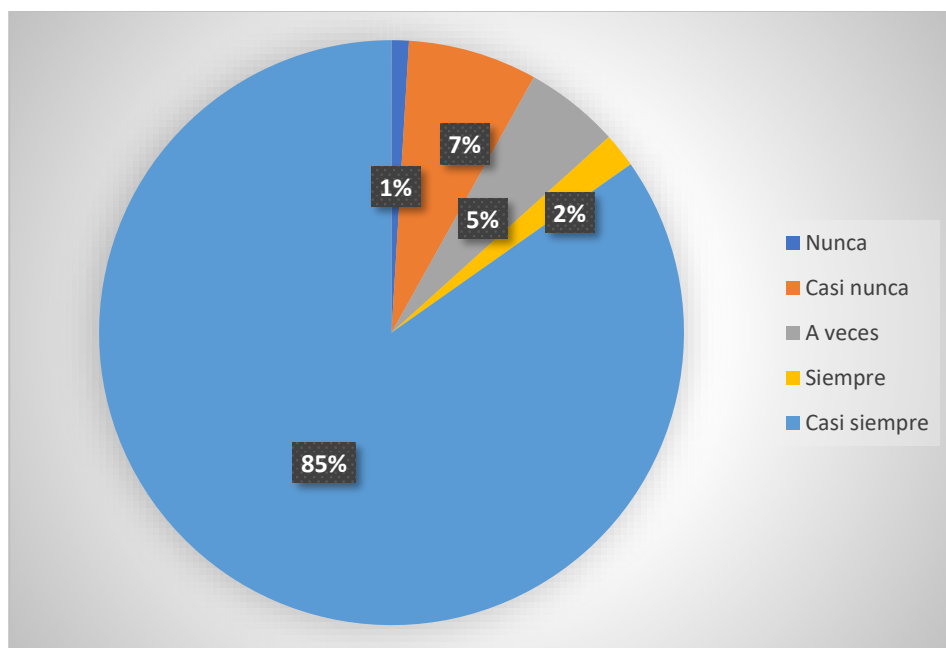


Figura 20. Realizar reuniones y orientar sobre el impulso que presentan sus empleados

Fuente. Tabla 4