

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE
CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE LA MOTIVACIÓN
LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS,
SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE BEBIDAS:
CASO EMPRESA CERVECERÍA SAN JUAN S.A. –
SATIPO, 2021**

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

AUTOR:

CALIXTO TAGLIABUE, MARCO ANTONIO

ORCID: 0000-0002-1987-108X

ASESOR:

Mgr. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

SATIPO – PERÚ

2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Calixto Tagliabue, Marco Antonio

ORCID: 0000-0002-1987-108X

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

ASESORA

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería, ,
Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000 0001 6176 191X

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000 0003 2177 5676

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia
ORCID: 0000 0001 6176 191X

Presidente

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen
ORCID: 0000 0003 2177 5676

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel
ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia
ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por darme la vida, es quien me llena de fuerzas para seguir emprendiendo mis metas e iluminando mis triunfos.

A mi familia y mis hijos por estar en todo momento conmigo siendo el pilar de mis logros y brindándome su apoyo en todo momento.

A mí querida Universidad porque me brinda los conocimientos que necesito para poder afrontar las demandas laborales, a la vez a mis docentes ya que ellos me enseñaron a valorar los estudios y a superarme cada día para formarnos como buenos profesionales.

DEDICATORIA

A Dios.

Quien me ha permitido lograr mis metas que me he venido trazando, quien ilumina mi camino y por sobre todo por darme la vida.

A mis padres.

Por su apoyo constante, por creer en mí y por formarme con los valores bien altos, todo este esfuerzo es para ellos.

A mis hijos.

Por tener esa paciencia de verme esforzándome día a día y por ser mi punto de partida para lograr mi meta trazada.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1 Caratula.....	i
2 Equipo de trabajo.....	ii
3 Jurado evaluador y Asesor.....	iii
4 Agradecimiento y/o Dedicatoria.....	iv
5 Indice de Contenido.....	vi
6 Indice de tablas y figuras.....	viii
7 Resumen y Abstract.....	x
I. Introducción	1
II. Revisión de Literatura	6
2.1.- Antecedentes.....	6
2.2.- Bases Teóricas.....	21
III. Hipótesis.....	30
IV. Metodologías de la Investigación	31
4.1 Diseño de investigación.....	31
4.2 Población y Muestra.....	33
4.3 Definición y Operacionalización de la variable.....	35
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
4.5 Plan de análisis.....	37
4.6 Matriz de consistencia.....	38
4.7 Principios éticos.....	39
V. Resultados.....	40
5.1 Resultados.....	40
5.2 Análisis de Resultados	50
VI. Conclusiones	59
VII. Recomendaciones.....	61

VIII. Referencias Bibliograficas	73
Anexos	76
Anexo N° 01 Cronograma De Actividades	76
Anexo N° 02 Presupuesto	77
Anexo N° 03 Consentimiento informado.....	79
Anexo N° 04: Instrumentos de recolección de datos	789
Anexo N° 05: Validación de expertos.....	82
Anexo N° 06: Prueba de confiabilidad del instrumento.....	88
Anexo N° 07: Declaración jurada	89
Anexo N° 08 Carta de Presentación:.....	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas 1. Características de la propuesta de mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021.....	40
Tabla 2. Características de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021.....	44
Tabla 3. Propuesta de mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021.....	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Motivación en el ambiente de trabajo.....	91
Figura 2. La Comunicación está en una etapa descendente en tu empresa.....	91
Figura 3. Considera apropiada la atención al cliente.....	92
Figura 4. En crecimiento estos últimos años en etapa de pandemia.....	92
Figura 5. Los resultados son eficientes para tu empresa.....	92
Figura 6. Satisfacción personal compartida con tu familia.....	93
Figura 7. Los beneficios son los adecuados.....	93
Figura 8. Información oportuna para cumplir tus metas.....	93
Figura 9. Comunicación oral es constante con tu equipo de trabajo.....	94
Figura 10. Constante comunicación escrita para ver tus avances.....	94
Figura 11. Reclamos u observaciones son resueltos.....	94
Figura 12. Debida importancia a tus sugerencias.....	95
Figura 13. Inquietudes en el entorno laboral.....	95
Figura 14. Incentivos en el tiempo oportuno.....	96
Figura 15. Satisfacción con los salarios mensuales.....	96
Figura 16. Reconocimiento público en tu centro laboral.....	97
Figura 17. Recompensa al llegar a tus metas.....	97
Figura 18. Desempeño laboral cumple con lo solicitado por tu empresa.....	97
Figura 19. Conducta adecuada con tu equipo de trabajo.....	98
Figura 20. La mano de obra con calidad requerida.....	98
Figura 21. Experiencia es un aporte importante para tu empresa.....	98
Figura 22. Capacitación constante para una formación del trabajador.....	99
Figura 23. Agradecimiento de parte de tus líderes.....	99
Figura 24. Tu actitud en el trabajo te lleva a un buen desempeño laboral.....	99
Figura 25. Los premios son los adecuados al esfuerzo que logras.....	100

RESUMEN

La presente investigación Propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A. – Satipo, 2021 tuvo como objetivo general de la investigación determinar la propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A Satipo, 2021. La Metodología fue de diseño no experimental transversal – descriptivo - de propuesta, la población se trabajó con una Mype del rubro comercio, como muestra 9 trabajadores directos, se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 25 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: la variable gestión de calidad, se observa que el 45% están satisfechos con el ambiente de trabajo, el 38% están en desacuerdo que la comunicación es muy fluida y el 45% están en desacuerdo que la atención al cliente en buena. La variable motivación laboral se evidencia que el 36% están en desacuerdo que los incentivos se reflejan en sus números realizados, el 45% está totalmente en desacuerdo que los salarios son los adecuados y el 32% están en desacuerdo que los reconocimientos se cumplan a totalidad. Se concluye que en la empresa es un factor muy esencial e importante que existan estas dos variables, para complacer al trabajador para un rendimiento positivo, esta motivación hace que los trabajadores ofrezcan un servicio de calidad.

Palabra clave: Gestión de calidad, Motivación laboral, Mypes

ABSTRACT

The present investigation Proposal for the improvement of quality management under the focus of labor motivation in micro and small companies, commerce sector, beverage sale item: company case Cervecería San Juan S.A. – Satipo, 2021 had the general objective of the research to determine the proposal to improve quality management under the focus of work motivation in micro and small companies, commerce sector, beverage sales: case company Cervecería San Juan S.A Satipo , 2021. The Methodology was of a non-experimental cross-sectional design - descriptive - of proposal, the population was worked with a Mype from the trade sector, as a sample of 9 direct workers, the survey technique was applied with a questionnaire of 25 questions; obtaining the following results: the quality management variable, it is observed that 45% are satisfied with the work environment, 38% disagree that communication is very fluid and 45% disagree that customer service in good The work motivation variable shows that 36% disagree that the incentives are reflected in their numbers, 45% totally disagree that the salaries are adequate and 32% disagree that the recognitions are met the totality . It is concluded that in the company it is a very essential and important factor that these two variables exist, to please the worker for a positive performance, this motivation makes the workers offer a quality service.

Keywords: Quality management, Work motivation, Mypes

I. INTRODUCCION

Hoy en día, las micro y pequeñas empresas tienen un rol económico importante en el Perú, dando impulso a la economía incrementando significativamente en el PBI del país. Las empresas constituidas o creadas por personas naturales o jurídicas se están rigiendo dentro de la normativa de la Ley Mype, donde su objetivo principal es realizar eventos económicos centrados en la comercialización de bienes y prestación de servicios. También, las micro y pequeñas contribuyen al desarrollo dando oportunidades laborales con una representación del 95% de las empresas del país, contrayéndose en uno de los principales elementos que nos permite combatir la pobreza, según las estadísticas generó un promedio de 26.6% de trabajadores solventes en el Perú (ComexPerú, 2020).

El presente trabajo de investigación denominado “Propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A. – Satipo, 2021” Tendrá como objetivo principal determinar la propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A Satipo, 2021.

En cierta cantidad de las empresas extranjeras, los empleados de esas empresas privadas o no privadas tienden a expresar diferentes necesidades en donde esto crea su motivación para el desenvolvimiento en su trabajo, pero lamentablemente las empresas no observan los signos o se puede decir que no hay interés en motivar a sus

colaboradores para generar resultados positivos para futuras metas de un buen desarrollo en el ambiente organizacional. (García, 2013)

Las empresas en el Perú tienen la mayor deficiencia en motivar a los empleados a diferencia de las empresas extranjeras, esto es el motivo más grande por lo que existe rotación de personal y esto no favorece a la empresa, por una parte, según la estadística puesta por el señor Fernández hay empresas en las cuales se tienen al personal poco motivado al trabajo y así con el crecimiento nulo. (Gutiérrez, 2018)

En Lima en una empresa exportadora muy reconocida, se tuvo una crisis económica por esta razón se informó a todos los trabajadores de forma clara y directa que su empleo estaba en riesgo y que solo se quedarán a trabajar los empleados que destacan en su labor, seguidamente el director de RRHH de dicha empresa señaló que la motivación es muy importante para que el talento sobresalga en estos momentos cruciales. La situación económica estuvo en declive porque los altos cargos directivos no se interesaron en alentar y motivar, para no pasar estos momentos muy difíciles para la empresa. (Manrique, 2014)

En Satipo las empresas decayeron en su producción y esto es consecuencia de que los empleados estén desmotivados hasta el punto de llegar al ausentismo laboral, baja productividad, pérdida de los trabajadores y el peligro de la mala reputación ya que es probable que los trabajadores que abandonaron la empresa estén hablando mal de la empresa. Está bien claro que de RRHH deben tener armas suficientes para restaurar la motivación del personal por el bien de la empresa. (Camacho, 2020)

Las empresas que existen en Satipo, son empresas que tienen la prioridad de

producir, aunque esto no siempre es lo mejor, existe trabajadores que inician a producir aun teniendo conocimientos justos para avanzar. Esta situación se puede prolongar de forma correcta a los colaboradores y por tanto se encuentran con mucha dificultad hasta llegar al punto de no saber resolverlo y eso les desmotiva. (Camacho, 2020)

Por esta razón la investigación se realizó con base a la problemática que está atravesando la empresa ¿cuál es la importancia de la propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021?

Así mismo para poder resolver esta problemática se formuló el siguiente objetivo general determinar la propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A Satipo, 2021; acompañado de sus objetivos específicos: Analizar el ambiente de trabajo en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021, Analizar la comunicación descendente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021. Analizar la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021, Analizar los incentivos en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021. Analizar los salarios de los trabajadores en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021. Identificar los reconocimientos

públicos hacia los trabajadores en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021.

La tesis proviene de la línea de investigación de dirección y ejecución que pertenece a la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del proceso administrativo en donde llega a ser la planeación, seguidamente de la organización, dirección, por último el control. Para realizar esta investigación se tomó la parte de dirección para estudiar las variables gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral

Se justifica términos teóricos ya que es un conjunto de conocimiento que aportara y así mismo incrementara los conocimientos a los interesados de las micro y pequeñas empresas. La gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral es inapropiada en la provincia de Satipo esto se da porque en la actualidad los empresarios o los dueños de la empresa no están interesados en estos dos factores muy importantes por ende se comete muchos errores en la administración del personal, esto se puede ver a la cantidad de rotación personal en la empresa.

Se justifica por práctica ya que permitirá y ayudara a los altos cargos directivos a poder interesarse más aun de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación en las micro y pequeñas empresas para obtener una mejora en la venta y el ingreso de la empresa cervecería San Juan S.A.

Finalmente se **justifica por relevancia social**, porque servirá de guía para poder realizar otras investigaciones que son similares al rubro o variable de estudio, en este caso son la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral, así mismo se puede

decir que esta investigación no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad que nos rodea, de lo contrario será de mucho beneficio a la empresa Cervecería San Juan S.A

La Metodología fue de diseño no experimental transversal – descriptivo - de propuesta, la población se trabajó con una Mype del rubro comercio, como muestra 9 trabajadores directos, se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 25 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: la variable gestión de calidad, se observa que el 45% están satisfechos con el ambiente de trabajo, el 38% están en desacuerdo que la comunicación es muy fluida y el 45% están en desacuerdo que la atención al cliente es buena. La variable motivación laboral se evidencia que el 36% están en desacuerdo que los incentivos se reflejan en sus números realizados, el 45% está totalmente en desacuerdo que los salarios son los adecuados y el 32% están en desacuerdo que los reconocimientos se cumplan a totalidad. Se concluye que en la empresa es un factor muy esencial e importante que existan estas dos variables, para complacer al trabajador para un rendimiento positivo, esta motivación hace que los trabajadores ofrezcan un servicio de calidad.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacional

Variables1: Gestión de Calidad

Limones (2017) en su tesis titulada *“Plan de Marketing para la introducción de una bebida hidratante a base de Lactosuero y enriquecida con vitaminas en la ciudad de Guayaquil”*. Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de ingeniero en marketing, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil – Colombia; Tuvo como objetivo Crear una propuesta de bebida hipotónica para deportistas, a base de lactosuero que contiene proteína, como un valor agregado necesario en la nutrición diaria, que no lo ofrece actualmente el mercado Ecuatoriano. Utilizo el método deductivo analítico, como técnicas de investigación usó la encuesta y la entrevista; cuyas conclusiones fueron: Luego de analizados los resultados obtenidos gracias a la técnica de investigación encuestas, podemos concluir en que la bebida hidratante que se proyecta lanzar al mercado, tendrá la acogida deseada, puesto que la respuesta de la mayoría de encuestados fue afirmativa, sobre si estarían dispuestos a adquirir este producto, lo que garantiza al menos un 50 a 60% de éxito en ventas, dejando el margen restante a la publicidad y demás estrategias de atracción al cliente. El rango de edades comprendido como clientes potenciales, se estableció en 23 a 26 años, indicando que los otros segmentos requieren algo más de atención, para lograr así su captación. A pesar de ser un producto nuevo en el mercado y de tener hasta cierto punto, rivales de mucha trayectoria y experiencia en

bebidas hidratantes, el plus que diferencia este producto frente a los de la competencia, es su compuesto, a base de proteínas, vitaminas y lactosuero, que aportará más que solo hidratación a quienes lo consuman.

Santamaría (2017) en su tesis titulada *“Factores críticos de la gestión de la calidad determinante del éxito sostenido empresarial en las PYMES- Tesis publicado en la Universidad de Carabobo, Venezuela.”* El propósito de esta investigación es determinar los factores de calidad que ayudan a construir una ventaja competitiva para que las pymes puedan alcanzar sus objetivos y mantener un éxito sostenido en el tiempo. Para ello, se presenta en forma de investigación descriptiva en el diseño de documentos. Primero, utiliza palabras descriptivas para la búsqueda de documentos: éxito, pequeña y mediana empresa, competitividad, ventaja competitiva; luego, se realiza un análisis de la información para determinar los factores internos que pueden lograr la ventaja competitiva. En estas conclusiones se estableció un modelo teórico que correlacionó los factores clave de la gestión de la calidad que determinan el éxito del negocio continuo. Definió estos factores, buscó las variables que afectan a cada factor y proporcionó un resumen de los mismos factores.

Sánchez (2015) en su tesis titulada *“Diseño de un plan de marketing relacional, para la fidelización de clientes en la Empresa de Ferro Aleaciones y Plásticos de la ciudad de Guayaquil,”* Como objetivo general, diseñar un plan de marketing relacional para fidelizar a los compradores de Ferro Aleaciones y Plásticos, que permita a las personas involucradas establecer relaciones positivas a largo plazo. Va más allá de los tipos descriptivos y exploratorios de diseño de investigación transversal, población y

muestra. La investigación está compuesta por 150 clientes recurrentes de la empresa y los encuestados, y se obtienen los siguientes resultados: Entre el total de encuestados, Indicando que el 57% de los clientes dijo no tener ningún problema con su servicio, y el 43% dijo si tenía algún problema; de igual forma, los clientes señalaron que pagaron el 35% de las reclamaciones y viceversa el 38%; También señalaron que la empresa sí promocionó sus productos, de los cuales 53% y 47% dijeron que la empresa no promocionaba sus productos; sobre el contenido recomendado por los clientes a la empresa, el 47% recomendaría la empresa, y solo el 6% dijo que nunca lo haría. Recomendaría la empresa Ferro Aleaciones; de igual manera, los resultados mostraron que de los 11 entrevistados, el 40% conoció la empresa a través de carteles, y el 27% conoció la empresa a través de folletos. Además, entre el total de clientes, el 47% de la calidad del servicio de pago es muy buena, por el contrario, el 13% de las personas dijo que la calidad del servicio de pago es mala.

Variables2: Motivación Laboral

Salazar, (2018) Presento la investigación titulada *“La Motivación Laboral y su incidencia en la calidad del servicio en el sector micro empresarial”*. El objetivo de esta investigación es determinar cómo influye la motivación laboral en la calidad del servicio en el sector micro empresarial mediante la investigación documentada para conocer estrategias que ayuden a mejorar el desempeño de los empleadores y la satisfacción del consumidor. Por lo cual la metodología que se emplea en esta investigación hace referencia al uso de fuentes bibliográficas que son de aporte significativo para dar realce al tema y de esta manera obtener información de datos reales que permita sustentar de

manera correcta bases teóricas, conceptos y términos a destacar en la presente investigación. En conclusión, la motivación genera gran impacto en todos los ámbitos de la vida ya que es aquello que mueve al individuo a hacer o no hacer algo por esta razón cabe recalcar que en las organizaciones es relevante contar con motivación laboral puesto que es una herramienta indispensable que ayuda significativamente en el buen funcionamiento de la empresa y sus colaboradores

Castro, (2016) Presento la investigación titulada *“El papel de los valores hacia el trabajo en la motivación laboral y el desempeño de trabajadores de pymes potosinas”* El objetivo principal de esta investigación es determinar la influencia de los valores hacia el trabajo en la motivación laboral y el desempeño de trabajadores de PYMES potosinas para conocer el impacto que tienen los valores sobre los empleados y permitir que las empresas pueden entender el comportamiento humano, analizar la influencia de los valores hacia el trabajo sobre la motivación laboral y el desempeño adaptativo de trabajadores de Pymes potosinas. El tipo de metodología utilizada en esta investigación, fue de tipo cuantitativo, la cual se basa en el uso de técnicas estadísticas para conocer ciertos aspectos de interés sobre la población que se está estudiando y toma por concluido para la presente investigación, de acuerdo a los resultados de la encuesta, los empleados tienen los valores más presentes en lo relativo a apertura al cambio y auto- trascender, lo que significa que son empleados lo que desean de acuerdo a la teoría de Schwartz (1992), retos en la vida y tener una estimulación para poder activarse, así como tener control de las labores que realizan. Buscan también ejercer un control en sus actividades y tomar decisiones; así como tener la oportunidad de explorar. Los empleados están buscando un

ambiente donde haya bienestar y que exista la tolerancia, el aprecio y la comprensión; tienen un gran interés porque la armonía persista. En sí, los trabajadores encuestados en este estudio, son trabajadores que buscan el bien común, que se les permita hacer tareas donde puedan opinar, aportar conocimientos, actividades que tengan retos, sobre todo disfrutar de la actividad que realizan.

Nivel Nacional

Variables1: Gestión de Calidad

Macalopú (2020) con la investigación titulada *“Gestión de Calidad y el Alineamiento Organizacional de las Mype en el Rubro Boticas de Centro de Ferreñafe, Año 2020”* Este estudio tuvo la finalidad de “Determinar la Gestión de la Calidad y el Alineamiento Organizacional de las MYPES en el rubro de Boticas de Ferreñafe, año 2020”. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal. La población de gestión de calidad y alineamiento organizacional es finita. Muestra para gestión calidad y alineamiento organizacional es de 18 trabajadores. Fuente de información el cuestionario de 14 preguntas para la variable “gestión de la calidad”; y “Alineamiento organizacional, los resultados mostraron que 66,7% indican que las boticas aplican la planeación estratégica, lo que les permite el logro de planes y objetivos; 50,0% indican que la botica propone estrategias de atención innovadora de este modo priorizan la satisfacción del cliente. Para la variable “alineamiento organizacional” 55,5% indican que la gerencia tiene alineados las metas y objetivos que generan el éxito de la empresa; finalmente 55,5% indican alineamiento horizontal es relevante pues los trabajadores cumplen sus funciones de acuerdo al área

que pertenecen. Concluyendo las boticas aplican la planeación estratégica, lo que les permite el logro de planes y objetivos; propone estrategias de atención innovadora de este modo priorizan la satisfacción del cliente, la gerencia tiene alineados las metas y objetivos que generan el éxito de la empresa y finalmente el alineamiento horizontal es relevante pues los trabajadores cumplen sus funciones de acuerdo al área que pertenecen.

Horna (2017) en su tesis titulada “*Marketing digital y su relación con el posicionamiento en los clientes de las pastelerías MYPES del distrito de Trujillo, 2017.*”

En este estudio se intentó analizar la relación entre el marketing digital y el posicionamiento de cliente de la serie de clientes MYPES en el área de Trupeillo-2017; considerando la frecuencia de uso de las redes sociales que son muy importantes en la sociedad actual, porque puede hacer uso de la red social. Realice una comunicación rápida y en tiempo real entre las personas y la empresa. La investigación se basa en la teoría de Colvée, J (2010). Estrategias de marketing digital para pequeñas y medianas empresas y De Fleming, Sports & Alberti, M. (2000). Hablemos de marketing interactivo. El marketing digital y el comercio electrónico se refieren a encontrar nuevas formas de llegar al público. Según los datos del INEI, la población estudiada fueron los clientes entre 25 y 45 años, un total de 916 residentes, incluyendo una muestra aleatoria simple de 383 compradores potenciales. La conclusión es que la investigación general asume que existe una correlación positiva estadísticamente significativa entre el marketing digital y la ubicación de la panadería MYPE ($r_s = 0.49$, $p < 0.05$).

Chirinos y Portocarrero (2017) en su tesis titulada “*Propuesta de plan de marketing digital para la Empresa Unimedica E.I.R.L, Arequipa – 2017.*” El objetivo

de la tesis es determinar la factibilidad de aplicar los medios digitales en el trabajo empresarial para seguir desarrollándose y competir con otros, y proponer un plan de implementación del plan de marketing digital de Arequipa para el año. 2017. Después de realizar una investigación de mercado y aceptar una entrevista con su gerente, se puede determinar que Unimedica EIRL tiene una participación relativa del 5% en el mercado local y su mercado objetivo son los clientes privados (clínicas, clínicas, laboratorios, policlínicos). Salud, MINSA, gobierno local). Sus principales competidores son grandes empresas nacionales como Jaime Rojas o Droguería M&M, así como pequeñas empresas locales. Las investigaciones han descubierto que el uso de medios digitales es fundamental para la relación entre las empresas y los clientes. El objetivo de este plan de marketing digital es buscar un crecimiento económico y rentable, así como incrementar la cuota de mercado y consolidar las relaciones con los clientes. Para ello, se han propuesto diversos planes de acción, tales como; presencia en redes sociales, participación en comunidades digitales y actividades sociales, publicidad online y sitios web institucionales. Invertir S/ 44.040 en el primer año de implementación (2017). Finalmente, todas estas acciones serán controladas a través de diversos mecanismos encaminados a lograr las metas establecidas. La conclusión es que, a finales de 2017, el uso de herramientas en medios digitales y la captación de nuevos clientes incrementarán las ventas en más de un 10%, y gracias a estas herramientas se optimizarán los costos, como en los servicios y acciones de pedidos. Vendedor. A largo plazo, todo esto traerá mayores ganancias y crecimiento económico a Unimedica E.I.R.L.

Variables2: Motivación Laboral

Reynaga, (2015) Presento la investigación titulada *“Motivación y desempeño laboral del personal en el hospital Hugo Pesce Pescetto de Andahuaylas, 2015.”* Con el objetivo de: Determinar la relación entre la motivación y el desempeño laboral del personal en el Hospital Hugo Pesce Pescetto de Andahuaylas, 2015. Siendo la metodología en donde corresponde al enfoque cuantitativo, así mismo el tipo de investigación es aplicada porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se requieren como también el diseño de que se utilizó en la presente la investigación fue de tipo experimental, transaccional correlacional; no experimental porque se observaron situaciones existentes dentro de las áreas de estudio del Hospital Hugo Pesce Pescetto; transaccional y con la conclusión Siendo el objetivo general determinar la motivación y su relación con el desempeño laboral del personal en el Hospital Hugo Pesce Pescetto de Andahuaylas, 2015. El valor de “sig.” es de 0.000 que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0); por tanto, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que existe relación significativa entre la motivación y desempeño laboral del personal en el Hospital Hugo Pesce Pescetto de Andahuaylas, 2015. Además, la correlación de spearman es 0.488 lo que indica una correlación positiva moderada.

Espejo, (2020) Realizó un proyecto titulada, *“La motivación y el desempeño laboral, en la empresa: belén motor´s, Huánuco, 2020”*. Determinar cómo la motivación influye en el desempeño laboral, en la empresa Belén Motor´s. Huánuco, 2020. Con la metodología de esta investigación en donde se desarrolló dentro de los parámetros de

una investigación de tipo cuantitativo, El nivel de investigación que se desarrolló se enmarca dentro de la investigación descriptiva y así mismo el diseño de Investigación es descriptivo – Correlacional, ya que se ha realizado sin manipular deliberadamente las variables y se desea conocer la relación de influencia entre ellos. Por consiguiente, se obtuvo como resultado en donde se comprobó que la motivación influyen de manera positiva en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Belén Motor's, esto se corroboró a través de medios estadísticos como la aplicación del estadístico Chi – cuadrado de Pearson, pero también se pueden observar en las tablas y figuras del presente informe de investigación.

Granda, (2019) en su proyecto titulado *“la motivación y el desempeño laboral de los trabajadores del banco Falabella – agencia bellavista- callao, periodo 2018”* tiene como objetivo específico: Demostrar si existe influencia entre la motivación y el desempeño laboral de los trabajadores en el Banco Falabella – Agencia Bellavista Callao, periodo 2018. En lo cual se usó la metodología de tipo aplicada, de nivel correlacional causal y así mismo de diseño No experimental. Por último, se llegó a la conclusión que la motivación intrínseca influye significativamente en el desempeño laboral de los trabajadores en el Banco Falabella – Agencia Bellavista-Callao 2018, con un coeficiente de correlación de 0.564, se tiene que mejorar en las responsabilidades, satisfacción laboral, realización, reconocimiento de los trabajadores, y así tendremos trabajadores motivados que puedan cumplir los objetivos institucionales.

Nivel Local

Variables1: Gestión de Calidad

Samaniego (2018) en su tesis *“Caracterización de la gestión de calidad bajo en enfoque de neuromarketing en las mypes del rubro tienda de ropa de distrito de Pangoa, provincia de Satipo, año 2018”* para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Tuvo como objetivo general determinar la Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque del neuromarketing, de las Mypes, rubro tienda de ropa del distrito de Pangoa, provincia de Satipo, año 2018. La misma que se desarrolló bajo metodología de investigación del tipo descriptiva, no experimental, transversal y la aplicación de un cuestionario estructurado por 19 preguntas contenidas en una encuesta, obteniéndose como resultados: el 80% de los representantes legales pertenecen al sexo masculino, de edades entre 46 años a más, con grado de instrucción secundaria, el 40% de las Mypes tienen entre 1 a 5 años de funcionamiento y un 40% de entre 11 años de funcionamiento a más, cuentan de entre 1 a 4 trabajadores, y en su mayoría tienen diseñada su estructura organizacional; que el 80% de la muestra encuestada tienen definidas su Misión, Visión y Valores, el 100% gestiona su Mype bajo la filosofía de la mejora continua buscando mejorar día a día la calidad de su producto y brindar una buena atención, las mismas que se administran bajo las herramientas de gestión administrativa, siguiendo un plan de negocios; el 80% consideran que su Mype satisface la necesidad de su mercado objetivo, mismos que los eligen por motivaciones racionales – necesidades es decir atributos del producto, afirmando que conocen los alcances del neuromarketing, y que un 60% ha implementado una estrategia de neuromarketing que

es la investigación de mercado y al otro 40% afirma que les gustaría implementar estas estrategias por el bien de su negocio, dándole mucha importancia al neuromarketing como influenciador en el comportamiento de compra de los consumidores, creyendo que este puede resultar muy beneficioso para su negocio, pero consideran la principal barrera es costo de implementación de este elemento. En tal sentido se aprecia que la calidad y el neuromarketing son indispensables para la competitividad de las empresas.

Ore, (2021) en su tesis titulada *“Propuesta de Mejora del Marketing Digital y Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios, Rubro Restaurantes del Distrito de Satipo, 2021”* Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad católica los Ángeles de Chimbote. La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar si la mejora del marketing digital y gestión de calidad permite un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Satipo, 2021. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta. Para el recojo de la información se utilizó una muestra de 21 micro empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario con 25 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Los principales resultados que se obtuvieron fueron que el 62% las redes sociales presentan información útil para los clientes de la empresa, el 86% nunca han actualiza los contenidos de la página web, el 67% indicaron que desarrollan etapas de planificación, ejecución y control en el proceso de inspección de calidad. El 71% manifestaron que al mejorar los servicios habrá más concurrencia de clientes. La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas en su mayoría conocen en cuanto al marketing digital y gestión de calidad, no obstante, no cuentan con una página web

comercial y tienen dificultad en adaptarse al cambio.

Porras (2018) en su tesis titulada “*Gestión de Calidad Bajo el Enfoque del Marketing en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Ferretería, Distrito Satipo, Junín, 2018.*” tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Tuvo como problema el siguiente: ¿Cuál es las características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las micro y pequeñas empresas, rubro Ferretería, distrito Satipo, Junín, 2018? Y como objetivo general: Determinas las características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las micro y pequeñas empresas, rubro Ferretería, distrito Satipo, Junín, 2018, en la cual se utilizó una metodología de tipo cuantitativa, de diseño no experimental/transversal/descriptivo, y de una población conformada por 4 empresas, La investigación se justificó, desde el punto de vista teórico, que la gestión de calidad y el marketing son instrumentos que ayudaran a la toma de decisiones para la presentación de escenarios de negocios y comercialización de los productos que ofrece la mype, en la cual se aplicó un cuestionario estructurado por 24 preguntas, a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: se observó que el 100.00% de los encuestados tienen entre 31 y 40 años, se observó que el 100.00% de ellos afirmaron que el liderazgo contribuyo e influye de una manera eficaz en la empresa, por otro lado el 100.00% de ellos afirmaron que la empresa cuenta con un organigrama, también se observó que el 100.00 % de ellos afirmaron que si reciben información a través de los medios de comunicación más usados en el distrito.

Variables2: Motivación Laboral

Rojas (2022) en su tesis titulada *“Propuesta de Mejora de Motivación Laboral y Atención al Cliente en la Microempresa Botica Pharmacentral del Distrito de Pachacamac, 2022.”* Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Para tal fin se planteó como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. La metodología de investigación corresponde a un diseño no experimental transversal, para nuestra investigación se tomó una muestra intencionada no probabilística de tipo censal en tal sentido se trabajó con 7 colaboradores. La técnica para el análisis de la investigación fue la encuesta, y como instrumento se utilizó un cuestionario codificado en una escala de Likert con el que se obtuvo el siguiente resultado que muy pocas veces un 71.40% de colaboradores manifiestan sentirse seguros en su puesto de trabajo, el 85.70% afirma que muy pocas veces la empresa cubre un seguro de vida y el 71.40% de ellos manifiestan que muy pocas veces la empresa se preocupa por su integridad física. Se concluyó con el establecimiento de acuerdo a los resultados obtenidos una propuesta adecuada que fue medida en un primer momento para determinar deficiencias que luego fueron evaluados para presentar propuestas para mitigarlas consolidadas en la propuesta de mejora estructurada en un plan para poder ser ejecutada.

Chulluncuy, (2015) Lleva por título *“El clima organizacional y satisfacción laboral de los servidores públicos de la municipalidad del distrito de rio negro,*

provincia de Satipo 2015, con el objetivo de: Establecer la relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral de los servidores públicos de la municipalidad del distrito de Rio Negro, provincia de Satipo 2015, para esto se utilizó la metodología del tipo de conocimientos previos usados en la investigación, La investigación desarrollada es básico. Es básico: porque consiste en describir un fenómeno o una situación mediante el estudio mismo en una circunstancia temporal y espacial determinada. Así mismo es del nivel descriptivo, explicativo y relacional. Es descriptivo Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice, por último, llegamos a la conclusión que en la tabla y gráfica N° 01. Respecto del clima organizacional, el 30% de los encuestados respondieron nunca y bastantes veces, El 25% respondió siempre; Con estos resultados concluimos que el clima organizacional en los servidores públicos de la municipalidad de Rio Negro no es el adecuado. El grado de asociación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral es adecuado, es decir. Existe relación significativa entre el clima organizacional y la satisfacción laboral de los servidores públicos de la municipalidad del distrito de Rio Negro, provincia de Satipo 2015. Con 9 gl. Y $\alpha = 0.05$.

Ramos (2018) en su tesis titulada “*Clima Organizacional y Desempeño Laboral de los trabajadores de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones – Junín 2018.*” Tesis para optar el grado académico de maestra en gestión Pública en la Universidad católica los Ángeles de Chimbote. En este trabajo se planteó como objetivo general, determinar la relación que existe entre Clima Organizacional y Desempeño Laboral de los trabajadores contratados de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones – Junín 2018. El estudio realizado uso una metodología como

descriptivo, el diseño fue descriptivo correlacional, se consideró una muestra de 45 trabajadores contratados. El método general utilizado es científico, y los específicos son estadístico y descriptivo, el tipo es no experimental, la técnica de la investigación utilizada es la encuesta, el instrumento utilizado es el cuestionario de encuesta, la misma se realizó la validación y confiabilidad por el experto, además de utilizar el procesamiento de datos Excel. Al finalizar la investigación se verificó que se determinó que existe una relación moderada entre Clima Organizacional y Desempeño Laboral en los trabajadores contratados de la Dirección Regional de Transporte y Comunicaciones Junín – 2018. Luego de aplicar los instrumentos de investigación se tiene rho de spearman $r_s = 0,674$ En consecuencia la t calculada es mayor que t teórica ($4,31 > 2,01$). Se concluye que se determinó que existe una relación moderada entre Clima Organizacional y Desempeño Laboral en los trabajadores contratados de la Dirección Regional de Transporte y Comunicaciones Junín. Al tener un clima organizacional adecuado también se tendrá un buen desempeño en los empleados donde la empresa y todos en general serán beneficiados.

2.2.- Bases Teóricas.

Variable N° 01 Gestión de la Calidad

Una buena calidad es una condición que debe tener toda empresa para conseguir mayor rendimiento en su actividad ya sea ofreciendo productos o servicios, una buena gestión de calidad se ofrece cuando el ambiente de trabajo, las maquinas, comunicación descendente, la atención al cliente entre otros, se encuentran en su mayor punto de mantenimiento para lograr mayor satisfacción al público, (Gonzales, 2016)

La gestión de calidad es una serie de procesos sistemáticos que le permiten a cualquier empresa u organización planear, ejecutar y controlar las distintas actividades que lleva a cabo, cuando esto se lleva a cabo garantiza estabilidad y consistencia en el desempeño para cumplir con las expectativas de los clientes. (Raffino, 2021)

La gestión de calidad es una herramienta fundamental para planificar, realizar y controlar actividades que desarrollan de manera organizada con la finalidad de conseguir los objetivos planificados, es decir se desarrollarán acciones enfocadas en el logro de los objetivos planteados utilizando el proceso dinámico de la administración, (Cortés, 2017) la calidad es lo que el consumidor está dispuesto a pagar por la satisfacción del producto que compra y es el atractivo que conquista el interés de consumo de un cliente por un determinado producto que considera satisfactorio a sus necesidades.

La gestión de calidad es un proceso, procedimientos que busca gestionar en las organizaciones el desarrollo correcto y adecuado de los procesos de fabricación de los productos y sobre todo la satisfacción de los clientes. La gestión de calidad es aquel proceso que permite combinar calidad del producto, ventas del mismo e ingresos con

productividad, costes y gastos, logrando de manera más rápido los objetivos planteados. La gestión de calidad total es una estrategia para conseguir el equilibrio entre lo que el cliente piensa de lo que se ve (percepciones) y lo que realmente siente al consumir dicho producto (expectativas), Izquierdo, (Salah y Verdú, 2018).

Sistemas de Gestión de calidad (ISO 9001, ISO 14001 e ISO 45001)

(Calso y Pardo, 2018) sostienen lo siguiente sobre los Sistemas de Gestión de calidad (ISO 9001, ISO 14001 e ISO 45001):

- **Los Sistemas de Gestión de calidad** son conjuntos de acciones que realizan los organismos encargados de la gestión de calidad, basándose en las leyes y normas que están estipuladas en las normas de estandarización de la calidad con el fin de crear valor, confianza, lealtad y fidelización por parte de los clientes. Los objetivos que se deben alcanzar en el sistema de gestión de calidad son los siguientes tales como: conseguir el compromiso de todos los miembros de la empresa, crear conciencia del compromiso de cada miembro de la organización, además lograr que cada uno de los miembros sienta que es proveedor y cliente de otras personas. Crear empatía y lograr en la mayoría de los casos que los problemas sean vistos como oportunidades y que las empresas sepan aprovechar en el momento indicado, convirtiendo las oportunidades en fortalezas.

La gestión de calidad es la organización de actividades que con ayuda de estrategias contribuyen al logro de objetivos y metas lo cual es muy importante para la sociedad y para las empresas porque el resultado será un producto de altos estándares de calidad que logre la satisfacción de las necesidades de los clientes.

- **Beneficios de un sistema de gestión de calidad**

Al implantar un sistema de gestión de calidad llega a afectar cada aspecto del desempeño de la empresa, estos beneficios de un sistema de gestión de calidad son:

- Satisfacer las necesidades de todos los clientes en donde ayuda a ganar más la confianza de los clientes y así mismo a traer a nuevas personas que se vuelven clientes.
- Satisfacer las necesidades de la empresa, ya que garantiza el cumplimiento de los suministros de los productos y servicios de la manera más eficiente de los recursos, llegando a obtener el crecimiento, ganancia y también la expansión

- **Elementos y requerimientos de un Sistema de gestión de calidad**

Cada elemento que se encuentra en el sistema de gestión de calidad nos ayuda a encontrar los objetivos en donde satisface las necesidades de los clientes y de la empresa en general, todos los sistemas tienen en comunes estos elementos:

- El manual de calidad
- Los procedimientos
- Gestión de datos
- Procesos internos
- Análisis de calidad
- Oportunidad de mejora

- **Sistema de Gestión de calidad según ISO-14001:2015**

(ISO 2017) menciona lo siguiente sobre el Sistema de Gestión de calidad ISO14001:2015: que este nombre de Sistema de Gestión de calidad ISO-14001:2015 es gracias a un organismo global, el cual estipuló normas y leyes de estandarización en cuanto a la calidad y es muy importante cumplimiento adecuado de estas normas, porque ayuda al mejoramiento e innovación de los procesos y a ahorrar tiempo y dinero.

Trabajo en Equipo

toda organización, sin importar cuál es su carácter, está conformada por seres humanos. Son éstos quienes le dan vida y cuya experiencia, talento, dedicación y entusiasmo serán las razones fundamentales de su éxito. Según lo sustentado por (Maldonado, 2011)

Método para implementación de Gestión de Calidad

Kaizen significa El mejoramiento en marca que involucra a toda la alta administración, gerentes y trabajadores. La filosofía del Kaizen supone que nuestra forma de vida sea nuestro trabajo, vida social o vida de familia, tiene que ser mejorada de manera constante. El mensaje de la estrategia de Kaizen es que no se debe pasar un día sin que se haga algún mejoramiento en algún lugar de la organización. Mejorar los estándares (niveles de calidad, costos, productividad, tiempos de espera) significa establecer estándares más altos. Una vez realizado esto, el trabajo de mantenimiento por la administración consiste en hacer que se observen los nuevos estándares. El mejoramiento duradero solo se logra cuando la gente trabaja para estándares más alto. El inicio para el mejoramiento es reconocer la necesidad, si no se detecta algún problema, tampoco se conoce la necesidad de cambiarla, la complacencia es el archienemigo de Kaizen, pues

enfatisa el reconocimiento de problemas, proporciona pistas para la identificación de los mismos y es un proceso para la resolución de estos. Según lo manifestado por (Moreno, 2011)

Características del Kaizen:

- Hace participar a sus empleados a través de las sugerencias.
- El objetivo es que lo empleados usen sus ideas así y lo realicen como sus manos.
- Cada subordinado tiene sólo una parte de la información para cumplir con su tarea.
- Dado el hecho, cada vez tiene más importancia la red de trabajo.
- La inteligencia social tiene gran importancia para triunfar en un mundo donde se trabaja en equipo.
- Genera el pensamiento orientado al proceso, ya que los procesos deben ser mejorados antes de que obtengan resultados esperados.

En el enfoque Kaizen se trata de entrada al mercado en posición a salida del producto (Moreno, 2011)

El Control Total de Calidad (CTC)

Es uno de los componentes fundamentales del Kaizen y está centrado en el mejoramiento del desempeño administrativo en todos los niveles. Según (Moreno, 2011)

- Aseguramiento de la calidad.
- Disminución de costos.
- Cumplir con las cuotas de producción.
- Cumplir con los programas de entrega.

- Seguridad.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Mejoramiento de la productividad.
- Administración de proveedor.”

Software para la Gestione de la calidad

A través del software ISOTools para la gestión de calidad se hace la definición, medición, mantenimiento y sobre todo la toma de decisiones basado en resultados de los datos actuales de la empresa, así mismo el ISOTools ofrece una excelente solución mediante avanzada plataforma de tecnología.

Dimensiones

a) **Ambiente de trabajo.-** Este es la clave para que los trabajadores rindan más y mucho más aún para que les motive a cumplir con sus tareas, con esto para que sumen el crecimiento de dicha empresa, de esta forma el resultado de todo esto será al grado de obtener una satisfacción para los trabajadores y una mejora de los beneficios de los negocios. (Pérez & Merino, 2014)

b) **Comunicación descendente.-** Este tipo de comunicación es importante para poder cumplir la visión misión, metas, objetivos, políticas, ya que este comunicación ya que la información es de arriba hacia abajo, de altos cargos a colaboradores usando la comunicación oral y escrita. (Corvo, 2019)

c) **Atención al cliente.-** Es aquel servicio que prestan a otras empresas o al público, esto se usa para que los clientes se comuniquen directamente con el producto, en caso que el público quiera manifestar su reclamo, sugerencias, plantear inquietudes

sobre el producto o el servicio. (Ucha, 2019)

Variable N° 02 Motivación Laboral

La motivación laboral es la reacción de los trabajadores de una empresa a reacciones atractivas en donde generan buen desempeño. La motivación de una persona pues es a raíz de los incentivos, premios, aumento de salarios o un reconocimiento público, pero cabe decir que es muy importante conocer a los trabajadores ya que no todos tienen la misma motivación. (Orellana, 2018)

La motivación se define como la necesidad o el deseo que empuja o dirige nuestro comportamiento, se subyace a toda tendencia por la supervivencia. Al motivar de manera acertada a los empleados se lograra que los empleado creen un sentido de pertenencia y la actividad que realiza cada uno de ellos arrojará resultados positivos con el fin de contribuir con éxito a lo que la empresa llega a ser. (Peña, 2017)

La motivación viene a ser la fuerza que obliga a mover al individuo y así obtener resultados donde le hará sentir más satisfechos con sus circunstancias. La motivación es la parte en donde nos hace desplazar hacia una meta o un objetivo que va resolver alguna necesidad del individuo. (Montañés, 2018)

Motivar es un proceso que utiliza los incentivos y también los estímulos y esto sirve para atraer el deseo de las personas con el objetivo de alcanzarlos. Las personas por lo general se sienten motivadas cuando perciben los estímulos necesarios en donde obliga a realizar los esfuerzos y así mismo a orientar sus comportamientos para satisfacer sus necesidades más profundos o los deseos. (Peña, 2015)

La motivación laboral ha constituido un proceso de mayor importancia como por

ejemplo en la investigación como también en la gestión organizacional, esto permite demostrar que los estímulos o como también los elementos aportan mayor energía en el comportamiento del individuo, se puede decir que el sujeto se lleva de energía por un motivo muy fuerte. (Peña, 2015)

Se sabe que las personas trabajan por diferentes razones, entonces se puede decir que lo que es muy importante para uno para el otro no lo será, la motivación siempre será personal y diferente, por esta razón se debe conocer a los trabajadores de forma individual para tener en cuenta que es lo que los motiva, se sabe que hay algunos que trabajan para satisfacer sus necesidades básicas para sobrevivir así como también otros trabajan para complacer su ego o algo más profundo. (Velasco, Bautista, Sánchez & Cruz, 2016)

Dimensiones

a) **Incentivos.-** Está relacionado a una recompensa que está determinado por un desempeño o conducta que realizan los colaboradores frente a una actividad dentro de una empresa. (Roldan, 2016)

b) **Salarios.-** Es una remuneración que es dada a una persona, se puede decir que también es un pago por el trabajo realizado, este tipo de pago se puede dar por diversos factores como por ejemplo puede ser la disponibilidad de mano de obra, los convenios sindicales, así mismo la experiencia o formación del trabajador. (Caballero, 2015)

c) **Reconocimiento público.-** Es el acto de distinguir a una persona dándole el agradecimiento o felicitaciones en público por su buena actitud en el trabajo, también

se dice que el reconocimiento se puede llevar a cabo por diversos premios. (Pérez & Merino, 2014)

III. Hipótesis

Carbajal, (2019) Los estudios descriptivos se concentran en medir con una máxima precisión posible, por el hecho de que sea un acto de medir un fenómeno para poder describirlo **no requiere de hipótesis**, por lo tanto se llega a la conclusión que una investigación descriptiva carece de hipótesis.

Por lo tanto, en esta investigación titulada *Propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral en la micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A. – Satipo, 2021* no se consideró la formulación de hipótesis por ser una investigación descriptiva, de propuesta.

IV Metodología de la Investigación

4.1 Diseño de investigación

El diseño que se empleó para la realización de esta investigación fue no experimental - transversal – descriptivo – de propuesta.

No Experimental

Raffino, (2021) Se basa en una investigación sin la necesidad de una intervención directa por parte del investigador, en otras palabras el investigador no alterara el objeto de estudio, en este diseño de investigación no experimental solo se observan los fenómenos o los acontecimientos tal y como se dan en su verdadera naturaleza para luego analizarlos, así mismo se puede decir que esta investigación solo se observan situaciones ya existentes.

El estudio fue no experimental, ya que no se manipularan las variables gestión de calidad y motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A. – Satipo, 2021, se describió solo su contexto natural, sin manipulación ni modificación de su definición.

Transversal

Es un método muy estructurado en donde recopila y analiza la información que se obtuvo de diferentes fuentes este método se llevó a cabo con herramientas estadísticas con el único fin de cuantificar el problema de la investigación. Esta investigación cuantitativa busca medir el fenómeno y expresarlo en cifras y para esto se usó las encuestas para recoger información. (Fernández, 2021)

Es aquella que emplea el fenómeno de forma numérica para poder expresar el trabajo por medio de técnicas en lo cual se experimenta numéricamente, así mismo se dice que están centrados en la causa y efecto de las cosas en donde luego puede ser generalizados. (Raffino, 2020)

Fue Transversal, porque se recolecto información de las variables gestión de calidad y motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A. – Satipo, 2021, en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente en el 2021

Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se centra en describir el fenómeno en el momento actual, en donde tiene como finalidad de obtener información del fenómeno o situación que se desea estudiar, en donde se utilizara el instrumento de encuestas para poder sacar conclusiones concretas para poder entender el comportamiento del fenómeno. (Jervis, 2020)

La investigación descriptiva tiene como objetivo principal de llegar a conocer todo el comportamiento para poder describir con exactitud el objeto de estudio, así mismo se encarga de identificar si existe una relación entre dos o más variables. (Pérez, (2018)

La presente investigación fue descriptiva, porque se basó en describir las características de la gestión de calidad y motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A. – Satipo, 2021.

Propuesta

Una investigación de propuesta consiste en un proceso que conlleva la implantación de un conjunto de actividades que se desarrollan con el objetivo de mejorar las deficiencias encontradas en las variables de estudio. (Monroy y Nava 2018)

La presente investigación fue de propuesta de mejora estableciendo un plan de mejoras basándose en los resultados encontrados, con el fin de que la empresa pueda implementar y reducir las debilidades encontradas para luego convertirlas en fortalezas.

4.2 Población y Muestra

Población

En esta investigación la población está ubicada en la Av. Alameda Marginal Norte 1592 - Rio Negro - Satipo - Junín, la empresa Cervecería San Juan S.A, con RUC 20128915711, La población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

Población o universo Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones (Sampieri, 2014).

Muestra

El tipo de muestreo es no probabilística porque su muestra es menor a 30 participantes, se aplicara a 09 personas directamente involucradas con la empresa, personal que está en planilla de la Cervecería San Juan S.A de la provincia de Satipo -

Chanchamayo.

Es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo. (Sampieri 2014),

4.3 Definición y Operacionalización de la variable

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de Medición
Variable 1: Gestión de Calidad	La gestión de calidad es una serie de procesos sistemáticos que le permiten a cualquier empresa u organización planear, ejecutar y controlar las distintas actividades que lleva a cabo, cuando esto se lleva a cabo garantiza estabilidad y consistencia en el desempeño para cumplir con las expectativas de los clientes. Raffino, (2021)	<p>a) Ambiente de trabajo</p> <p>b) Comunicación descendente</p> <p>c) Atención al cliente</p>	<p>a) ambiente de trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> • crecimiento • resultado • satisfacción • beneficios <p>b) comunicación descendente</p> <ul style="list-style-type: none"> • información • comunicación oral • comunicación escrita <p>c) atención al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • reclamo • sugerencias • inquietudes 	<p>1.- ¿Se siente motivado o estimulado en su ambiente de trabajo?</p> <p>2.- ¿Considera Ud. Que la Comunicación está en una etapa descendente en tu empresa?</p> <p>3.- ¿Considera apropiada la atención al cliente?</p> <p>4.- ¿Considera que van en crecimiento estos últimos años en etapa de pandemia?</p> <p>5.- ¿Consideras que tus resultados son eficientes para tu empresa?</p> <p>6.- ¿Tu satisfacción personal está siendo compartida con tu familia?</p> <p>7.- ¿Consideras que tus beneficios son los adecuados?</p> <p>8.- ¿Recibes información oportuna para cumplir tus metas?</p> <p>9.- ¿La comunicación oral es constante con tu equipo de trabajo?</p> <p>10.- ¿Recibes constante comunicación escrita para ver tus avances?</p> <p>11.- ¿Consideras que tus reclamos u observaciones son resueltos?</p> <p>12.- ¿Le dan la debida importancia a tus sugerencias?</p> <p>13.- ¿Expresas tus inquietudes en el entorno laboral?</p>	Propietario	<p>Likert</p> <p>(Siempre, casi siempre, a veces, muy pocas veces, nunca)</p>

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de Medición
Variable 2: Motivación Laboral	La motivación laboral es la reacción de los trabajadores de una empresa a reacciones atractivos en donde generan buen desempeño. La motivación de una persona pues es a raíz de los incentivos, premios, aumento de salarios o un reconocimiento público, pero cabe decir que es muy importante conocer a los trabajadores ya que no todos tienen la misma motivación. Orellana, (2018)	a) Incentivo b) Salarios c) Reconocimiento publico	a) Incentivo <ul style="list-style-type: none"> • recompensa • desempeño • conducta b) Salarios <ul style="list-style-type: none"> • Mano de obra • Experiencia • Formación del trabajador c) Reconocimiento publico <ul style="list-style-type: none"> • Agradecimiento • Actitud en el trabajo • Premios 	14.- ¿Cumplen con tus incentivos en el tiempo oportuno? 15.- ¿Te sientes satisfecho con tu salario mensual? 16.- ¿Existe un reconocimiento público en tu centro laboral? 17.- ¿Tu empresa te recompensa al legar a tus metas? 18.- ¿Consideras que tu desempeño laboral cumple con lo solicitado por tu empresa? 19.- ¿Tienes una conducta adecuada con tu equipo de trabajo? 20.- ¿La mano de obra esta con toda la calidad requerida? 21.- ¿Consideras que tu experiencia es un aporte importante para tu empresa? 22.- ¿Recibes capacitación constante para una formación del trabajador? 23.- ¿Recibes agradecimiento de parte de tus líderes? 24.- ¿Tu actitud en el trabajo te lleva a un buen desempeño laboral? 25.- ¿Consideras que tus premios son los adecuados al esfuerzo que logras?	Propietario	Likert (Siempre, casi siempre, a veces, muy pocas veces, nunca)

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

La técnica que se realizó en esta investigación fue la encuesta para recolectar información, esta encuesta fue aplicada a los trabajadores de las Cervecerías San Juan S.A. Este instrumento que se utilizó es de un cuestionario de 25 preguntas cerradas con una escala Likert para obtener información en rasgos amplios.

El cuestionario es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir. (Sampieri, 2014)

Las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado, dicho cuestionario está diseñado para obtener información específica. (Naresh K, 2008)

4.5 Plan de análisis

El análisis de datos se realizó por medios estadísticos descriptivos como son el uso de tablas de distribución de frecuencias porcentuales, quiere decir que se realizó tablas, cuadros y gráficos y la validación del instrumento de investigación.

Un plan de análisis se utiliza para revisar y planificar los datos obtenidos luego de la aplicación de la encuesta, su importancia se basa en que posibilita la descripción y simplificación de los datos obtenidos. Además, ayuda a reconocer la relación entre las variables utilizadas para el estudio, realizando una comparación de las mismas y hallando sus respectivas diferencias para después predecir los resultados posteriores. (Hernández y Mendoza, 2018)

4.6 Matriz de consistencia

Titulo	Enunciado	Objetivos	Variables	Metodología	Población y Muestra	Técnica e instrumento	Plan de Análisis
<p>“Propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A. – Satipo, 2021”</p>	<p>¿Cuál es la propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A Satipo, 2021?</p>	<p>Objetivo General Determinar la propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A Satipo, 2021</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar el ambiente de trabajo en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A Satipo, 2021. • Analizar la comunicación descendente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A Satipo, 2021 • Analizar la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A Satipo, 2021 • Analizar los incentivos en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A Satipo, 2021 • Analizar los salarios de los trabajadores en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A Satipo, 2021 • Identificar los reconocimientos públicos hacia los trabajadores en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A Satipo, 2021 	<p>Variable 1: Gestión de Calidad</p> <p>Variable 2: Motivación Laboral</p>	<p>La Metodología fue de diseño transversal – no experimental, de tipo cuantitativo, nivel descriptivo</p>	<p>Población – Muestra la población se trabajó con una Mype del rubro comercio, como muestra 9 trabajadores directos</p>	<p>Técnica Instrumento Encuesta Cuestionario</p>	<p>El análisis de datos se realizó por medios estadísticos descriptivos como son el uso de tablas de distribución de frecuencias porcentuales, quiere decir que se realizó tablas, cuadros y gráficos y la validación del instrumento de investigación.</p>

4.7 Principios éticos

Respeto por la persona.- El bienestar como también la seguridad de las personas involucradas es el fin más importante de la investigación por ende se protege toda diversidad de socio cultural, identidad creencia y religión, este principio ético hace que las personas participen voluntariamente a la investigación y por ultimo dispongan información precisa.

Beneficencia y no maleficencia.- toda investigación debe tener cuidado con la vida y así mismo con el bienestar de las personas que participan en esta investigación, lo importante para el investigador debe ser a que tiene que tener cuidado en causar daño y con las mismas maximizar el beneficio.

Justicia.- Este principio prohíbe exponer en riesgos a una o a un grupo de personas para beneficiar a otro, pues se debe dividir de forma parcial riesgos y beneficios. Así, por ejemplo, cuando la investigación se financia con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o de ciencia que se inicien deben estar a disposición para todo el público más no solo para unos pocos privilegiados que permita satisfacerse al acceso de esos beneficios.

Libre participación y derecho a estar informado.- Las personas involucradas en esta investigación tienen el derecho de poder estar completamente informados sobre los propósitos de la investigación que se desarrolla en el proceso.

Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad.- En esta investigación se respeta los derechos de los animales, así mismo el cuidado del medio ambiente y de todo ser vivo, finalmente el investigador debe tener en cuenta que es importante tomar medidas para poder evitar daños o perjuicios al medio ambiente.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 01:

Características de la propuesta de mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021

1.-	Se siente motivado o estimulado en su ambiente de trabajo		
	Categoría	N	%
	Siempre	4	44%
	Casi siempre	2	22%
	Algunas veces	2	22%
	Muy pocas veces	1	11%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
2.-	Considera Ud. Que la Comunicación está en una etapa descendente en tu empresa		
	Categoría	N	%
	Siempre	3	33%
	Casi siempre	2	22%
	Algunas veces	2	22%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
3.-	Considera apropiada la atención al cliente		
	Categoría	N	%
	Siempre	1	11%
	Casi siempre	3	33%
	Algunas veces	2	22%
	Muy pocas veces	3	33%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
4.-	Considera que van en crecimiento estos últimos años en etapa de pandemia		
	Categoría	N	%
	Siempre	2	22%
	Casi siempre	1	11%
	Algunas veces	2	22%
	Muy pocas veces	4	44%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%

Continúa...

Tabla 01:

Características de la propuesta de mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021

5.-	Consideras que tus resultados son eficientes para tu empresa		
	Categoría	N	%
	Siempre	1	11%
	Casi siempre	3	33%
	Algunas veces	2	22%
	Muy pocas veces	3	33%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
6.-	Tu satisfacción personal está siendo compartida con tu familia		
	Categoría	N	%
	Siempre	3	33%
	Casi siempre	2	22%
	Algunas veces	2	22%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
7.-	Consideras que tus beneficios son los adecuados		
	Categoría	N	%
	Siempre	3	33%
	Casi siempre	2	22%
	Algunas veces	2	22%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
8.-	Recibes información oportuna para cumplir tus metas		
	Categoría	N	%
	Siempre	5	56%
	Casi siempre	2	22%
	Algunas veces	0	0%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%

Continúa...

Tabla 01:

Características de la propuesta de mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021

9.-	La comunicación oral es constante con tu equipo de trabajo		
	Categoría	N	%
	Siempre	2	22%
	Casi siempre	3	33%
	Algunas veces	2	22%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
10.-	Recibes constante comunicación escrita para ver tus avances		
	Categoría	N	%
	Siempre	2	22%
	Casi siempre	1	11%
	Algunas veces	4	44%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
11.-	Consideras que tus reclamos u observaciones son resueltos		
	Categoría	N	%
	Siempre	4	44%
	Casi siempre	2	22%
	Algunas veces	1	11%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
12.-	Le dan la debida importancia a tus sugerencias		
	Categoría	N	%
	Siempre	5	56%
	Casi siempre	1	11%
	Algunas veces	1	11%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%

Continuara...

Tabla 01:

Características de la propuesta de mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021

Concluye...

13.-	Expresas tus inquietudes en el entorno laboral		
	Categoría	N	%
	Siempre	4	44%
	Casi siempre	2	22%
	Algunas veces	1	11%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%

Nota: Datos Obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores directos de la micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021

Tabla N° 02

Características de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021

14.-	Cumplen con tus incentivos en el tiempo oportuno		
	Categoría	N	%
	Siempre	3	33%
	Casi siempre	2	22%
	Algunas veces	2	22%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
15.-	Te sientes satisfecho con tu salario mensual		
	Categoría	N	%
	Siempre	3	33%
	Casi siempre	2	22%
	Algunas veces	2	22%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
16.-	Existe un reconocimiento público en tu centro laboral		
	Categoría	N	%
	Siempre	4	44%
	Casi siempre	0	0%
	Algunas veces	3	33%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
17.-	Tu empresa te recompensa al legar a tus metas		
	Categoría	N	%
	Siempre	2	22%
	Casi siempre	1	11%
	Algunas veces	3	33%
	Muy pocas veces	3	33%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%

Continuara...

Tabla N° 02

Características de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021

18.-	Consideras que tu desempeño laboral cumple con lo solicitado por tu empresa		
	Categoría	N	%
	Siempre	3	33%
	Casi siempre	2	22%
	Algunas veces	2	22%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
19.-	Tienes una conducta adecuada con tu equipo de trabajo		
	Categoría	N	%
	Siempre	2	22%
	Casi siempre	3	33%
	Algunas veces	1	11%
	Muy pocas veces	3	33%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
20.-	La mano de obra esta con toda la calidad requerida		
	Categoría	N	%
	Siempre	3	33%
	Casi siempre	3	33%
	Algunas veces	1	11%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
21.-	Consideras que tu experiencia es un aporte importante para tu empresa		
	Categoría	N	%
	Siempre	5	56%
	Casi siempre	0	0%
	Algunas veces	3	33%
	Muy pocas veces	1	11%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%

Continuara...

Tabla N° 02

Características de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021

Concluye...

22.-	Recibes capacitación constante para una formación del trabajador		
	Categoría	N	%
	Siempre	2	22%
	Casi siempre	1	11%
	Algunas veces	2	22%
	Muy pocas veces	4	44%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
23.-	Recibes agradecimiento de parte de tus líderes		
	Categoría	N	%
	Siempre	3	33%
	Casi siempre	2	22%
	Algunas veces	2	22%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
24.-	Tu actitud en el trabajo te lleva a un buen desempeño laboral		
	Categoría	N	%
	Siempre	2	22%
	Casi siempre	3	33%
	Algunas veces	1	11%
	Muy pocas veces	3	33%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%
25.-	Consideras que tus premios son los adecuados al esfuerzo que logras		
	Categoría	N	%
	Siempre	3	33%
	Casi siempre	3	33%
	Algunas veces	1	11%
	Muy pocas veces	2	22%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	9	100%

Nota: Datos Obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores directos de la micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021

Tabla N° 03

Propuesta de mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021

Indicadores	Problemas	Causas del Problema	Consecuencias del problema	Acciones de Mejora	Responsable	Presupuesto
La comunicación está en una etapa descendente en tu empresa.	El 33% de los trabajadores consideran que la comunicación está en una etapa descendente en la empresa.	Los líderes de la empresa por estar en 2 centros de distribución, están perdiendo la comunicación fluida con sus colaboradores.	<ul style="list-style-type: none"> • Limitaciones en información de resultados. • Desinterés de los colaboradores por lograr sus objetivos. • Poco compromiso para la supervisión. 	<p>Considerar una supervisión para cada zona de distribución del modo su personal se sentirá más involucrado el sus acciones diarias y la comunicación tendrá más fluidez, esto permitirá a la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal involucrado y con acciones para llegar a sus metas • Mejor comunicación entre líder y trabajadores. 	Gerencia	S/ 4,500
Van en crecimiento estos últimos años en etapa de pandemia	Un 44% de los trabajadores considera que muy pocas veces se está en crecimiento en esta etapa de pandemia.	Por tener casi el 80% de su utilidad en los productos cerveceros, en consecuencia de las restricciones le prohibieron muchas reuniones o conglomeraciones de gente imposibilitando el consumo masivo del producto.	<ul style="list-style-type: none"> • Prohibición de los eventos que aglomeran gente masiva. • Menos utilidad anual por ser el producto bandera de la empresa (Cervezas) • Reducción del personal directo de la empresa. 	<p>La dirección general de la empresa debe buscar acciones para poder tener más surtida su portafolio de productos y no solo depender de un producto bandera.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el portafolio con productos de primera necesidad en el hogar. • Incrementar acciones de promociones donde el consumo sea incrementado por el consumidor final. 	Dirección General	S/ 15,000
Comunicación escrita para ver	El 44% de los trabajadores indica que	Los líderes de la empresa tienen que estar dependiendo de la	<ul style="list-style-type: none"> • Personal no sale a campo con la información 	Cada CD (centro de distribución) tiene que llevar sus avances diarios de ventas y luego reportarlo a la		

los avances	algunas veces tienen la información escrita de sus avances.	información que venga de la planta principal, donde envían a nivel nacional la información.	actualizada de su avance de ventas. <ul style="list-style-type: none"> Planificación de ventas no está visto a una realidad completa. 	plata principal, esto conllevaría una mayor información precisa a sus trabajadores. <ul style="list-style-type: none"> Cada trabajador ya podrá planificar sus ventas diarias faltantes. 	Gerencia Ventas	S/ 100
Incentivos en el tiempo oportuno	Un 22% de los trabajadores consideran que casi siempre cumplen con la entrega de los incentivos en el tiempo oportuno.	Los incentivos son enviados por la planta principal que está en otra provincia, ocasionando la demora y la incomodidad de los trabajadores, haciendo sentir su malestar con los avances de los meses siguientes.	<ul style="list-style-type: none"> Insuficiencia de personal del área de gestionar los incentivos y envío de los mismos. Limitación del personal por no recibir sus incentivos en el tiempo dispuesto. 	Selección de más personal para el área correspondiente en generación de incentivos y cumplir las entregas oportunamente, para ellos se tiene: <ul style="list-style-type: none"> Contratar personal con más experiencia y conocimiento del tema. Incentivos en efectivo, facilitaría los depósitos a la cuenta del trabajador, agilizaría la entrega. 	Dirección General	S/ 2,100
Satisfacción de los salarios mensuales	Un 22% de los trabajadores muy pocas veces se sienten satisfechos con sus salarios mensuales.	Los salarios están divididos en 50% fijo y 50% comisional, para ello los volúmenes no son divididos adecuadamente.	<ul style="list-style-type: none"> Baja productividad y malestar del trabajador. Insatisfacción del personal por mala asignación de sus cotas. Incremento del ausentismo mediante los Descansos médicos. 	Sinceramiento del padrón de clientes de todas las zonas de los trabajadores: <ul style="list-style-type: none"> Mapear volúmenes por cliente, y generar la cota de acuerdo a los últimos 3 meses de compra y al año anterior correspondiente al mes. Brindar la confianza adecuada al personal para un desempeño adecuado y logros de objetivos. Solucionar problemas de forma eficaz a oportunas 	Gerencia Ventas	-----
Capacitación constante para	El 44% de los trabajadores	Los trabajadores no reciben capacitación	<ul style="list-style-type: none"> Desempeño insuficiente por falta 	Implementar un plan de capacitación para los trabajadores		

una formación del trabajador	indicaron que muy pocas veces reciben capacitación en los centros de labores.	continua, por la reducción de presupuesto en las diferentes áreas, debido a las pérdidas que trajo esta pandemia y también por las horas que se perdería en dichas capacitaciones.	de conocimiento de los temas de ventas. • Desconocimiento de los progresos de la empresa.	y tener al personal preparado para sus labores encomendadas de tal manera que les permitirá: • Mejora la atención al cliente de la empresa. • Incrementar la productividad de ventas. • Aumenta el nivel de conocimiento de los trabajadores. • Mayor desenvolvimiento en sus rutinas diarias.	Gerencia Ventas	S/ 300
------------------------------	---	--	--	--	-----------------	--------

Nota: Elaboración propia

5.2 Análisis de Resultados

Tabla 1. Características de la propuesta de mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021

Motivación y estimulación en el ambiente de trabajo, el 44% (4 trabajadores) siempre se sienten motivados en su ambiente de trabajo, estos resultados se compara con los resultados del autor Chavez, (2019) en donde en su tesis titulada *Herramientas de Gestión de la motivación y su influencia en la calidad de servicios del área de atención al cliente de una asociación deportiva y cultural de Lima* refleja que al 47% le favorece en su desempeño las condiciones del lugar del trabajo, entonces podemos decir que al comparar ambas investigaciones tiene el resultados en donde el lugar influye en los trabajadores, la autora (Balado Rueda, 2018) nos dice que el ambiente de trabajo es de suma importancia en donde se tiene que sentir que tendrá flexibilidad, posibilidad de proyectos y facilidades tanto como internas y externas estos tipos de factores ayuda al trabajador a desarrollar más su creatividad en donde aumente la satisfacción del cliente y por ende las ganancias de la empresa.

Comunicación en etapa descendente, el 33% (3 trabadores) siempre consideran que la empresa practica la comunicación descendente, esto se compara con los resultados de la tesis del autor Espejo, (2020) titulada *La motivación y el desempeño laboral en la empresa Belen Motor's Huánuco 2020* en donde el 81% de los trabajadores respondieron que están totalmente de acuerdo que se practica la buena comunicación para la mejora de desempeño. La autora Sánchez, (2020) nos dice que la comunicación permite potenciar la motivación en los trabajadores por tanto llegan a mejorar el rendimiento en sus tareas de la empresa.

Apropiada la atención al cliente, el 33% (3 trabadores) casi siempre consideran apropiada

la atención al cliente, esto se compara con los resultados del autor Chavez, (2019) en donde en su tesis titulada *Herramientas de Gestión de la motivación y su influencia en la calidad de servicios del área de atención al cliente de una asociación deportiva y cultural de Lima* nos muestra que el 70% de los encuestados están satisfechos por la atención recibida. El autor ADMIN, (2020) nos dice que motivar a los agentes de atención al cliente significa que comprende lo que realmente significa para ellos.

Incentivos en tiempo oportuno, el 33% de los trabajadores (3 trabajadores) dicen que la empresa siempre cumple con los incentivos en el tiempo oportuno, se compara con los resultados de la autora Coronado, (2018) en donde realizo su tesis titulada *Motivación y desempeño laboral de los colaboradores de la empresa de transporte molina unión S.A.C en las provincias de Huamanga y Huanta de la Región Ayacucho*, 2018 en donde muestra su resultado que el 27% consideran que si reciben sus incentivos, los autores Ramón, (2020) nos dice que los incentivos enfocan los esfuerzos de los trabajadores en metas u objetivos de la empresa en donde hace que el trabajador rinda con mayor desempeño.

Satisfacción con el salario mensual, el 33% (3 trabajadores) siempre se sienten satisfechos con su salario mensual, esto comparamos con los resultados de la tesis Coronado, (2018) en donde realizo su tesis titulada *Motivación y desempeño laboral de los colaboradores de la empresa de transporte molina unión S.A.C en las provincias de Huamanga y Huanta de la Región Ayacucho*, 2018 nos muestra que el 69% se siente satisfecho con la remuneración que les hace la empresa, la autora Barrachina, (2019) nos dice en su libro que el salario es una herramienta esencial en donde ayuda a desarrollar y así mismo a motivar a los trabajadores dentro de una organización o todo lo contrario puede ser desmotivadora.

Reconocimiento público en el centro de labor, el 44% (4 trabajadores) dijeron que la

empresa siempre practica el reconocimiento en público, comparamos con los resultados del autor Choque, (2017) en donde realizo su tesis titulada *Motivación y rendimiento laboral de los empleados de las Mypes comercializadoras de muebles de Melamina, Ayacucho 2017*, obtuvo como resultado que el 35% de los trabajadores dijeron que es excelente el reconocimiento hacia los trabajadores, así mismo el autor (Ribagorda Bernal, 2019) nos dice que sin duda el reconocimiento hacia el trabajo aporta motivación y toda clase de satisfacción ya que este acto de la forma de ver recompensado el esfuerzo y la dedicación del trabajador en donde deposita su creatividad día a día.

En correspondencia al objetivo específico N° 01: Analizar el ambiente de trabajo en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021

Crecimiento en los últimos años, el 44% (4 trabajadores) consideran que muy pocas veces hubo crecimiento en estos últimos años de la pandemia Choque, (2017) en donde realizo su tesis titulada *Motivación y rendimiento laboral de los empleados de las Mypes comercializadoras de muebles de Melamina, Ayacucho 2017*, en la cual la cantidad de producción de trabajo por parte de los colaboradores de la empresa se califica excelente ya que estadísticamente llego a los 47%, entonces podemos decir que al investigar los resultados se concluyeron de forma diferente.

Resultados eficientes para la empresa, el 33% (3 trabajadores) consideran que casi siempre sus resultados son eficientes para la empresa, esto comparamos con los resultados de la autora Choque, (2017) en donde realizo su tesis titulada *Motivación y rendimiento laboral de los empleados de las Mypes comercializadoras de muebles de Melamina, Ayacucho 2017* en donde se pudo observar en sus resultados que el 43% de los participantes de los trabajadores dijeron que sus resultados en su participación dentro de la empresa son de nivel excelentes. La autora Oviedo,

(2017) nos dice que los buenos resultados surgen de una raíz llamada motivación, al encontrar el factor motivador del empleado podremos encontrar con esto los resultados positivos para la empresa. En conclusión ambas empresa obtuvieron buenos resultados ya que la empresa tuvo como preocupación la motivación en sus trabajadores.

Satisfacción personal compartida con tu familia, el 33% (3 trabajadores) consideran que siempre comparten la satisfacción obtenida dentro de la empresa, este resultados podemos comparar con la tesis del autor Ramos & Salazar, (2017) titulada *Motivación laboral y la calidad de servicio en la facultad de ciencia empresariales de la universidad Nacional de Huancavelica 2017*, en donde se obtuvo como resultado que el 66 % de los trabajadores que participo en la encuesta mencionan que la satisfacción laboral es de un nivel regular por tanto se dice que los trabajadores no se encuentran muy motivados en la empresa, a causas de esto puede surgir consecuencias que puede perjudicar a la empresa, la autora Oviedo, (2017) nos dice que cuando el personal se siente satisfecho en su centro de trabajo es por muchos factores pero la más importante el ambiente ya que el personal siempre visualizara su entorno y esto dependerá para que tenga la motivación laboral.

En correspondencia al objetivo específico N° 02: Analizar la comunicación descendente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021

Información oportuna, el 56% (5 trabajadores) de los cuales consideran que siempre reciben información oportuna para cumplir con las metas de la empresa, comparamos con la tesis de Espejo, (2020) titulada *La motivación y el desempeño laboral en la empresa Belen Motor's Huánuco 2020*, en donde se obtuvo como resultado que el 81% están totalmente de acuerdo que la buena comunicación contribuye a un mejor desempeño laboral, el autor (Orbegoso, 2018) nos

dice que para que una empresa arranque de forma positiva es si o si se tiene que practicar una comunicación muy fluida, así para que los trabajadores apliquen de forma correcta y con seguridad sus quehaceres dentro de la empresa.

Comunicación oral constante con el equipo de trabajo, el 33% (3 trabajadores) nos dicen que casi siempre la comunicación oral es constante con su equipo de trabajo, comparamos con la tesis de Espejo, (2020) titulada La motivación y el desempeño laboral en la empresa Belen Motor's Huánuco 2020, consideran que el 81% están totalmente de acuerdo que las buenas relación ayudan a un mejor desempeño en su trabajo Orbegoso, (2018) nos dice que para que una empresa arranque de forma positiva es si o si se tiene que practicar una comunicación muy fluida, así para que los trabajadores apliquen de forma correcta y con seguridad sus quehaceres dentro de la empresa.

En correspondencia al objetivo específico N° 03: Analizar la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021.

Reclamos y observaciones resueltos, el 44% (4 trabajadores) consideran que los reclamos u observaciones son resueltos, comparando los resultados del autor Morocho, (2020) de su tesis titulada Caracterización de la motivación y atención al cliente en las Mypes sector Hoteleros categorizado de dos estrellas del centro de Piura Año 2018, nos dice en sus resultados que el 62% (89 clientes) consideran que los comentarios en las redes sociales si influye en el momento de adquirir un servicio de hotel, por lo cual el autor Oviedo, (2017) nos dice que los reclamos o sugerencias de las personas nos ayudan a mejorar la atención al cliente y de esta manera priorizar capacitaciones para los trabajadores y por ende encontrar buenos resultados que favorezcan a la empresa.

Expresas tus inquietudes en el entorno laboral, el 44% (4 trabajadores) consideran que la

empresa siempre expresa sus inquietudes en el entorno laboral, se compara con los resultados de la autora Morocho, (2020) de su tesis titulada *Caracterización de la motivación y atención al cliente en las Mypes sector Hoteleros categorizado de dos estrellas del centro de Piura Año 2018*, nos dice que el 71% (102 clientes) si se sienten a gusto con el servicio que le brindan la empresa, entonces podemos deducir que las inquietudes de los trabajadores como de los clientes son necesarios escucharlos para poder mejorar la empresa y tener una buena gestión de calidad, el autor Ribagorda, (2019) nos dice que es necesario los comentarios de terceras personas ya que ellos serán el espejo de la personalidad de nuestra empresa para poder conocerla mucha mejor, así mismo nos dice que atender a aquellas inquietudes de los empleados lo harán sentir una parte importante lo que ellos piensan.

En correspondencia al objetivo específico N° 04: Analizar los incentivos en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021

Recompensas al llegar a tu meta, el 33% (3 trabajadores) consideran que algunas veces la empresa recompensa al llegar a las metas que la empresa propone, esto se compara con los resultados del autor Espejo, (2020) titulada *La motivación y el desempeño laboral en la empresa Belen Motor's Huánuco 2020*, en donde nos dice que el 45 % se sienten neutrales en que la empresa le brinda premios que estimulan un mayor desempeño, el autor Balado, (2018) considera que la motivación laboral surge cuando la empresa está preocupada en sus trabajadores ya que depende de ese cuerpo encontrar buenos resultados, ya sea motivaciones extrínsecas o intrínsecas.

Cumplimiento de tu desempeño laboral, el 33% (3 trabajadores) consideran que su desempeño laboral siempre cumple con lo solicitado por la empresa, comparando con los resultados del autor Choque, (2017) en donde realizo su tesis titulada *Motivación y rendimiento*

laboral de los empleados de las Mypes comercializadoras de muebles de Melamina, Ayacucho 2017, nos dice que el 42% (35 trabajadores) obtienen un excelente resultado a la evaluación del rendimiento de los trabajadores, por lo tanto los autores Ramón & Ynfante, (2020) nos dicen que medir el rendimiento o desempeño de los trabajadores es esencial ya que viendo los resultados podemos visualizar de futuras producciones o resultados dentro de la empresa, el desempeño de un trabajador dependerá únicamente de una adecuado motivación. Por lo tanto ambas tesis nos dicen que el desempeño en los trabajadores de ambas empresas está marchando muy bien, quiere decir que la motivación en los trabajadores se está aplicando con debe de ser.

En correspondencia al objetivo específico N° 05: Analizar los salarios de los trabajadores en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021

Mano de obra con calidad requerida, el 33% (3 trabajadores) consideran que la mano de obra siempre esta con toda la calidad requerida, al comparar los resultados del autor Coronado, (2018) en donde realizo su tesis titulada *Motivación y desempeño laboral de los colaboradores de la empresa de transporte molina unión S.A.C en las provincias de Huamanga y Huanta de la Región Ayacucho, 2018* en donde el 100% (36 trabajadores) consideran que el buen trabajo que ellos realizan contribuye en el desempeño laboral, entonces esto quiere decir que en ambas empresas de investigación los trabajadores realizan su trabajo con empeño para una buen calidad. Los autores Ramón & Ynfante, (2020) nos dice que cuando se encuentra desempeño en las tareas de los colaboradores se dice que existe motivación intrínseca o extrínseca por el cual los trabajadores se sienten con la creatividad o impulso para realizar bien sus tareas.

Capacitación constante, el 44% (4 trabajadores) dijeron que muy pocas veces reciben capacitaciones para una formación del trabajo, cuando comparo con los resultados del autor

Espejo, (2020) titulada *La motivación y el desempeño laboral en la empresa Belen Motor's Huánuco 2020*, en donde el 45% (5 trabajadores) están de acuerdo en que la empresa contribuya a su autorrealización, entonces se dice que los resultados de ambas investigación son diferentes, el autor Balado, (2018) nos dice que un factor clave y muy importante en la motivación y así retención de los empleados es ofrecer la oportunidad para su crecimiento y desarrollo profesional a través del entrenamiento y capacitaciones para que obtengan nuevos conocimientos y poder desarrollarse de manera segura a favor de la empresa.

En correspondencia al objetivo específico N° 06: Identificar los reconocimientos públicos hacia los trabajadores en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021

Agradecimiento de los líderes, el 33% (3 trabajadores) consideran que siempre reciben agradecimiento de sus superiores, esto comparamos con los resultados del autor Coronado, (2018) en donde realizo su tesis titulada *Motivación y desempeño laboral de los colaboradores de la empresa de transporte molina unión S.A.C en las provincias de Huamanga y Huanta de la Región Ayacucho, 2018*, nos dice en sus resultados que el 53% (19 trabajadores) consideran que la empresa si les aprecia por el trabajo que desarrollan, entonces deducimos que en ambas empresas hay parte de un nivel de agradecimiento para que los empleados tengan la motivación de continuar con toda seguridad en opinar, dialogar y trabajar, el autor Ribagorda, (2019) nos dice que la cuando se aprecia y se agradece lo que los trabajadores realizan u opinan automáticamente suman a su desarrollo personal en cual surge una actitud de poder continuar y seguir mejorándose ya que al practicar esto la empresa los trabajadores se sentirán parte de la empresa y que son piezas importantes dentro de la empresa.

Premios adecuado al esfuerzo realizado, el 33% (3 trabajadores) consideran que los

premios siempre son adecuados al esfuerzo que dan día a día Espejo, (2020) titulada *La motivación y el desempeño laboral en la empresa Belén Motor's Huánuco 2020*, en donde nos dice que el 45 % se sienten neutrales en que la empresa le brinda premios que estimulan un mayor desempeño, el autor (Balado Rueda, 2018) considera que las motivación laboral surge cuando la empresa está preocupada en sus trabajadores ya que depende de ese cuerpo encontrar buenos resultados, ya sea motivaciones extrínsecas o intrínsecas.

VI. CONCLUSIONES

Se pudo determinar la importancia de la gestión de calidad y la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A, en donde se pudo observar que es un factor muy esencial y muy importante que existan estas dos variables dentro de la empresas, por lo cual podemos decir que en la empresa Cervecería San Juan S.A. practican la motivación y así mismo tienen el interés de complacer al trabajador para un rendimiento positivo dentro de la empresa, esta motivación hace que los trabajadores ofrezcan un servicio de calidad.

Al analizar el ambiente de trabajo se pudo visualizar que los trabajadores se sienten cómodos y motivados por lo cual podemos decir que los trabajadores son permanentes por tener un ambiente agradable para realizar con sus tareas y cumplir con las metas establecidas por la empresa.

Al analizar la comunicación según los resultados podemos concluir existe la amistad y confianza entre los trabajadores y superiores por lo cual esto hace que la información fluya de manera más correcta, los trabajadores de la empresa cervecería San Juan practican una buena comunicación, en donde tienen la confianza de realizar sus tareas con toda la seguridad ya que la información llega muy clara y precisa porque se practica una comunicación Horizontal y descendente.

Al analizar la atención al cliente podemos decir que los trabajadores se sienten motivados con las capacitaciones y con la oportunidad de crecer por lo cual esto hace que los trabajadores tengan la confianza de atender al cliente y realizar su trato con una buena gestión de calidad.

Al analizar si los incentivos les entregan en los tiempos oportunos se concluye que la mayoría de los trabajadores si reciben sus incentivos en los tiempos oportunos, además ellos dicen que los incentivos son los resultados de su esfuerzo que vienen haciendo mensualmente por el cumplimiento de sus metas.

Al analizar si los salarios son adecuados para los trabajadores se concluye que la mayoría de los trabajadores están de acuerdo con su salario mensual por el trabajado hecho, además por las tareas repartidas, ellos dicen que los salarios son buenos y puntuales para su carrera profesional.

Se identificó que el reconocimiento en público hace que el trabajador se motive más por lo cual se llega a esforzar más para poder cumplir con los objetivos marcados de la empresa, aunque podemos decir que también otros no les interesa un reconocimiento en público, más bien una gratificación en dinero y no solo en palabras.

Se concluye que la empresa tiene la preocupación de conocer a sus trabajadores para poder ver que es lo que les incentiva para que se vea resultados positivos. La empresa Cervecería San Juan S.A. se pudo observar que los trabajadores están satisfechos con los incentivos ofrecidos por parte de la empresa.

VII. RECOMENDACIONES

Realizar breves reuniones cada quincena entre el personal, el gerente de la empresa con el objetivo de conocer las inquietudes o problemas que se presenta en el trabajo, esto ayudara a mostrar que los trabajadores son partes de la empresa y que se les considera necesarios e importantes para el desarrollo de la empresa, y así mismo se sientan identificados.

Según los resultados obtenidos sobre la motivación laboral se recomienda a la empresa Cervecería dar charlas de motivación cada mes, y poder identificar los factores desmotivadores para tenerlos en cuenta y poder actuar rápidamente antes de que perjudique en su trabajo, así mismo el interés del gerente tiene que ser más practico ya que sus trabajadores son jóvenes se puede encontrar más capacidad en ellos.

Establecer estrategias de motivación a los trabajadores como por ejemplo incentivos, premios, canastas, bonos, viajes, vacaciones, etc. para poder animar a sus colaboradores.

Realizar capacitaciones sobre atención al cliente para poder brindar mejor el servicio y fidelizar a nuevos clientes por la calidad que se ofrece en los productos de la empresa.

**PLAN DE MEJORA PARA LAS MICRO Y PEUEÑAS EMPRESA DEL RUBRO
VENTA DE BEBIDAS: CASO EMPRESA CERVECERÍA SAN JUAN S.A. – SATIPO,
2021**

1. Datos Generales

- **Nombre o razón social:** Cerveceria San Juan S.A.
- **Giro de la empresa:** Fabricación, ventas y distribución
- **Dirección:** Carretera Federico Basadre Km. 13 - Pucallpa – Ucayali - Loreto
- **Historia:**

Cervecería San Juan, fue constituida en Septiembre de 1971. La compañía forma parte del grupo Económico SAB Miller, cuya actividad principal es la elaboración de Cerveza. Cervecería San Juan tiene por objeto principal, la elaboración, envasado, venta, distribución y toda otra clase de negociaciones relacionadas con bebidas malteadas y maltas, bebidas no alcohólicas y aguas gaseosas. Cerveceria San Juan comercializa sus bebidas bajo las marcas, Cristal, Pilsen Callao, Cusqueña, Pilsen Trujillo, Barena, Peroni Nastro y Cerveza San Juan, marca regional del Oriente del Perú, para lo que cuenta con 5 plantas de producción ubicadas en: Ate, Motupe, Arequipa, Cusco, Pucallpa.

2. Misión

Mantener un portafolio de marcas globales y nacionales que sea la primera opción de nuestros consumidores. Fomentar que nuestras marcas nacionales invoquen un fuerte sentido de peruanidad.

3. Visión

Ser la compañía peruana más admirada, así como un importante contribuidor de valor y reputación para SABMiller, todo esto a través de:

- Crecimiento del valor de nuestra participación del mercado a través de nuestro portafolio de marcas.
- Ser el mejor socio de nuestros proveedores.
- Contar con un modelo de gestión ejemplar que desarrolla y retiene talento.
- Ser un actor ejemplar en la sociedad.

- Mantenernos entre las 5 principales operaciones de SABMiller.

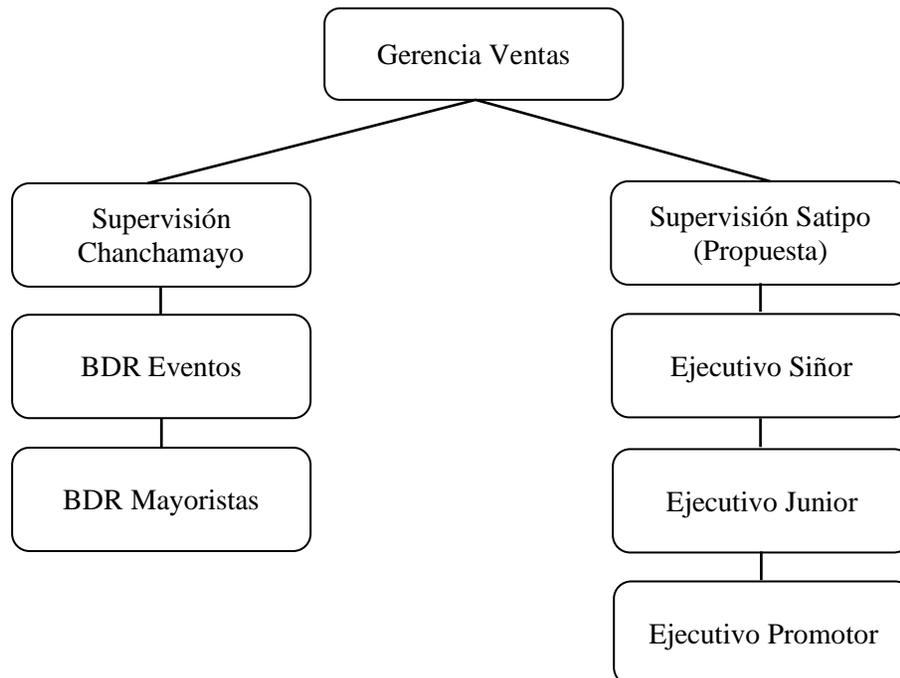
4. Objetivos

- Mejora continua en la atención al cliente.
- Fomentar los negocios y la prosperidad
- Trabajamos y ganamos en equipo.
- Brindar un servicio y una atención acogedora que haga sentir al cliente cómodo al momento de recibir sus productos.
- Fomentar la comunicación fluida entre la supervisión y personal.

5. Productos y/o servicios

Las micro y pequeñas empresas del rubro venta de bebidas se encargan de la elaboración y venta de bebidas alcohólicas y no alcohólicas a la vez la distribución de estos productos.

6. Organigrama



Nota: elaboración propia

6.1. Descripción de Funciones

Gerencia	
Cargo	Gerencia ventas
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en Administración. - Experiencia mínima de 3 años como administrador. - Tener Capacidad de liderazgo y comunicación fluida. - Tener la capacidad de trabajar en equipo, puntualidad, responsable. - Con habilidades de gestión. - Conocimiento de Office avanzado.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar y organizar las actividades de la gerencia. - Selección del personal a contratar. - Evaluador y mentor del personal a su cargo. - Liderar reuniones de capacitación, indicadores y TMK. - Asegurar el cumplimiento de calidad de atención. - Plantear metas de mejorar para el trabajo continuo.
Área de Ventas	
Cargo	Supervisor de ventas
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en Administración. - Estudios superiores, Bachiller. - Capacidad de liderazgo y comunicación fluida. - Responsabilidad, Honestidad, trabajo en equipo. - Con habilidades de gestión. - Conocimiento de Office avanzado.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar y organizar las actividades del personal a su cargo. - Brindar información de los avances diarios. - Plantear proyectos de mejora. - Capacidad de liderar reuniones de información de ventas. - Capacitar en los mismos puntos de venta al personal a su cargo. - Gestionar el cumplimiento de los incentivos oportunamente.

Cargo	BDR Eventos
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios superiores, bachiller - Experiencia mínima 3 años en ventas. - Compromiso basado en la calidad, atención. - Capacidad de trabajo en equipo. - Tener actitud y compromiso. - Capacidad de negociación. - Office intermedio.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Administrar adecuadamente los recursos de la empresa (activos). - Planificar adecuadamente los presupuestos asignados a eventos. - Negociar los productos de innovación a cada evento con un porcentaje. - Presentar propuestas de ventas de los productos de innovación. - Organizar reuniones con los promotores de espectáculos. - Coordinar las instalaciones y desinstalaciones de los activos.
Cargo	BDR Mayorista
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios superiores, bachiller - Experiencia mínima 3 años en ventas. - Compromiso basado en la calidad, atención. - Capacidad de trabajo en equipo. - Tener actitud y compromiso. - Capacidad de negociación. - Office intermedio. - Honestidad, responsabilidad, respeto.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Liderar, planificar las campañas de ventas. - Cumplimiento de las metas del mes. - Negociar los productos de innovación con cada mayorista. - Presentar propuestas de ventas de los productos de innovación. - Seguimiento de las entregas de ventas diarias de los mayoristas. - Asesorar a los mayoristas. - Fidelizar a los clientes mayoristas. - Cuidar la imagen de la empresa. - Asesorar a los mayoristas.

Cargo	Ejecutivo Señor
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios superiores, bachiller, 8vo. Ciclo. - Experiencia mínima 3 años en ventas. - Capacidad de trabajo en equipo. - Tener actitud y compromiso. - Capacidad de negociación.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de las metas del mes. - Negociar los productos de innovación con cada cliente. - Seguimiento de las entregas de ventas diarias. - Asesoras a sus clientes. - Seguimiento a las campañas de TMK.
Cargo	Ejecutivo Junior
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - bachiller, 8vo. Ciclo. - Experiencia mínima 2 años en ventas. - Capacidad de trabajo en equipo. - Tener actitud y compromiso. - Capacidad de negociación.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de las metas del mes. - Negociar los productos de innovación con cada cliente. - Seguimiento de las entregas de ventas diarias. - Asesoras a sus clientes. - Seguimiento a las campañas de TMK.
Cargo	Ejecutivo Promotor
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima 1 años en ventas. - Capacidad de trabajo en equipo. - Tener actitud y compromiso. - Capacidad de negociación.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de las metas del mes. - Negociar los productos de innovación con cada cliente. - Seguimiento de las entregas de ventas diarias. - Seguimiento a las campañas de TMK.

7. Diagnostico general

Este método fue desarrollado por M. Doshier, el Dr. O. Benepe, A. Humphrey, Birger Lie y R. Stewart en el Instituto de Investigaciones de Stanford en Estados Unidos entre 1960 y 1970. El objetivo era descubrir por qué fallaban las planificaciones corporativas a nivel gerencial en aquellos tiempos.

El objetivo de realizar este análisis FODA a la empresa CORPORACION ETO E.I.R.L. es concretar los puntos más importantes de cada área y definir las estrategias que se llevarán a cabo para optimizar cada aspecto.

Análisis Interno

Fortalezas:

- Equipo humano calificado.
- Clima Laboral Favorable.
- Prestigio en el mercado.
- Adecuada infraestructura.
- Manejo de tecnología de información.

Debilidades

- Falta de Coordinación entre las áreas.
- Falta de comunicación del personal con la SV.
- Falta de definición de procesos internos.
- Falta de información oportuna.
- Demora en la entrega de incentivos logrados.

Análisis Externo

Oportunidades

- Adquirir sistema o nuevas tecnología para mejorar el servicio al cliente.
- Convenio interinstitucional para eventos.
- Implementación de nuevos activos.
- Implementación de productos nuevos en su portafolio.
- Incorporar nueva supervisión en el CD faltante.

Amenazas

- Apertura de nuevas empresas del mismo rubro.
- Falta de políticas de inversión en el mediano y largo plazo.
- Inestabilidad económica nacional.
- Los protocolos de seguridad que se tiene.
- Falta planes de calidad en el servicio prestado

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Equipo humano calificado. ✓ Clima Laboral Favorable. ✓ Prestigio en el mercado. ✓ Adecuada infraestructura. ✓ Manejo de tecnología de información 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de Coordinación entre las áreas. ✓ Falta de comunicación del personal con la SV. ✓ Falta de definición de procesos internos. ✓ Falta de información oportuna. ✓ Demora en la entrega de incentivos logrados.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Adquirir sistema o nuevas tecnología para mejorar el servicio al cliente. ✓ Convenio interinstitucional para eventos. ✓ Implementación de nuevos activos. ✓ Implementación de productos nuevos en su portafolio. ✓ Incorporar nueva supervisión en el CD faltante. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Apertura de nuevas empresas del mismo rubro. ✓ Falta de políticas de inversión en el mediano y largo plazo. ✓ Inestabilidad económica nacional. ✓ Los protocolos de seguridad que se tiene. ✓ Falta planes de calidad en el servicio prestado.

Matriz FODA

<p style="text-align: center;">Análisis Interno</p> <p style="text-align: center;">Análisis Externo</p>	<p style="text-align: center;"><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Equipo humano calificado. (F1) ✓ Clima Laboral Favorable. (F2) ✓ Prestigio en el mercado. (F3) ✓ Adecuada infraestructura. (F4) ✓ Manejo de tecnología de información. (F5) 	<p style="text-align: center;"><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de Coordinación entre las áreas. (D1) ✓ Inexistencia de un sistema adecuado para gestionar la calidad. (D2) ✓ Falta de definición de procesos internos. (D3) ✓ Falta determinar los objetivos. (D4) ✓ Demora en la entrega de los incentivos. (D5)
<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Adquirir sistema o nuevas tecnología para mejorar el servicio al cliente. (O1) ✓ Convenio interinstitucional. (O2) ✓ Implementación de nuevos activos. (O3) ✓ Implementación de productos nuevos en su portafolio. (O4) ✓ Incorporar nueva supervisión en el CD faltante.(O5) 	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIA FO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Crear alianzas estratégicas con las entidades públicas y fomentar el consumo responsable. (O2, O3, F3) ➤ Implementación de productos nuevos y generar promociones mediante ellas. (O4, F1) 	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIA DO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Implementar un sistema de gestión de calidad, involucrando a todas las áreas de la empresa mediante una supervisión de reuniones semanales. (D2, O1) ➤ Gestionar oportunamente las cotas mensuales y los activos en mal estados para un cambio y prestar servicio de calidad. (D4, O3)
<p style="text-align: center;"><u>AMENAZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apertura de nuevas empresas del mismo rubro. (A1) ✓ Falta de políticas de inversión en el mediano y largo plazo. (A2) ✓ Inestabilidad económica nacional. (A3) ✓ Los protocolos de seguridad que se tiene. (A4) ✓ Falta planes de calidad en el servicio prestado. (A5) 	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIA FA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar estudio de mercado para estar acorde en los precios del mercado, permitiendo competir con ellos, sin descuidar la calidad de trabajo. (F1, A3) ➤ Realizar un planeamiento a corto y largo plazo, viendo estrategias e inversiones en las áreas de la empresa. (F3, A5) 	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIA DA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestionar para que un encargado (supervisor) salga al campo con todo el personal y les asesore en ventas. (D1, A2) ➤ Definir las prioridades de trabajo para un mejor control en los proyectos que se viene ejecutando. (D4, A1)

8. Recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategia	Recursos Humano	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	Crear alianzas estratégicas con las entidades públicas y fomentar el consumo responsable	Gerencia y Supervisión	S/ 500.00	Celulares, Movilidad	2 Meses
2	Implementación de productos nuevos y generar promociones mediante ellas	TMK	S/ 15,000.00	Internet, Computadora	6 Meses
3	Implementar un sistema de gestión de calidad, involucrando a todas las áreas de la empresa mediante una supervisión de reuniones semanales.	Gerencia y Supervisión	S/ 3,500.00	Internet, Computadora	2 Meses
4	Gestionar oportunamente las cotas mensuales y los activos en mal estados para un cambio y prestar servicio de calidad.	Gerencia y Supervisión	S/ 25,000.00	Internet, Office	6 Meses
5	Realizar estudio de mercado para estar acorde en los precios del mercado, permitiendo competir con ellos, sin descuidar la calidad de trabajo.	Gerencia y Supervisión	S/. 500.00	Celulares, Movilidad	1 Mes
6	Realizar un planeamiento a corto y largo plazo, viendo estrategias e inversiones en las áreas de la empresa.	Gerencia, TMK y Supervisión	S/ 1,500.00	Internet, Office	1 Mes
7	Gestionar para que un encargado (supervisor) salga al campo con todo el personal y les asesore en ventas.	Gerencia	S/ 500.00	Celulares, Internet	2 Semanas
8	Definir las prioridades de trabajo para un mejor control en los proyectos que se viene ejecutando.	Gerencia y Supervisión	-----	Internet, Computadora	2 Semanas

9. Cronograma de Actividades

N°	Estrategia	Inicio	Termino	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Crear alianzas estratégicas con las entidades públicas y fomentar el consumo responsable	01/01/23	28/02/23				X				X																
2	Implementación de productos nuevos y generar promociones mediante ellas	01/01/23	30/06/23				X				X			X				X					X				X
3	Implementar un sistema de gestión de calidad, involucrando a todas las áreas de la empresa mediante una supervisión de reuniones semanales.	01/01/23	28/02/23				X				X																
4	Gestionar oportunamente las cotas mensuales y los activos en mal estados para un cambio y prestar servicio de calidad.	01/01/23	30/06/23				X				X			X				X					X				X
5	Realizar estudio de mercado para estar acorde en los precios del mercado, permitiendo competir con ellos, sin descuidar la calidad de trabajo.	01/01/23	31/01/23				X																				
6	Realizar un planeamiento a corto y largo plazo, viendo estrategias e inversiones en las áreas de la empresa.	01/01/23	31/01/23				X																				
7	Gestionar para que un encargado (supervisor) salga al	01/01/23	15/01/23	X																							

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ADMIN. (2020). *11 maneras de motivar a sus agentes de servicio al cliente con un poco de psicología*. MillDesk.
- Balado Rueda, (2018). *Claves para desarrollar un mejor clima laboral a través de la motivación*. QuestionPro
- Barrachina,. (2019). *El salario como motivador o como desmotivador*. Gestion de Talentos.
- Caballero, (2015). *Salario u sueldo*. Economipedia.com.
- Camacho, (2020). *¿Qué perjudica la motivación de tus empleados y cómo evitarlo?* FactorialBlog.
- Carbajal, (2019). *¿Las investigaciones exploratorias y descriptivas tienen hipótesis?* Bolivia: markainvestigacion.
- Castro, (2016). *El Papel de los Valores Hacia el Trabajo en la Motivación Laboral y el*. San Luis Potosí - MEXICO: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Chóliz Montañés, M. (2018). *El proceso motivacional*. infolibros.org.
- Chávez, (2019). *Herramientas de gestión de la motivación y su influencia en la calidad de servicio del área de atención al cliente de una asociación deportiva y cultural de Lima*. Lima – Perú: Universidad de San Martin de Porres.
- Choque, (2017). *Motivacion y rendimiento laboral de los empleados de las mype comercializadoras de muebles de melamine, ayacucho-2017*. Ayacucho – Peru: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Chulluncuy, (2015). *Clima organizacional y satisfacción laboral de los servidores públicos de la Municipalidad del distrito de Rio Negro, provincia de Satipo 2015*. Satipo: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Coronado, (2018). *Motivación y desempeño laboral de los colaboradores de la empresa de transporte Molina Unión S.A.C. en las provincias de Huamanga y huanta de la region Ayacucho, 2018*. Ayacucho - Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

- Espejo, (2020). *La motivación y el desempeño laboral, en la Empresa: Belen Motor 'S, Huánuco, 2020*. Lima – Perú: Universidad Católica Los Angeles De Chimbote.
- Fernández & Díaz, (2021). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Madrid: Universidad de Alcalá.
- García, (2013). *Motivaciones que tienen los profesionales extranjeros expatriados para laborar en Guatemala*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Gonzales, (2016). *La importancia de la Calidad en las Empresas*. Aleix Sistemas.
- Granda, (2019). *La motivación y el desempeño laboral de los trabajadores del banco Falabella – agencia Bellavista- Callao, periodo 2018*. Huacho – Perú: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Gutiérrez, (2018). *El Talón de Aquiles en las empresas peruanas*. Lima.
- Manrique, (2014). *Crisis económica y la crisis en la motivación laboral*. Lima.
- Mejía, (2020). *Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*. Lifeder.
- Morocho, (2020). *Caracterización de la motivación y atención al cliente en las mype sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura año 2018*. Piura- Perú: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Nicole, (2016). *Incentivo*. Economipedia.com.
- Orbegoso, (2018). *Comunicación fluida para motivar al personal*. Gestipolis.
- Oviedo, (2017). *10 factores esenciales para la motivación laboral*. Think Big / Empresas.
- Orellana, (2018). *Motivación Laboral*. Economipedia.
- Ortiz, (2017). *Cómo motivar a los empleados de forma creativa | ¡Échale imaginación!* Bizneo.com.
- Peña, (2015). *La motivación laboral como herramienta de gestión en las organizaciones empresariales*. Madrid: Universidad Pontificia Madrid.
- Peña, (2017). *Motivación Laboral. Elemento Fundamental en el Éxito Organizacional*. La Libertad, Ecuador: Dialnet.

Pérez, (2018). *Investigación descriptiva: qué es, características, ejemplos e imágenes animadas*. Tipos de investigación.

Ribagorda, (2019). *El reconocimiento social: un factor clave en las organizaciones*. Softtek.

Sánchez, (2020). *La comunicación como motivación en la empresa*. Emprendepyme.

Sy Corvo, (2019). *Comunicación descendente: características, ventajas y ejemplos*. Lifeder.

Ucha, (2019). *Definición de Atención al cliente*. Definición ABC.

ANEXOS

Anexo 1 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																		
N°	Actividades	Año 2021								Año 2021								
		Semestre I				Semestre II				Semestre III				Semestre IV				
		Marzo				Abril				Mayo				Junio				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Selección del tema de investigación y redacción del marco teórico	X																
2	Elaboración del esquema del proyecto de Investigación		X															
3	Presentación del tema del trabajo de investigación			X														
4	Caracterización del problema y enunciado del problema				X													
5	Mejora del marco teórico					X	X											
6	Elaboración de la metodología							X										
7	Realización de la metacognición de los componentes de la planificación del proyecto								X									
8	Mejora de los antecedentes y bases teóricas									X								
9	Levantamiento de observaciones del DT del esquema del proyecto de Investigación										X							
10	Levantamiento de observaciones del jurado, del esquema del proyecto de investigación											X	X					
11	Preparación para la sustentación del proyecto de investigación														X	X	X	X

(*) Sólo en los casos que aplique

Anexo 2 Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones			
• Fotocopias			
• Empastado			
• Papel bond A-4 (500 hojas)			
• Lapiceros			
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información			
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
• 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 Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			

(*) Se pueden agregar otros suministros que se utiliza para el desarrollo del proyecto.

Anexo 3: Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **GESTIÓN DE LA CALIDAD Y MOTIVACIÓN LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE BEBIDAS: CASO EMPRESA CERVECERÍA SAN JUAN S.A. – SATIPO, 2021** y es dirigida por CALIXTO TAGLIABUE Marco Antonio investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación en: Este presente trabajo de investigación tiene como base fundamental conocer la gestión de calidad y la motivación laboral en las MYPES, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A Satipo, 2021.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que tomará 15 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted podrá tener acceso a la misma a través del repositorio de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: CANO MUJICA,

Álvaro José Fecha:

03/09/2021



Firma del participante:



Firma del investigador:

Anexo 4 Instrumentos de recolección de datos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES

La presente encuesta es anónima en donde formara parte de una investigación titulada **GESTIÓN DE LA CALIDAD Y MOTIVACIÓN LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE BEBIDAS: CASO EMPRESA CERVECERÍA SAN JUAN S.A. – SATIPO, 2021**; que tiene como finalidad de poder recolectar información, en donde se le ruega que responda con total sinceridad.

ESCALA DE VALORACIÓN				
SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	MUY POCAS VECES	NUNCA
1	2	3	4	5

SEXO: MASCULINO () FEMENINO ()

EDAD:

N°	ITEMS	VALORACION				
VARIABLE N°01: GESTION DE CALIDAD (Ambiente de trabajo, Comunicación descendente, Atención al cliente)						
1	¿Se siente motivado o estimulado en su ambiente de trabajo?	1	2	3	4	5
2	¿Considera Ud. Que la Comunicación está en una etapa descendente en tu empresa?	1	2	3	4	5
3	¿Considera apropiada la atención al cliente?	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Ambiente de trabajo (crecimiento, resultado, satisfacción, beneficios)						
4	¿Considera que van en crecimiento estos últimos años en etapa de pandemia?	1	2	3	4	5
5	¿Consideras que tus resultados son eficientes para tu empresa?	1	2	3	4	5
6	¿Tu satisfacción personal está siendo compartida con tu familia?	1	2	3	4	5
7	¿Consideras que tus beneficios son los adecuados?	1	2	3	4	5
Dimensión 2: Comunicación descendente (información, comunicación oral, comunicación escrita)						
8	¿Recibes información oportuna para cumplir tus metas?	1	2	3	4	5
9	¿La comunicación oral es constante con tu equipo de trabajo?	1	2	3	4	5
10	¿Recibes constante comunicación escrita para ver tus avances?	1	2	3	4	5
Dimensión 3: atención al cliente (reclamo, sugerencias, inquietudes)						
11	¿Consideras que tus reclamos u observaciones son resueltos?	1	2	3	4	5
12	¿Le dan la debida importancia a tus sugerencias?	1	2	3	4	5
13	¿Expresas tus inquietudes en el entorno laboral?	1	2	3	4	5

VARIABLE N°02: MOTIVACION LABORAL (Incentivo, Salarios, Reconocimiento público)						
14	¿Cumplen con tus incentivos en el tiempo oportuno?	1	2	3	4	5
15	¿Te sientes satisfecho con tu salario mensual?	1	2	3	4	5
16	¿Existe un reconocimiento público en tu centro laboral?	1	2	3	4	5
Dimensión 4: Incentivo (recompensa, desempeño, conducta)						
17	¿Tu empresa te recompensa al legar a tus metas?	1	2	3	4	5
18	¿Consideras que tu desempeño laboral cumple con lo solicitado por tu empresa?	1	2	3	4	5
19	¿Tienes una conducta adecuada con tu equipo de trabajo?	1	2	3	4	5
Dimensión 5: Salarios (Mano de obra Experiencia, Formación del trabajador)						
20	¿La mano de obra esta con toda la calidad requerida?	1	2	3	4	5
21	¿Consideras que tu experiencia es un aporte importante para tu empresa?	1	2	3	4	5
22	¿Recibes capacitación constante para una formación del trabajador?	1	2	3	4	5
Dimensión 6: Reconocimiento público (Agradecimiento, Actitud en el trabajo, Premios)						
23	¿Recibes agradecimiento de parte de tus líderes?	1	2	3	4	5
24	¿Tu actitud en el trabajo te lleva a un buen desempeño laboral?	1	2	3	4	5
25	¿Consideras que tus premios son los adecuados al esfuerzo que logras?	1	2	3	4	5

Anexo 5 Validación de Expertos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): BENITO GONZALES, NERIO FIDEL
- 1.2. Grado Académico: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
- 1.3. Profesión: ADMINISTRADOR
- 1.4. Institución donde labora: UNICJSA
- 1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE
- 1.6. Denominación del Instrumento: ENCUESTA
- 1.7. Autor del Instrumento: CALIXTO TAGLIABUE, MARCO ANTONIO
- 1.8. Carrera: ADMINISTRACION

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: GESTIÓN DE LA CALIDAD

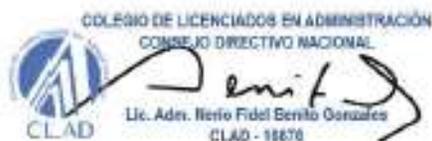
N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Ambiente de trabajo							
Crecimiento	X		X		X		
Resultados son eficientes	X		X		X		
Satisfacción personal	X		X		X		
Beneficios	X		X		X		
Dimensión 2: Comunicación descendente							
Información oportuna	X		X		X		
Comunicación oral	X		X		X		
Comunicación escrita	X		X		X		
Dimensión 3: atención al cliente							
Reclamos u observaciones	X		X		X		

Importancia	X		X		X		
Inquietudes	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2: **MOTIVACION LABORAL**

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Incentivo							
Recompensa por metas	X		X		X		
Desempeño laboral	X		X		X		
Conducta adecuada	X		X		X		
Dimensión 2: Salarios							
Mano de obra	X		X		X		
Experiencia	X		X		X		
Capacitación constante	X		X		X		
Dimensión 3: Reconocimiento al público							
Agradecimiento	X		X		X		
Actitud en el trabajo	X		X		X		
Premios	X		X		X		

Otras observaciones generales:



BENITO GONZALES, NERIO FIDEL

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): RALLI MAGIPO, LIZBETH
- 1.2. Grado Académico: MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
- 1.3. Profesión: ADMINISTRADORA
- 1.4. Institución donde labora: ULADECH CATOLICA
- 1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE
- 1.6. Denominación del Instrumento: ENCUESTA
- 1.7. Autor del Instrumento: CALIXTO TAGLIABUE, MARCO ANTONIO
- 1.8. Carrera: ADMINISTRACION

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: GESTIÓN DE LA CALIDAD

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Ambiente de trabajo							
Crecimiento	x		x		x		
Resultados son eficientes	x		x		x		
Satisfacción personal	x		x		x		
Beneficios	x		x		x		
Dimensión 2: Comunicación descendente							
Información oportuna	x		x		x		
Comunicación oral	x		x		x		
Comunicación escrita	x		x		x		
Dimensión 3: atención al cliente							
Reclamos u observaciones	x		x		x		

Importancia	x		x		x		
Inquietudes	x		x		x		

Ítems correspondientes al Instrumento 2: **MOTIVACION LABORAL**

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Incentivo							
Recompensa por metas	x		x		x		
Desempeño laboral	x		x		x		
Conducta adecuada	x		x		x		
Dimensión 2: Salarios							
Mano de obra	x		x		x		
Experiencia	x		x		x		
Capacitación constante	x		x		x		
Dimensión 3: Reconocimiento al público							
Agradecimiento	x		x		x		
Actitud en el trabajo	x		x		x		
Premios	x		x		x		

Otras observaciones generales: APROBADO



 Lizbeth Ralli Magipo.
 Magister en Administración de Negocios

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): ZENOZAIN CORDERO, CARMEN
- 1.2. Grado Académico: DOCTORA EN ADMINISTRACIÓN
- 1.3. Profesión: ADMINISTRADORA
- 1.4. Institución donde labora: ULADECH CATOLICA
- 1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE
- 1.6. Denominación del Instrumento: ENCUESTA
- 1.7. Autor del Instrumento: CALIXTO TAGLIABUE, MARCO ANTONIO
- 1.8. Carrera: ADMINISTRACION

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: GESTIÓN DE LA CALIDAD

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Ambiente de trabajo							
Crecimiento	x		x		x		
Resultados son eficientes	x		x		x		
Satisfacción personal	x		x		x		
Beneficios	x		x		x		
Dimensión 2: Comunicación descendente							
Información oportuna	x		x		x		
Comunicación oral	x		x		x		
Comunicación escrita	x		x		x		
Dimensión 3: atención al cliente							
Reclamos u observaciones	x		x		x		

Importancia	x		x		x		
Inquietudes	x		x		x		

Ítems correspondientes al Instrumento 2: MOTIVACION LABORAL

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Incentivo							
Recompensa por metas	x		x		x		
Desempeño laboral	x		x		x		
Conducta adecuada	x		x		x		
Dimensión 2: Salarios							
Mano de obra	x		x		x		
Experiencia	x		x		x		
Capacitación constante	x		x		x		
Dimensión 3: Reconocimiento al público							
Agradecimiento	x		x		x		
Actitud en el trabajo	x		x		x		
Premios	x		x		x		

Otras observaciones generales:


 Camelia Zonzoin
 Dra. En Administración

Anexo 6 Prueba de confiabilidad del instrumento

	GESTIÓN DE LA CALIDAD												
	AMBIENTE DE TRABAJO					COMUNICACIÓN DESCENDENTE				ATENCIÓN AL CLIENTE			
	CRECIMIENTO, RESULTADO, SATISFACCIÓN Y BENEFICIOS					INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA				RECLAMOS, SUGERENCIAS E INQUIETUDES			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13
ENCUESTADO 1	2	3	2	2	2	3	3	5	2	2	5	5	5
ENCUESTADO 2	3	5	4	2	2	2	3	4	4	4	3	5	5
ENCUESTADO 3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	4	2	3
ENCUESTADO 4	5	2	4	3	4	5	2	2	4	5	4	4	5
ENCUESTADO 5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	2	3	4
ENCUESTADO 6	3	3	2	2	3	4	5	4	4	3	5	2	2
ENCUESTADO 7	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5
ENCUESTADO 8	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	2
ENCUESTADO 9	5	4	4	5	4	5	4	5	5	3	2	5	4
Varianza	1.11111	1.33333	1.06173	1.4321	1.06173	1.33333	1.33333	1.4321	1.1358	1.11111	1.4321	1.55556	1.4321

	MOTIVACIÓN LABORAL											
	INCENTIVO				SALARIOS				RECONOCIMIENTO AL PUBLICO			
	RECOMPENSA, DESEMPEÑO Y CONDUCTA				MANO OBRA, EXPERIENCIA Y FORMACION				AGRADECIMIENTO, ACTITUD Y PREMIOS			
	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25
ENCUESTADO 1	4	3	2	4	4	3	2	2	4	4	3	2
ENCUESTADO 2	3	2	2	3	5	4	3	5	2	5	4	3
ENCUESTADO 3	2	4	3	3	2	4	4	3	3	2	4	4
ENCUESTADO 4	5	5	5	2	3	2	4	5	2	3	2	4
ENCUESTADO 5	3	5	3	2	2	2	4	3	2	3	2	4
ENCUESTADO 6	2	3	3	2	4	5	5	5	2	4	5	5
ENCUESTADO 7	5	4	5	3	3	2	2	3	3	2	2	2
ENCUESTADO 8	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
ENCUESTADO 9	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
Varianza	1.33333	1.33333	1.55556	1.28395	1.33333	1.35802	1.28395	1.33333	1.4321	1.33333	1.35802	1.28395

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right)$$

a: Alfa de Cronbach
 K: Numero de Items
 Vi: Varianza de cada item
 Vt: Varianza del total

a= 0.85289 → El coeficiente de Alfa de cronbach aplicado a los item del instrumento, tiene como resultado 0.85289 lo que indica que es un rango alto, es decir que existe una alta fiabilidad en el instrumento de recolección de datos, por tanto es aceptable y aplicable.



Anexo 7 Declaración Jurada

DECLARACIÓN JURADA

Yo, CALIXTO TAGLIABUE, Marco Antonio, identificado con DNI 41020338 y código de estudiante 3011181076 de la Escuela profesional de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

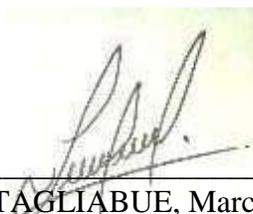
Declaro bajo juramento que:

Los datos presentados en los resultados de la Investigación son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Los resultados fueron obtenidos de los trabajadores directos de la micro y pequeñas empresas quienes participaron en la encuesta en forma voluntaria para realizar la investigación titulada: Propuesta de Mejora de la Gestión de Calidad Bajo el Enfoque de la Motivación Laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso Empresa Cervecería San Juan S.A. – Satipo, 2021. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la Investigación y no presenta ningún conflicto de interés. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar tanto a LA UNIVERSIDAD como a terceros, por el incumplimiento de lo declarado. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del Trabajo de Investigación.

De identificarse plagio, falsificación o manipulación de datos en la Investigación; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad de Católica los Ángeles de Chimbote.

Lugar y fecha: 26 de diciembre 2022



CALIXTO TAGLIABUE, Marco Antonio
DNI.: 41020338

Anexo 8 Carta de Presentación



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta s/nº - 2021-ULADECH CATÓLICA

Sr(a).
CANO MUJICA, Álvaro José
Gerente Ventas de Cervecería San Juan S.A.
Presente.-

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, CALIXTO TAGLIABUE Marco Antonio, con código de matrícula N° 3011181076 , de la Carrera Profesional de Administración, ciclo VIII, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado **GESTIÓN DE LA CALIDAD Y MOTIVACIÓN LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE BEBIDAS: CASO EMPRESA CERVECERÍA SAN JUAN S.A. – SATIPO, 2021** durante los meses de setiembre y octubre. del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

CALIXTO TAGLIABUE, Marco Antonio

DNI: 41020338

CANO MUJICA, Álvaro José

Gerente de Ventas

Anexo 9 Figuras

Características de la propuesta de mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021.

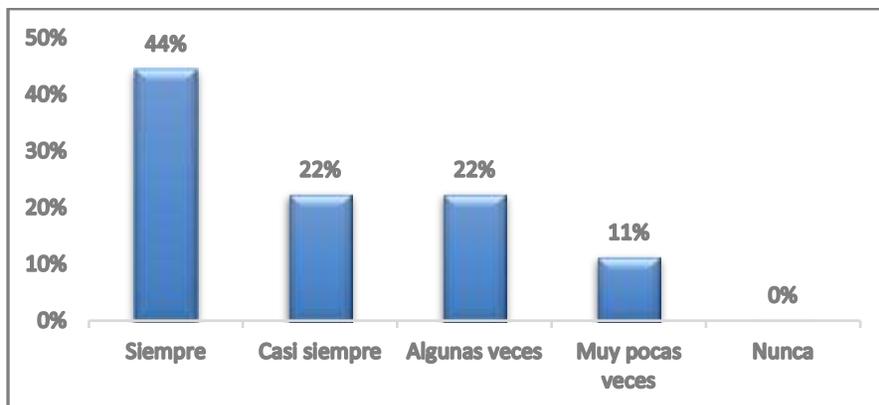


Figura 1. Se siente motivado o estimulado en su ambiente de trabajo
Fuente. Tabla 1

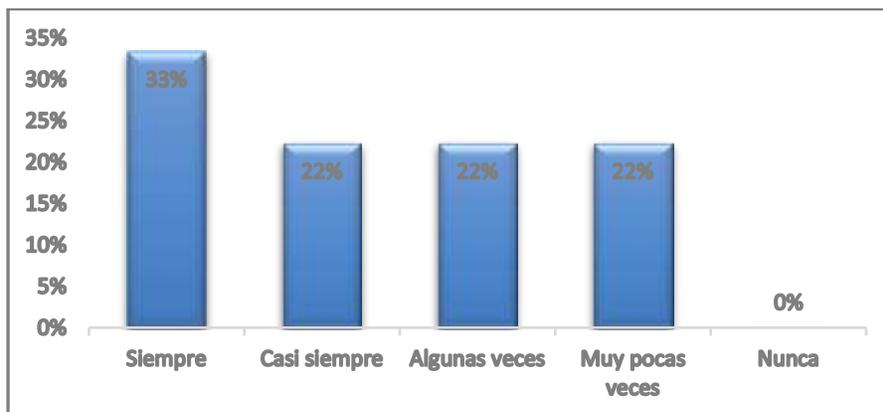


Figura 2. Considera Ud. Que la Comunicación está en una etapa descendente en tu empresa
Fuente. Tabla 1



Figura 3. Considera apropiada la atención al cliente

Fuente. Tabla 1

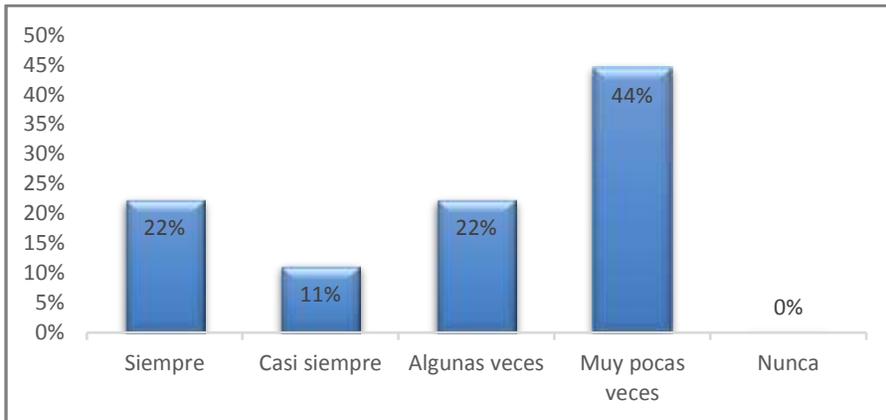


Figura 4. Considera que van en crecimiento estos últimos años en etapa de pandemia

Fuente. Tabla 1

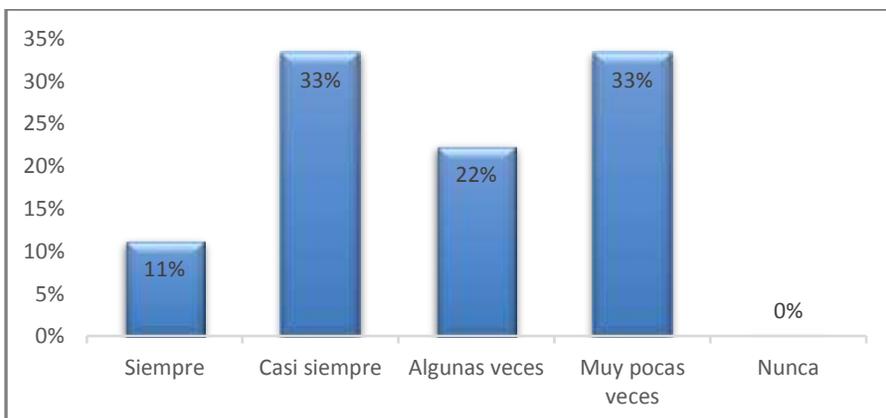


Figura 5. Consideras que tus resultados son eficientes para tu empresa

Fuente. Tabla 1



Figura 6. Tu satisfacción personal está siendo compartida con tu familia
Fuente. Tabla 1

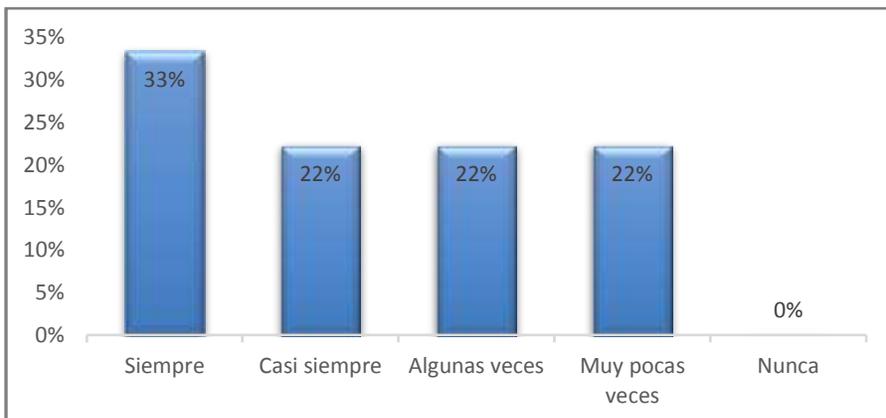


Figura 7. Consideras que tus beneficios son los adecuados
Fuente. Tabla 1

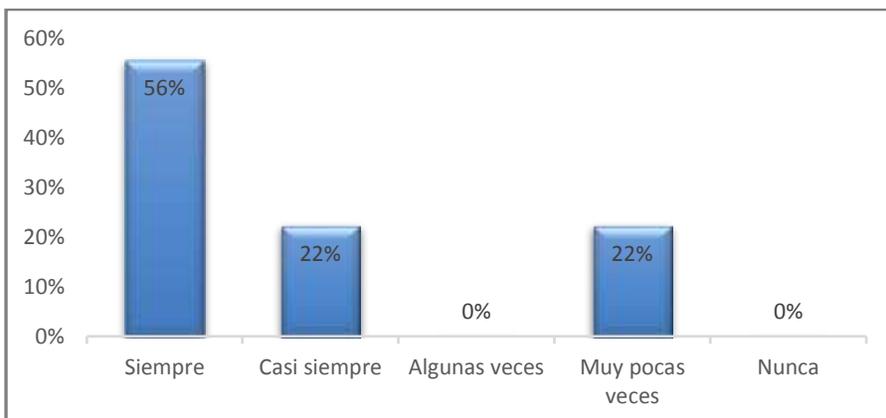


Figura 8. Recibes información oportuna para cumplir tus metas
Fuente. Tabla 1



Figura 9. La comunicación oral es constante con tu equipo de trabajo
Fuente. Tabla 1

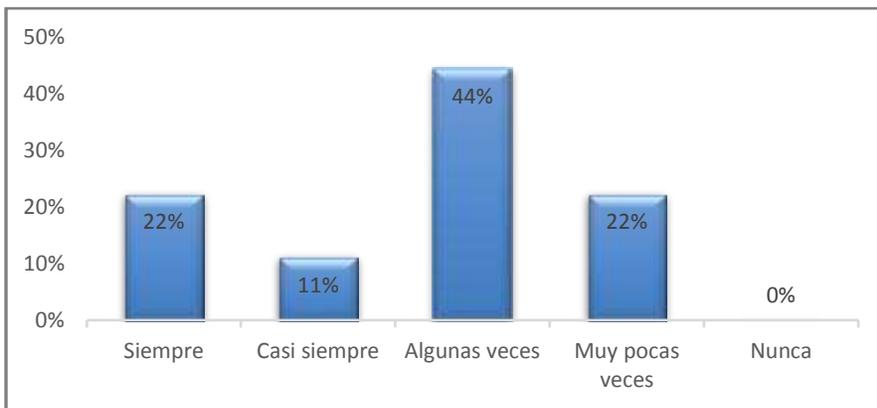


Figura 10. Recibes constante comunicación escrita para ver tus avances
Fuente. Tabla 1



Figura 11. Consideras que tus reclamos u observaciones son resueltos
Fuente. Tabla 1



Figura 12. Le dan la debida importancia a tus sugerencias
Fuente. Tabla 1



Figura 13. Expresas tus inquietudes en el entorno laboral
Fuente. Tabla 1

Características de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan s.a. – Satipo, 2021



Figura 14. Cumplen con tus incentivos en el tiempo oportuno
Fuente. Tabla 2



Figura 15. Te sientes satisfecho con tu salario mensual
Fuente. Tabla 2



Figura 16. Existe un reconocimiento público en tu centro laboral
Fuente. Tabla 2

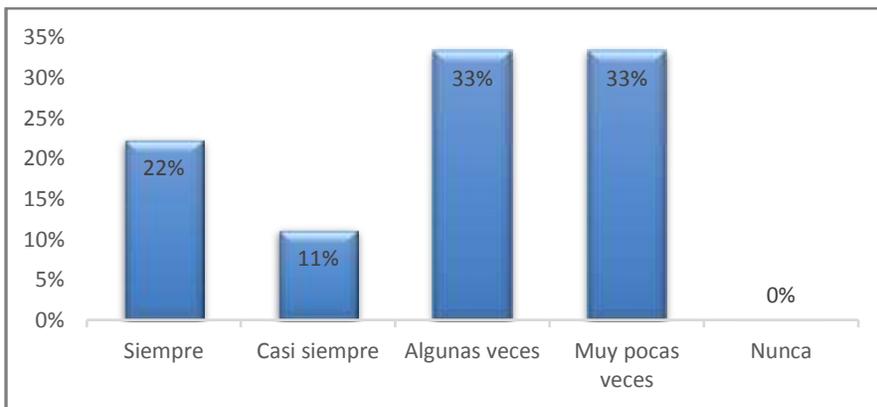


Figura 17. Tu empresa te recompensa al legar a tus metas
Fuente. Tabla 2

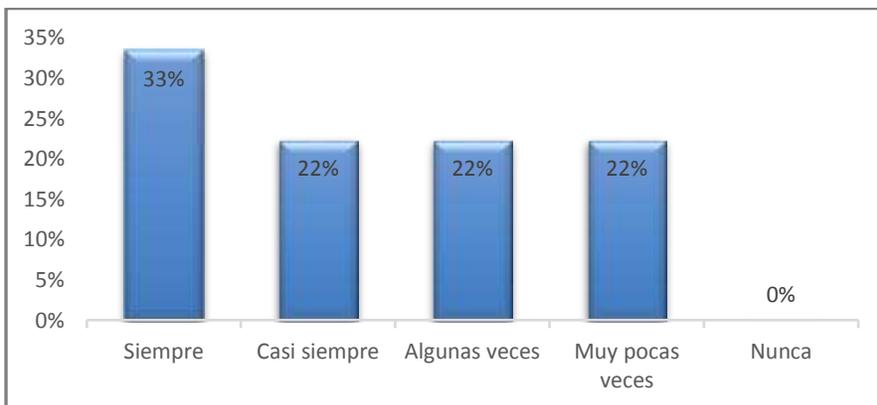


Figura 18. Consideras que tu desempeño laboral cumple con lo solicitado por tu empresa
Fuente. Tabla 2

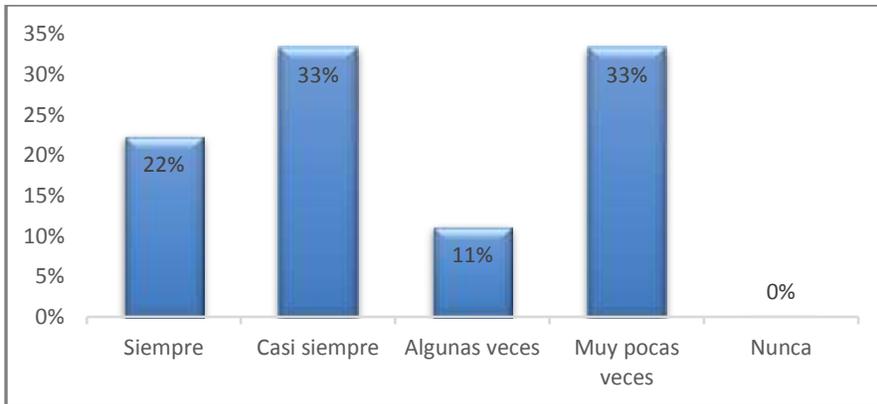


Figura 19. Tienes una conducta adecuada con tu equipo de trabajo
Fuente. Tabla 2

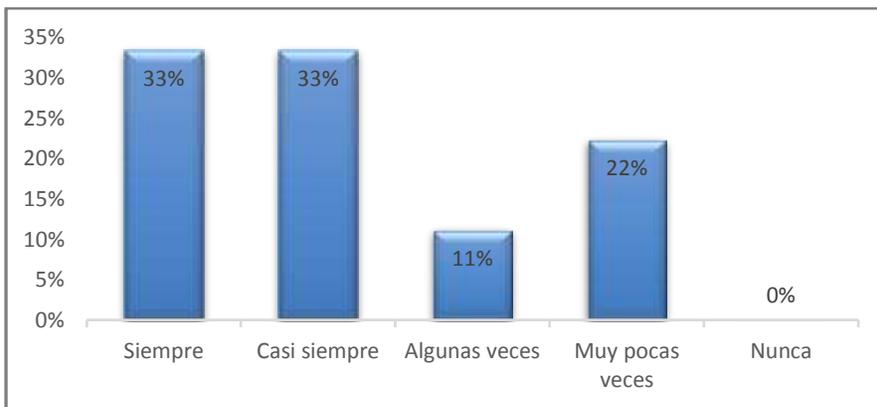


Figura 20. La mano de obra esta con toda la calidad requerida
Fuente. Tabla 2

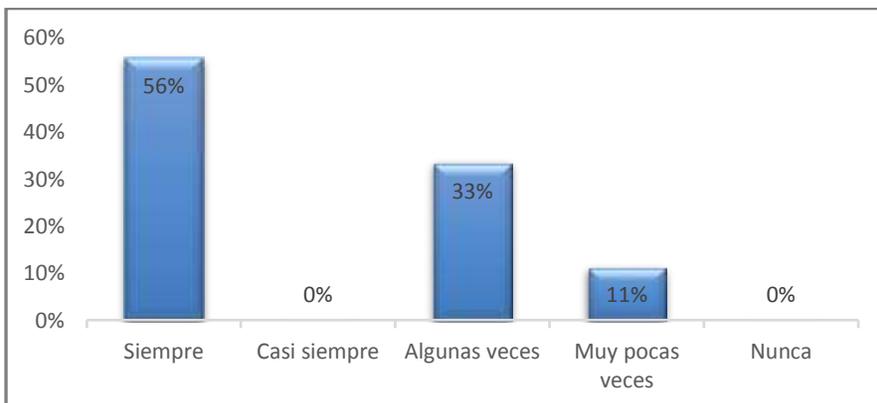


Figura 21. Consideras que tu experiencia es un aporte importante para tu empresa
Fuente. Tabla 2

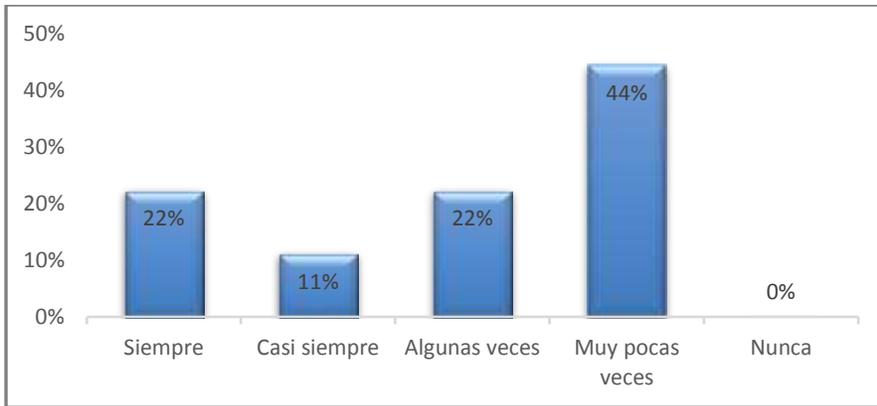


Figura 22. Recibes capacitación constante para una formación del trabajador
Fuente. Tabla 2



Figura 23. Recibes agradecimiento de parte de tus líderes
Fuente. Tabla 2



Figura 24. Tu actitud en el trabajo te lleva a un buen desempeño laboral
Fuente. Tabla 2

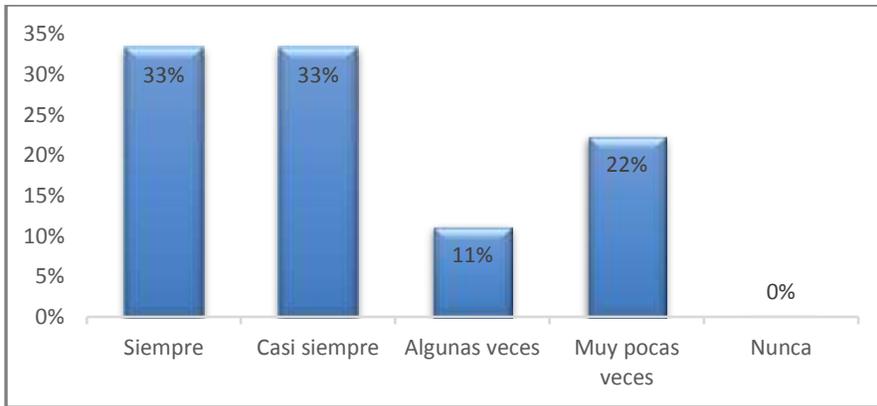


Figura 25. Consideras que tus premios son los adecuados al esfuerzo que logras
Fuente. Tabla 2

INFORME DE ORIGINALIDAD

14%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

14%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo