



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION DE
PERSONAL COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTION
DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL
SECTOR, SERVICIO DE HOTELES DEL CASCO URBANO DE
HUACHO, PROVINCIA DE HUAURA, 2018

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

AUTORA:

Bach. JANNY BARRERA LOJA
ORCID ID: 0000-0002-1513-3346

ASESOR:

Mgr. SIMON POMA ANCCASI
ORCID ID: 0000-0001-6594-8650

LIMA - PERÚ

2019

1. TITULO

PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN DE PERSONAL COMO FACTOR RELEVANTE PARA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR, SERVICIO DE HOTELES DEL CASCO URBANO DE HUACHO, PROVINCIA DE HUAURA, 2018

2. EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR:

Bach. Janny Barrera Loja

ORCID: 0000-0002-1513-3346

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Lima, Perú

ASESOR

Mgr. Poma Anchase, Simón

ORCID: 0000 – 0001 – 6594 -8650

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

Administración, Lima, Perú

JURADO

Apellidos y Nombres

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000 – 0001 – 6079 – 2319

Apellidos y Nombres

Lic. Espinosa Otoyá, Victor Hugo

ORCID: 0000 – 0002 – 7260 – 5581

Apellidos y Nombres

Mgr. Mesa de los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000 – 0001 – 8852 – 1342

3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dr. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

Presidente

Lic. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

Miembro

Mgtr. Meza de los santos, Juan Pablo

Miembro

Mgtr. Poma Anccasi, Simón

Asesor

4. AGRADECIMIENTO

Agradecer A Dios Por Bendecirme La Vida, Por Guiarme A Lo Largo De Mi Existencia, Ser Mi Compañero Fiel, Apoyo Y Fortaleza En Aquellos Momentos De Flaqueza, Dificultad Y Debilidad.

Gracias A Mis Padres; Isabel Y Jorge Por Darme La Vida, Por Confiar Y Creer En Mis Expectativas Y Crecimiento, Por Recibirme Con Los Brazos Abiertos Aun Con El Paso De Los Años, Por La Muestra De Amor Incondicional A Cada Uno De Sus 11 Hijos, Mis Hermanos Que Con Sus Palabras Me Hacen Sentir Orgullosa De Lo Que Soy Y De Lo Que Puedo Ser.

Agradecer A Mi Asesor De Tesis, Por Los Aportes, Consejos Y Correcciones Y Hoy Puedo Culminar Este Trabajo. A Los Profesores Que Me Han Visto Crecer Como Persona, Y Gracias A Sus Conocimientos Hoy Puedo Sentirme Dichosa Y Contenta.

5. DEDICATORIA

Todo El Esfuerzo Plasmado En El Presente Trabajo Va Dedicado A Mi Hijo Leonardo, Y A Mis Nietos Thiago Y Liam, Fuente De Inspiracion Motor De Mi Crecimiento Personal Y Profesional, Por El Amor Inexplicable Que Con Su Sola Presencia Cambian Y Motivan Mi Existir.

6. RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal Proponer las mejoras de la motivación de personal como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector, servicios, rubro hoteles del caso urbano de Huacho, Provincia de Huara, 2018. La metodología de esta investigación fue de tipo cuantitativo, el nivel descriptivo y el diseño no experimental-transversal. Para el siguiente estudio se tomó una muestra poblacional de 23 Hoteles del casco urbano de Huacho a quienes se le aplicó un cuestionario de 26 preguntas, y se obtuvo los siguientes resultados: 56.5% son del género masculino, el 47.8% tienen entre 31 a 50, el 66.2% cuentan con estudios universitarios y el 56.5% cumplen el cargo de administradores, el 30.4% tiene de 4 a 6 años, el 66.2% de 5 a 10 trabajadores, 69.6% son personas no familiares., el 60.9% de las empresas fue creado para generar ganancias y el 39.1% para subsistir en el mercado. Estos resultados casi se asemejan a lo manifestado por Tello (2018) donde manifiesta que el 83.3% MYPES tienen como objetivo generar ganancias. En cuanto a la motivación del personal, el 43.5% muy pocas veces promueve bonos económicos hacia sus trabajadores, el 47.8% las empresas algunas veces las remuneraciones que otorga a sus trabajadores es la más adecuada, el 17.4% muy pocas veces la empresa otorga comisiones adicionales, el 8.7% nunca evalúa el desempeño de los trabajadores, el 4.3% nunca considera al ascenso como política de la empresa hacia sus trabajadores, el 13.0% manifiestas que muy pocas veces el desarrollo personal de sus trabajadores es indispensable para la empresa, 8.7% manifiesta que nunca ha contado con algún plan de capacitación, el 4.3% manifiesta que nunca las empresa considera a los tipos de capacitación como herramientas importantes en beneficio del personal, el 13.0% muy pocas veces las capacitaciones son importantes para un mejor desempeño laboral y personal. El 17.4% manifiestan que muy pocas veces la ubicación jerárquica permite el logro de los objetivos en la organización, el 34.8% manifiesta que muy pocas veces la empresa planifica actividades propias que le permitan lograr objetivos.

Palabras claves: Motivación del personal. Gestión de Calidad, micro y pequeñas empresas

7. ABSTRACT

The main objective of this research work was to propose improvements in staff motivation as a relevant factor for quality management in micro and small companies in the sector, services, hotels in the urban case of Huacho, Province of Huara, 2018. The methodology of this research was quantitative, descriptive level and non-experimental cross-sectional design. For the following study, a population sample of 23 Hotels in the urban area of Huacho was taken to which a questionnaire of 26 questions was applied, and the following results were obtained: 56.5% are male, 47.8% are between 31 and 50 , 66.2% have university studies and 56.5% serve as administrators, 30.4% are 4 to 6 years old, 66.2% have 5 to 10 workers, 69.6% are unfamiliar persons., 60.9% of the Companies were created to generate profits and 39.1% to subsist in the market. These results almost resemble that expressed by Tello (2018) where it states that 83.3% MYPES aim to generate profits. As for the motivation of the staff, 43.5% rarely promotes economic bonuses towards their workers, 47.8% companies sometimes the salaries they grant to their workers is the most appropriate, 17.4% very rarely the company grants commissions In addition, 8.7% never assesses the performance of workers, 4.3% never considers promotion as a policy of the company towards its workers, 13.0% state that very rarely the personal development of their workers is indispensable for the company, 8.7 % declare that they have never had any training plan, 4.3% state that companies never consider types of training as important tools for the benefit of staff, 13.0% very rarely training is important for better job performance and personal. 17.4% state that rarely the hierarchical location allows the achievement of the objectives in the organization, 34.8% state that very rarely the company plans its own activities that allow it to achieve objectives.

Keywords: Staff motivation. Quality Management, micro and small businesses

8. CONTENIDO

1.	TITULO.....	ii
2.	EQUIPO DE TRABAJO	iii
3.	HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iv
4.	AGRADECIMIENTO	v
5.	DEDICATORIA.....	vi
6.	RESUMEN.....	vii
7.	ABSTRACT.....	viii
8.	CONTENIDO	ix
9.	INDICE DE TABLAS	xi
10.	INDICE DE FIGURAS	xiii
I.	INTRODUCCION.....	1
II.	REVISION DE LITERATURA	5
2.1	Antecedentes.....	5
2.2	Bases Teóricas de la Investigación.....	14
2.3	Marco conceptual	45
III.	METODOLOGIA.....	46
3.1	Diseño de la Investigación.....	46
3.2	Población y Muestra	47
3.3	Definición de Operacionalización de Variables	49
3.4	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	51
3.5	Plan de Análisis	51
3.6	Matriz de consistencia	53

3.7	Principios Éticos	55
IV.	RESULTADOS	57
4.1	Resultados.....	57
4.2	Análisis de Resultados.....	83
V.	CONCLUSIONES.....	90
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	92
ANEXOS	94	
	Anexo N° 1: Instrumento de Recolección de Datos.....	95
	ANEXO 2: DIRECTORIO DE LAS MYPES EN ESTUDIO	98
	ANEXO 3: PROPUESTA DE MEJORA	99

9. INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Genero de los representantes	57
Tabla 2: Edad de los representantes de las mypes	58
Tabla 3: Grado de instrucción de los representantes.....	59
Tabla 4: Cargo que desempeñan los representantes.....	60
Tabla 5: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	61
Tabla 6: Número de trabajadores	62
Tabla 7: Las personas que trabajan en la empresa son.....	63
Tabla 8: Objetivo de creación de la Mype	64
Tabla 9: La empresa promueve bonos económicos hacia sus trabajadores	65
Tabla 10: La remuneración que otorga la empresa a sus trabajadores es la más adecuada .	66
Tabla 11: La empresa otorga comisiones adicionales por los trabajos extras que realiza el personal	67
Tabla 12: La empresa evalúa el desempeño de los trabajadores.....	68
Tabla 13: El ascenso es parte de la política de la empresa hacia sus trabajadores	69
Tabla 14:.....	70
Tabla 15: La institución cuenta con algún plan de capacitación continuo a su personal.....	71
Tabla 16: La empresa considera los tipos de capacitación como herramientas importantes en beneficio del personal.....	72
Tabla 17: Las capacitaciones en la empresa son importantes para un mejor desempeño laboral y personal	73
Tabla 18: La ubicación jerárquica permite el logro de objetivos en la organización.....	74
Tabla 19: La empresa planifica actividades propias que le permitan lograr objetivos	75
Tabla 20: Los recursos que emplea la empresa en los servicios son de calidad	76
Tabla 21: La empresa identifica procesos para transformar elementos en productos o servicios.....	77
Tabla 22: Los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetros de calidad	78
Tabla 23: Con que frecuencia la empresa desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar.	79
Tabla 24: Establece un plan de mejora continua, retroalimentando los procesos para mejorar el servicio.....	80

Tabla 25: La organización reconoce los logros de sus colaboradores	81
Tabla 26: La organización asigna recursos eficientemente para mejorar sus servicios	82

10. INDICE DE FIGURAS

Figuras 1. Edad de los representantes	57
Figuras 2. Edad.....	58
Figuras 3. Grado de instrucción	59
Figuras 4: Cargo.....	60
Figuras 5: Tiempo de permanencia	61
Figuras 6: Número de trabajadores	62
Figuras 7: Las personas que trabajan en la empresa son.....	63
Figuras 8: Objetivo de creación	64
Figuras 9: La empresa promueve bonos económicos hacia sus trabajadores.	65
Figuras 10: La remuneración que otorga la empresa a sus trabajadores es la más adecuada	66
Figuras 11: La empresa otorga comisiones adicionales por los trabajos extras que realiza el personal	67
Figuras 12: La empresa evalúa el desempeño de los trabajadores.....	68
Figuras 13: El ascenso es parte de la política de la empresa hacia sus trabajadores.....	69
Figuras 14: El desarrollo personal de sus trabajadores es indispensable para la empresa. ..	70
Figuras 15: La institución cuenta con algún plan de capacitación continuo a su personal. .	71
Figuras 16: La empresa considera los tipos de capacitación como herramientas importantes en beneficio del personal.....	72
Figuras 17: Las capacitaciones en la empresa son importantes para un mejor desempeño laboral y personal	73
Figuras 18: La ubicación jerárquica permite el logro de objetivos en la organización.....	74
Figuras 19: La empresa planifica actividades propias que le permitan lograr objetivos	75
Figuras 20: Los recursos que emplea la empresa en los servicios son de calidad	76
Figuras 21: La empresa identifica procesos para transformar elementos en productos o servicios.....	77
Figuras 22: Los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetros de calidad	78
Figuras 23: Con qué frecuencia la empresa desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar.	79
Figuras 24: Establece un plan de mejora continua, retroalimentando los procesos para mejorar el servicio.....	80

Figuras 25: La organización reconoce los logros de sus colaboradores	81
Figuras 26: La organización asigna recursos eficientemente para mejorar sus servicios	82

I. INTRODUCCION

El factor motivación y la Calidad de Servicio en las micro y pequeñas empresas es indudablemente imprescindible para una buena gestión de aquellas organizaciones que se dedican al rubro de hoteles. Como en cualquier parte del mundo las empresas hoteleras tienen como objetivo brindar un buen servicio que resalte más que todo la calidad de un buen servicio y el trato al cliente.

Su aplicación de la teoría motivacional en los servicios hoteleros se sitúa en un aspecto importante toda vez que esta es una estrategia que permite a los representantes de las micro y pequeñas empresas hoteleras empleen adecuadamente y hagan partícipes a sus colaboradores el significado que tiene, para implementar criterio y formas de una adecuada calidad del servicio hotelero, ya que los huéspedes requieren hoy en día calidad y esto se transforma en limpieza, trato amable, buena infraestructura que implica todo un componente de cómo debe aplicarse la calidad del servicio.

Las micro y pequeñas empresas hoy en día son el motor de la economía de un país, la cual genera puestos de trabajo y que se adecuan a la normatividad vigente para ser más competitivos dentro de un mercado hotelero. La importancia que tienen las micro y pequeñas empresas en el rubro hotelero es fundamental para el fomento de empleo mayor dinamismo de la economía, intercambiar bienes y servicios, entre otros criterios que ha permitido el desarrollo de una ciudad o región. Somos testigos de que en el rubro de hoteles ha ido creciendo vertiginosamente por los indicadores del componente turístico que conlleva a movilizarse más a la gente, ya sea por trabajo o por paseo, gracias a este crecimiento se ha visto influenciado también para

mejorar la mano de obra de gente con especialización al manejo empresarial de hoteles.

En la actualidad con el crecimiento del turismo, también ha ido creciendo la empresa hotelera situados dentro de una ciudad o alrededor de ellas brindando un servicio placentero a los visitantes o personas oriundas de la misma ciudad, esto implica que el servicio que se le brinde al usuario sea satisfactorio y que pueda disfrutar de una buena hospitalidad.

La presente investigación se debe más que todo a que hay empresas del rubro hoteles que nos brindan una buena calidad de servicio y por lo tanto es necesario implementar procesos de motivación para los dueños y trabajadores que conlleve a estos darle un mejor trato y calidez al cliente de hospedajes.

En la ciudad de Huacho hemos tomado como referencia a los hoteles que están funcionando legalmente y están inscritos en las respectivas instituciones que fiscalizan o monitorean la labor de estas empresas. Huacho como ciudad tiene una potencialidad turística donde se visualiza los circuitos de playa, una buena gastronomía y otros atractivos turísticos que motivan a las personas visitantes tanto nacionales como extranjeros, por esta razón que las micro y pequeñas empresas han prestado una mayor atención en mejorar su calidad de servicio hacia el visitante o usuario donde le permita establecerse muy adecuadamente en este lugar por un tiempo prolongado. En la actualidad las empresas existentes del rubro hoteles se están preocupando en invertir en infraestructura, diseño y mejoramiento de sus ambientes, en capacitar a su personal y otros factores que coadyuven a mejorar y aplicar una buena gestión en cuanto a la calidad del servicio.

Estas micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro hoteles, brindan de manera general servicios de alojamiento y buen confort a turistas y personas que requieran tener un momento de estancia y placer ya sea esta por trabajo o visita, la ciudad de Huacho cuenta con hoteles en un promedio adecuado de hoteles, refiriéndonos a su infraestructura y de servicios de comida, pero una de sus deficiencias es que la mayor cantidad de representantes no están motivados a la vez no lo hacen con su personal y esto conlleva a que el trato de un buen servicio no sea de calidad, es por ello que se planteó el siguiente problema ¿Cuáles son las mejoras de la motivación de personal como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Hoteles del casco urbano de Huacho, Provincia de Huaura, 2018?. La presente investigación tiene como objetivo principal Proponer las mejoras de la motivación de personal como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector, servicios, rubro hoteles del caso urbano de Huacho, Provincia de Huara, 2018, y como objetivos específicos: a) Identificar los factores relevantes de la motivación de personal para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles del CASCO URBANO de Huacho, Provincia de Huaura, 2018; b) Describir la motivación de personal como factor relevante para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles del casco urbano de Huacho, Provincia de Huaura, 2018; y c) Elaborar la propuesta de mejora de la motivación del personal como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Hoteles del casco urbano de Huacho, Provincia de Huaura, 2018.

De igual forma la presente investigación se justificara porque tendrá como soporte la motivación del personal como factor relevante en la Gestión de Calidad en las

micro y pequeñas empresas para su crecimiento y desarrollo. Por tanto también este trabajo de investigación se justifica porque permitirá conocer a nivel exploratorio las principales características de las Mypes que se aplican en la Gestión de Calidad en el ámbito de estudio, lo cual generara un mejor desempeño y beneficio a la empresa y sus clientes.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedente Internacional

Tene D. (2018) en su tesis titulada: “Estrategias empresariales y competitividad del hotel Márquez de Río de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”, estudio que propuso como principal objetivo proponer las estrategias empresariales para mejorar la competitividad, determinar la situación actual del Hotel mediante un análisis FODA, evaluar las estrategias empresariales y diseñar la propuesta de investigación, dando soluciones de mejoras al problema planteado. Se determinó que el principal problema es el mercado, que hoy en día es muy competitivo. En el estado de arte se investigó temas en base a las dos variables de estudio. La metodología aplicada fue exploratoria donde se pudo dar una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad la cual se realizó en la investigación explorar y reconocer. Descriptiva donde conociendo la situación actual del hotel, con la aplicación de este método se propuso proponer una estrategia empresarial para que pueda ser competitiva. Correlacional donde determina si dos variables están correlacionadas o no, en cuanto a la investigación las dos variables están correlacionadas ya que la implementación de estrategias empresariales ayudara a mejorar la competitividad del Hotel Márquez de Río. El Inductivo se analizó, cuyos resultados son tomados para extraer conclusiones de carácter general, a partir de la observación sistemática y la aplicación de encuestas. Las Técnicas fueron la entrevista y la encuesta mediante un cuestionario que se realizó a 183 personas aplicando una fórmula para extraer la muestra. Se propuso el modelo downsizing con la utilización de un marco sistemático de trabajo y una metodología adecuada,

dirigido hacia los procesos y hacia una verificación de los objetivos de la empresa, se pudo mantener y mejorar el desempeño durante y después del downsizing, además de la determinación de los puestos y tareas a eliminar, fusionar o redefinir.

Méndez (2017) en la tesis titulada “Calidad en las Empresas del Sector Hotelero en Colombia”, busca determinar que tanto influye la implementación de un SGC (Sistema de Gestión de Calidad) en los procesos, productos y servicios, concretamente en el sector Hotelero Colombiano; determinando si los hoteles que poseen un SGC muestran un mayor nivel de calidad, comparado contra aquellos hoteles que no poseen una SGC. Para esto se aplicara la metodología propuesta e implementada en empresas peruanas, basada en nueve factores de éxito para medir la implementación de la Administración de la Calidad Total (TQM), tomando una base de alrededor de 1.456 hoteles, a los cuales se les envió una encuesta que evalúa los nueve factores de éxito para medir la calidad, a la cual solo respondieron 130 hoteles; a su vez se llevo acabo un estudio de los factores de calidad del sector hotelero en Colombia, con el fin de analizar los resultados obtenidos y examinar la hipótesis: los hoteles con algún SCG (Sistema de Gestión de Calidad) poseen un mayor nivel de calidad comparado con aquellos que no lo tienen. Al llevar acabo el análisis de los resultados obtenidos, se evidenció diferencias significativas en los factores de alta gerencia, planteamiento de la calidad, auditoria y evaluación de la calidad, diseño del producto, gestión de la calidad del proveedor, control y mejoramiento del proceso, educación y entrenamiento, círculos de calidad y satisfacción al cliente, lo que nos v permite concluir que los hoteles con algún SCG (Sistema de Gestión de Calidad) poseen un mayor nivel de calidad comparado con los que no tienen un SCG.

Pérez (2017) en su tesis titulada “Gestión de calidad en los alojamientos de la localidad de Ixtlán de Juárez, año 2015”, obtuvo los siguientes resultados de una muestra de 8 que con respecto a los representantes a cargo de los alojamientos, el 75% afirman que sus alojamientos cumplen con un servicio que cubre las necesidades de cada uno de sus clientes, el 87.5% no tiene conocimiento de los estándares relacionados a los servicios ofrecidos de modo que carecen de garantía, el 37.5% instruyó a sus empleados para que brinden una mejor atención a los clientes, el 50% toma en cuenta las recomendaciones de los clientes, el 25% recoge opiniones de calidad de servicio que esos brindan, el 37.5% cree que las herramientas tecnológicas mejoran la calidad de sus servicios. Concluyendo de esta forma que muchos de los alojamientos de la localidad desconocen de los estándares en cuanto a servicios que prestan por lo que no se dedican a capacitar a sus empleados en estos temas. Muchas de las administraciones no tratan de solucionar las demandas de los clientes por la creencia de que estos deberían estar satisfechos con lo que se les está brindando por el precio que están pagando.

Antecedentes Nacionales

Tello (2018) en su trabajo de investigación titulado gestión de calidad con el uso del marketing de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro hoteles del distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu, año 2017, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del marketing del sector servicio rubro, Hoteles del Distrito de José Crespo y castillo, Aucayacu 2017. Como objetivos específicos: Determinar las principales

características de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio rubro, Hoteles de Distrito de José Crespo y castillo, Aucayacu 2017; Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, Hoteles de Distrito de José Crespo y castillo, Aucayacu 2017; Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, Hoteles de Distrito de José Crespo y castillo, Aucayacu 2017; Elaborar un plan de mejora sobre la aplicación de una gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro, Hoteles de Distrito de José Crespo y castillo, Aucayacu 2017. Como metodología tuvo: Diseño de la investigación, se utilizó el tipo de investigación cuantitativa, con diseño no experimental, descriptivo; su muestra fue dirigida a 12 hoteles con una población de 22 micro y pequeñas empresas dedicado al rubro hotelero; utilizo la técnica de la encuesta, el instrumento empleado fue el cuestionario de 21 preguntas. En el plan de análisis utilizo el programa software estadístico para el ordenamiento de datos y cruce de variables (SPSSversión19).; esta investigación tuvo como principios éticos respeto a las personas humanas, la confiabilidad, confidencialidad. Obtuvo el siguiente resultado: El 66.7% de los representantes tienen entre 31 a 51 años de edad; El 58.0% de los representantes son de género masculino; El 75.0% de los representantes tienen grado de instrucción del nivel secundario; El 58.3% de los representantes son administradores; El 41.7% de los representantes tienen de 4 a más años laborando en el rubro hotelero; El 50.0% de las MYPES tienen una permanencia entre 4 a 6 años en el rubro; El 58.3% de las MYPES tienen de 1 a 5 trabajadores; El 83.3% MYPES tienen como objetivo generar ganancias; El 75.0% de los representantes no utilizan técnicas de conocimientos modernas; El el 83.3% de los representantes utilizan la

técnica de la observación para supervisar a sus trabajadores; El 66.7% de los representantes dicen que la gestión de calidad no mejoran el rendimiento de su negocio. Concluyó que, la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, del Distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu, 2017, se encuentra entre las edades de 31 a 50 años, dirigidas en su mayoría absoluta por sus administradores 46 mujeres, los mismos que tienen como instrucción superior no universitaria, en su mayoría absoluta se desempeñan en el cargo de 4 a 6 años. Una gran mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles del Distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu – 2017, tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 4 a 6 años, con una mayoría absoluta de 1 a 5 trabajadores, con una mayoría absoluta que refiere que los trabajadores son familiares, y el objetivo de la creación fue generar ganancias. Así mismo con una mayoría los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio hoteles, del Distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu – 2017, manifiesta que sí tiene conocimiento del término gestión de calidad, con una mayoría absoluta que manifiesta no utilizar ninguna de las técnicas de gestión de calidad, así mismo tiene dificultades para la implementación debido al desconocimiento del puesto, estos en su mayoría utilizan como técnica para medir el rendimiento de sus trabajadores la observación y refieren que la gestión de calidad sí ayuda a la contribución o mejora de sus negocios.

Según Tripul (2015), en su investigación “Evaluación de Calidad del servicio del hotel casa cesar de Tumbes utilizando estándares de las buenas prácticas durante el año 2015” tiene como objetivo general evaluar la calidad del servicio del hotelería casa cesar de la ciudad de Tumbes utilizando estándares derivados de las buenas

prácticas y La metodología empleada fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, se aplicó de la técnica de encuesta como

instrumento de recolección de datos se concluye que el hotel casa cesar es una empresa que brinda servicio de alojamiento gracias a sus remodelaciones su organización se encuentra encargada por la administración Ángela Quispe herrera ,familia fundadora de la empresa la oferta del hotel se caracteriza por las plaza de cama y sus diferentes precios de la demanda de los clientes se encuentra claramente marcado por la temporada alta y baja que se dan en la ciudad de tumbes por ser un lugar altamente turístico, así en temporada alta demanda proviene principalmente de turísticas nacionales y extranjeros mientras que en temporada baja la demanda proviene principalmente de empresas corporativas brindar una atención inmediata a las necesidades de los clientes y poder brindarles conforten las instalaciones tanto del huésped como al personal

Para Sánchez (2016),en su investigación “Caracterización de la Gestión de Calidad y Competividad de las MyPes del giro hostales y hospedajes en el Distrito de Chiclayo en el año 2016” tiene como objetivo general ,determina las características de la Gestión de la Calidad y la Competividad de las Mypes del giro hostales hospedajes en el Distrito de Chiclayo 2016 y La metodología empleada fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, se aplicó de la técnica de encuesta como instrumento de recolección de datos. Se llegó a las conclusiones que la caracterización de la gestión de la calidad actúa positivamente en las Mypes del giro de hostales del Distrito de Chiclayo todos los

microempresarios apuestan en ofrecer las características de la competitividad se rigen de acuerdo a lo exigido por los clientes al momento de brindar a los servicios siendo la misión principal de los hostales y hospedajes satisfacer toda la expectativa requerida por los clientes.

Para Serna (2015), en su investigación, “Gestión del Talento Humano y Calidad del Servicio en hoteles tres estrellas del Distrito de Zorritos 2015”, tuvo como objetivo general determinar cómo es la Gestión del Talento Humano y la Calidad del Servicio en hoteles tres estrellas del Distrito de Zorritos 2015, y La metodología empleada fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, se aplicó de la técnica de encuesta como instrumento de recolección de datos. y se concluyó que de los resultados obtenidos es importante resalta que la Gestión del Talento Humano es un factor crítico a la hora de mantener una ventaja competitiva y de tener éxito en el mercado por lo que se recomienda generar un reclutamiento interno, practicar una comunicación abierta y participativa y una atención adecuada a las necesidades más personales del talento humano.

Antecedentes Locales

Santos (2016) realizó una investigación titulada “Nivel de motivación y su relación con la satisfacción laboral de las micro y pequeñas empresas hoteleras del distrito de Breña 2015, se concluyó que los representantes de los hoteles el (48%); tienen un nivel medio de motivación siendo las dimensiones identidad y autonomía las más significativas, mientras que las dimensiones retroalimentación, importancia y variedad de la tarea, caracterizan el nivel de motivación baja. En cuanto a la

satisfacción laboral el (54%) de los representantes presentan un nivel medio, siendo los factores que alcanzaron mayor valor porcentual: Desempeño de tareas, Relación con la autoridad y Beneficios laborales y remunerativos. Se comprueba que existe relación directa entre el nivel de motivación y el nivel de satisfacción laboral de los representantes de los hoteles del distrito de Breña.

Rosangela (2019), en su tesis titulada “Gestión de Calidad con el uso de Marketing Mix en las Mypes del sector servicio-rubro hostales de la ciudad de Huacho, 2018. En cuanto al tipo de investigación utilizado fue descriptivo, el nivel Cualitativo con un diseño de investigación no experimental-transversal. Los resultados fueron las siguientes: el 42,1% manifiesta que algunas veces identifican a sus potenciales consumidores. El 42,1% casi siempre planifican sus objetivos como empresa. En tanto el 50,0% manifiestan que algunas veces crean estrategias para mejorar su negocio y establecen planes y herramientas para mejorar la calidad en su hospedaje. El 47,4% afirman que casi siempre evalúan indicadores para el cumplimiento de sus objetivos como empresa. El 50,0% manifiestan que algunas veces han capacitado a sus empleados, el 63,2% manifestaron que algunas veces establecen un plan de mejora continua, el 55,3% manifiesta que algunas veces realiza reconocimiento de los logros de la y el 42,1% manifiesta que casi siempre asigna eficientemente los recursos de la organización para que los trabajadores realicen sus actividades el 50,0% manifiesta que está de acuerdo que considera que ofrece un servicio de buena calidad, el 47,4% manifiesta que está de acuerdo que realiza un servicio al cliente eficiente, el 50,0% manifiesta que está de acuerdo con que el hospedaje establece una escala de precios adaptado a la demanda, el 36,8% manifiesta que están de acuerdo que su hospedaje establece una escala de precios

altamente adaptado a la competencia, el 44,7% manifiesta que está de acuerdo que la ubicación de su local le genera mayor rentabilidad, el 50,0% manifiesta no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que la gestión del diseño de interiores y control de llamadores es altamente adaptable al cliente, el 39,5% manifiesta no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que la empresa aplica estrategias de publicidad en internet hacia sus potenciales clientes, el 52,6% manifiesta estar en desacuerdo que su empresa aplica estrategias de publicidad en radio hacia sus potenciales clientes., el 50,0% manifiesta estar en desacuerdo en que su empresa realiza promociones de ventas, el 86,8% manifiesta que ni está de acuerdo ni en desacuerdo que su empresa tiene una política de atención al cliente.

Vega, (2014) en su trabajo de investigación denominado: “Caracterización del financiamiento, la Capacitación y la rentabilidad de las micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro Hoteles y restaurantes en la provincia de Huaura, departamento de Lima, Periodo 2012-2013” obtuvo los siguientes resultados: Los empresarios aun no tienen la cultura de capacitación ya que solo el 50% accedió a alguna clase de capacitación, determinado por la falta de capacidad identificando como un indicador de que para ellos no es importante perder el tiempo en capacitaciones que no le ayudan a obtener mayor rentabilidad en sus empresas, la mayoría es decir en un 66.67% considera que no le ayudado a mejorar su rentabilidad las capacitaciones obtenidas por lo que se debe orientar una nueva política de capacitaciones por parte de las instituciones públicas y privadas. A pesar de una evidente falta de capacidad de muchos de los empresarios en el 100% de su manifestación consideran que una capacitación es una inversión más de tiempo que de dinero, por eso requieren de calidad en cuanto a las capacitaciones que se les

brinda. Se evidencia que existe una cultura de capacitación y aprovechamiento de ella como percepción, por ende es necesario establecer políticas de desarrollo en capacitaciones, que estén basadas en las necesidades de los microempresarios de nuestra localidad. Llegando a las siguientes conclusiones: La mitad de las MYPES del sector servicio durante el año 2012 recibieron alguna capacitación para el manejo o desarrollo de sus empresas antes de obtener el crédito financiero. La mayoría de las MYPES indican que en el año 2012 han tenido una capacitación permanente que los ha ayudado a mejorar la rentabilidad de su empresa. La minoría recibió capacitación en constitución y formalización de empresas. La totalidad de las MYPES consideran a la capacitación como una inversión, y que esta le ayudo a obtener rentabilidad en su empresa, lo que determina que existe mejora de la rentabilidad de las empresas a través de la capacitación.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS Ley N° 28015 (2013)

Ley N° 28015. La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

La Micro y pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de

servicios.

Según Ley N° 30056 (2013); Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales establecidas en función de sus niveles de venta anuales.

- **Microempresa:** ventas anuales superiores de 150 UIT (Unidades Impositivas Tributarias).
- **Pequeña empresa:** ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Para Navarrete (2014) nos menciona que las micro y pequeñas empresas han sido de materia de una regulación específica por la legislación peruana, contemplándose para ellas un tratamiento laboral y tributario especializado, para las MYPEs (p. 1).

Este régimen especial es muy controversial hoy en día, ya que a través de esta ley los micro y pequeños empresarios pueden salir adelante de acuerdo a la legislación quien permite dar trabajo a muchas personas.

Marco Institucional de las Políticas de Promoción y Formalización Política estatal: Según Ley 28015 (2013).

El Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPEs y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacional, Regionales y Locales; establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPEs, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenible.

Características de las micro y pequeñas empresas:

Las MYPES deben reunir las siguientes características recurrentes:

Microempresa

- Número de trabajadores: De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive
- Ventas anuales: Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña empresa

- Número de trabajadores: De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive
- Ventas anuales: Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*).

Recursos de las Micro y Pequeñas Empresas

Para que una empresa pueda lograr sus objetivos, es necesario que cuenten con una serie de elementos, recursos o insumos que conjugados armónicamente contribuyen a su funcionamiento adecuado.

Dichos recursos son:

1. Recursos materiales

Son los bienes tangibles con que cuenta las empresas para poder ofrecer sus servicios, tales como:

- Instalaciones: Edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas, etc.
- Materia prima: Materias auxiliares que forman parte del producto, productos en proceso, productos terminados, etc.

2. Recursos técnicos

Son aquellas que sirven Como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos, estos pueden ser:

- Sistemas de producción, de ventas, de finanzas, administrativos, etc.
- Fórmulas, patentes, marcas, etc. RECURSOS HUMANOS Estos recursos son indispensables para cualquier empresa; ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos.

3. Los recursos humanos

Poseen las siguientes características:

- Posibilidad de desarrollo.
- Ideas, imaginación, creatividad, habilidades.
- Sentimientos
- Experiencias
- conocimientos, etc.

Estas características los diferencian de los demás recursos, según la función que desempeñan. Según el nivel jerárquico en que se encuentren pueden ser: Obreros, oficinistas, supervisores, técnicos, ejecutivos, directores, etc.

4. Recursos financieros

Son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, pueden ser:

Recursos financieros propios, se encuentra en: Dineros en efectivo, aportaciones de los socios (acciones), utilidades etc.

Recursos financieros ajenos: están representados por: Prestamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios o privados y emisiones de valores.

Clasificación de las Micro y Pequeñas Empresas según su actividad económica

Las Micro y Pequeñas Empresas pueden clasificarse de acuerdo a la actividad que desarrollan:

1. Industriales:

Se clasifican en:

- **Extractivas:** Son las que se dedican a la extracción de recursos naturales, ya sea renovables o no renovables.
- **Manufactureras:** son aquellas que transforman la materia prima. La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación o extracción de materias primas en productos terminados y pueden ser de dos tipos:
 - MYPEs que produce bienes de consumo final.
 - MYPEs que produce bienes de producción.
- **Agropecuarias:** Como su nombre lo indica su función es la explotación de la agricultura y la ganadería.

2. Comerciales:

Son intermediarios entre el productor y el consumidor, su función primordial es la compra-venta de productos terminados. Se pueden clasificar en:

- **Mayoristas:** Son aquellas que efectúan ventas en gran escala a otras empresas tanto al menudeo como al detalle. Son aquellas que efectúan ventas en gran escala a otras empresas tanto al menudeo como al detalle.

- **Menudeo:** Son los que venden productos tanto en grandes cantidades.

Como por unidad ya sea para su reventa o para su consumo final

Ejemplo: Minoristas o Detallistas: Son los que venden productos en cantidades al consumidor final.

- **Comisionistas:** Se dedican a vender mercancías que los productores dan en consignación, percibiendo por ésta función una ganancia o comisión.

3. Servicios:

Como su nombre lo indica son aquellas que brindan servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos. Se pueden clasificar en:

- Servicios públicos varios (energía, agua, etc.).
- Servicios privados varios (servicios administrativos, contables, jurídicos, asesoría, etc.).
- Transporte (colectivo o de mercancías).
- Turismo.
- Instituciones Financieras.
- Educación
- Salubridad (Hospitales)
- Finanzas y Seguros.

LA MOTIVACIÓN

Definición.- La motivación se define habitualmente como una actuación dirigida hacia un objetivo con un fin en particular, lo cual nos da como resultado la satisfacción.

“Motivación es el proceso de estimular a un individuo para que se realice alguna acción que satisfaga alguna de sus necesidades y alcance alguna meta deseada para él motivador” (Sexton, 1977).

Ivancevich (1983), define la motivación como “el primer paso que nos lleva a la acción”. Entiendo esta definición como que para que el individuo realice sus acciones este debe de estar motivado, de lo contrario hay que empujarlo al igual que un carro cuando este se apaga, para que pueda realizar las acciones. (Mahillo, 1996).

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

Según (Stoner, 1996) define la motivación como “Una característica de la Psicología humana, incluye los factores que ocasionan, canalizan y sostienen la conducta humana. Lo que hace que las personas funcionen”.

La motivación es el deseo de hacer mucho esfuerzo por alcanzar las metas de la organización, condicionado por la necesidad de satisfacer alguna necesidad individual.

“Si bien la motivación general se refiere al esfuerzo por conseguir cualquier meta, nos concentramos en metas organizacionales a fin de reflejar nuestro interés

primordial por el comportamiento conexo con la motivación y el sistema de valores que rige la organización” (Robbins, 1999)

La motivación es un término genérico que se aplica a una amplia serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos, y fuerzas similares. Decir que los administradores motivan a sus subordinados, es decir, que realizan cosas con las que esperan satisfacer esos impulsos y deseos e inducir a los subordinados a actuar de determinada manera."

Según la Psicología y Filosofía

En Psicología y Fisiología motivación, implica estados internos que dirigen el organismo hacia metas o fines determinados; los impulsos que son necesarios para una persona en realizar algunas acciones y llevarlos a cabo hasta su conclusión. Las distintas escuelas de psicología tienen diversas teorías sobre cómo se origina la motivación y su efecto en la conducta. Todas aportan, desde diferentes perspectivas, conceptos clarificadores que explican cómo se origina (para obtener éxito, culminar una expectativa, satisfacer un deseo).

Teoría de las jerarquías de las necesidades

“Muestra una serie de necesidades que atañen a todo individuo y que se encuentran organizadas de forma estructural (como una pirámide). En la parte más baja de la estructura se ubican las necesidades más prioritarias y en la superior las de menos prioridad” (Maslow, 1954).

Necesidades fisiológicas: Son las necesidades que van a constituir una prioridad de parte de la persona la cual van a constituir su supervivencia. Aquí

vamos a encontrar entre otras necesidades el esfuerzo por mantener su organismo en estado normal y en riesgo constante, nos referimos a la homeóstasis. También se refiere a la alimentación, saciar la sed, y mantener una temperatura del cuerpo en forma adecuada.

Necesidades de seguridad: En estas encontramos la estabilidad, que consiste en una proyección. Estos tipos de necesidades van relacionados con los temores que sienten los individuos por perder el control de sus vidas, que están vinculadas al miedo, a lo desconocido, a la anarquía.

Necesidades sociales. Se relacionan con la necesidad de tener compañía con el ser humano, con el propósito de su afectividad, su participación social, y que dentro de estas necesidad es la de comunicarse con su entorno, manifestar y recibir afecto, para sentirse aceptado en la sociedad, pertenecer a ella.

Necesidades de reconocimiento: Dentro de este grupo están las personas que necesitan ser reconocidos y ser apreciado, poseer prestigio y estar en las condiciones de destacar en algún grupo social, donde se incluyan la autoevaluación y respeto a sí mismo.

Necesidades de auto - superación: “Es la necesidad psicológica más elevada del ser humano, también conocidas como de autorrealización o auto actualización, que se convierten en el ideal para cada individuo. En este nivel el ser humano requiere trascender, dejar huella, realizar su propia obra, desarrollar su talento al máximo” (Maslow, 1954).

Teoría de Motivación – Higiene de Herzberg

La teoría de los dos factores desarrollada por (Herzberg, 1959) busca explicar el comportamiento laboral de los individuos. Según esta teoría, existen dos factores:

Factores de higiene o factores extrínsecos: Son aquellos que generan insatisfacción en el trabajo. Entre ellos la supervisión, las políticas y prácticas de gestión de la empresa y el salario. La insatisfacción es principalmente el resultado de los factores de higiene. Si estos factores faltan o son inadecuados, causan insatisfacción, pero su presencia tiene muy poco efecto en la satisfacción a largo plazo. (Sueldo y beneficios, Política de la empresa y su organización, Relaciones con los compañeros de trabajo, Ambiente físico, Supervisión, Status, Seguridad laboral, Crecimiento, Madurez, Consolidación).

Herzberg (1959) “destaca que, tradicionalmente, sólo los factores higiénicos fueron tomados en cuenta en la motivación de los empleados: el trabajo era considerado una actividad desagradable, y para lograr que las personas trabajarán más, se hacía necesario apelar a premios e incentivos salariales, liderazgo democrático, políticas empresariales abiertas y estimulantes, es decir, incentivos externos al individuo, a cambio de su trabajo. Más aún, otros incentivan el trabajo de las personas por medio de recompensas (motivación positiva), o castigos (motivación negativa)”.

Factores de motivación o factores intrínsecos: Los motivadores, son los que generan compromiso. Por ejemplo, tener tareas desafiantes, ser reconocido por los logros y percibir posibilidades de desarrollo de carrera. La satisfacción que es principalmente el resultado de los factores de motivación. Estos factores ayudan a aumentar la satisfacción del individuo pero tienen poco efecto sobre la insatisfacción. (Logros, Reconocimiento, Independencia laboral, Responsabilidad, Promoción).

“El trabajo rutinario y no desafiante no sólo denigra a quienes lo realizan y genera actitudes pasivas o violentas que impactan seriamente en sus vidas y en la sociedad, sino que además causa menos calidad, mayor rotación y ausentismo” (Frederick, 1959)

Herzberg destaca que los factores responsables de la satisfacción profesional de las personas están totalmente desligados y son distintos de los factores que originan la insatisfacción profesional. Para él, "el opuesto de la satisfacción profesional no sería la insatisfacción, sino ninguna satisfacción profesional; así mismo, el opuesto de la insatisfacción profesional sería ninguna insatisfacción profesional, y no la satisfacción".

Existen tres factores intrínsecos importantes.

- Autonomía: El impulso que dirige nuestras vidas, libertad para tener control sobre lo que hacemos.
- Maestría: El deseo de ser mejor en algo que realmente importa.
- Propósito: La intención de hacer lo que hacemos por servicio a algo más grande que nosotros mismos.

Podríamos decir que: la motivación está constituida por todos aquellos factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo.

FACTORES MOTIVACIONALES (De satisfacción)	FACTORES HIGIENICOS (De insatisfacción)
Contenido del cargo (cómo se siente el Individuo en relación con su CARGO)	Contexto del cargo (Cómo se siente el Individuo en relación con su EMPRESA).

<ol style="list-style-type: none"> 1. El trabajo en sí. 2. Realización. 3. Reconocimiento. 4. Progreso profesional. 5. Responsabilidad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las condiciones de trabajo. 2. Administración de la empresa. 3. Salario. 4. Relaciones con el supervisor. 5. Beneficios y servicios sociales.
--	--

La motivación en el trabajo

La motivación en los colaboradores de una compañía es de vital importancia debido a que ellos darán todo de sí en pro de un objetivo personal u organizacional. La motivación laboral se da mediante la relación de recompensas y rendimiento; ya que este tipo de incentivos les da merito o reconocimiento a labores asignadas. Un personal altamente motivado le aporta ideas creativas e innovadoras a la compañía que quizás podrán generarle éxito a la organización.

Causas de la motivación

Los motivos pueden agruparse en diversas categorías:

- a) En primer lugar figuran los motivos racionales y los emocionales.
- b) Los motivos pueden ser egocéntricos o altruistas.
- c) Los motivos pueden ser también de atracción o de rechazo, según muevan hacer algo en favor de los demás o a dejar de hacer algo que se está realizando que podría hacerse.

Características de la Motivación

Entre las principales características de la motivación se encuentran las siguientes las cuales pueden ser fácilmente puntualizadas:

- Mientras mayor es el deseo o la necesidad se incrementará en gran medida la motivación.
- La motivación supera a las razones.
- Tanto la conducta como el comportamiento de los individuos, son elementos que influyen directamente sobre la motivación y el grado de la misma en el individuo.
- La motivación impulsa el desarrollo de las nuevas soluciones y del ingenio.
- Por medio de la motivación se logra establecer nuevos esquemas de interacción entre los individuos.
- De hecho en base a estas cinco características se puede decir efectivamente que un buen líder debe saber motivar a sus sub coordinadores

Los Incentivos

“Un incentivo es algo que mueve a realizar una acción y que mantiene el entusiasmo durante su desarrollo. Podríamos decir que es como la gasolina que aporta la energía necesaria para que no se para el motor de la motivación”. (Ramon & Ynfante, 2008).

El incentivo sensorial: El entrenamiento intenso está presidido por toda una serie de sensaciones que todo practicante conoce bien, pero la más intensa es, sin duda, el dolor. Todo practicante debe aprender a conocer y aceptar el dolor para poder dominarlo y hacer que trabaje en su beneficio. La cuestión es cuánto dolor debemos soportar para poder obtener auténticos progresos sin sufrir efectos negativos tales como el sobre entrenamiento o la lesión. Al

respecto, es muy importante saber diferenciar el dolor que es producto del entrenamiento bien realizado y el dolor que es síntoma de una posible lesión.

El incentivo de curiosidad: Dice un refrán popular que "la curiosidad mató al gato", pero también podríamos acuñar otro que dijera "la falta de curiosidad mató al investigador". La curiosidad es el factor primario que conduce al conocimiento y al aprendizaje. Debemos desarrollar una creciente preocupación por aprender de otras disciplinas y áreas de conocimiento, todo aquello que nos ayude a conocer los fundamentos teóricos de nuestro deporte y otorgarle, así, un carácter más científico.

El incentivo de los logros: Sin duda, para el deportista de competición, el incentivo más importante es la victoria. En definitiva, el vencer en una prueba puede ser considerado un éxito o no según la valoración que el competidor haga de ella. Al respecto es muy importante mantener los objetivos claros y darle a la competición la dimensión adecuada que nos permita utilizarla como un medio más en nuestro camino hacia el progreso y no sólo como un fin único y último.

El incentivo de independencia: Se refiere a la necesidad que tienen algunos deportistas de hacerlo todo por sí mismos. Esta actitud autodidacta puede ser positiva si supone un afán por aprender de los propios errores y transmitir esos conocimientos a los demás. Pero también puede perjudicar mucho los progresos y retrasar la consecución del éxito. Así mismo, puede conducir al desarrollo de actitudes prepotentes y egoístas debido a las dificultades y sufrimientos experimentados. Frases como "nadie sabe por lo que he tenido que pasar hasta alcanzar el triunfo" o "¡si hombre! con lo que me ha costado aprender te voy a explicar lo que sé" o "espábilate como yo he hecho" o "a estas alturas ya

nadie puede enseñarme nada", son sintomática de este tipo de actitud a que nos referimos.

El incentivo de afiliación: La necesidad de autoafirmación está presente en todo ser humano y se manifiesta con mayor intensidad en aquellas personas que no han desarrollado, aún, el grado de madurez suficiente. Una forma de autoafirmarse y conseguir cierta aceptación social es demostrar capacidad para enfrentarse a las dificultades y alcanzar el éxito en actividades que son trascendentes para el grupo social al que se quiere pertenecer.

El incentivo de agresión: En un sentido deportivo la agresión se define como una conducta hostil o destructiva hacia alguien en concreto. El deportista, no obstante, también otorga al término otro significado mucho más positivo y carente de connotaciones destructivas. En el entrenamiento culturista, la agresividad debe estar presente, pero siempre entendida como un sentimiento de oposición y firmeza ante las dificultades.

El incentivo de poder: La necesidad de ejercer influencia sobre los demás y de permanecer poco receptivo hacia los consejos de los demás es una característica bastante frecuente de algunos deportistas. Nadie puede negar que ejercer este tipo de poder es, con frecuencia, motivo de disputas y crea un ambiente enrarecido en la sala de entrenamiento.

GESTIÓN DE LA CALIDAD

La Gestión de la calidad posee los medios que toda organización debe proporcionar a sus empleados con una participación plena, satisfacer a sus

clientes, de igual manera ser competitivo. La importancia está en la medición y su diagnóstico, como rol del cliente y también en su compromiso en todos los niveles de la organización, al buscar la mejora continua.

La alta dirección estará comprometida en buscar la calidad, la satisfacción plena del cliente, proponer proceso a la organización, teniendo en cuenta los errores o imagen, que van a ser determinantes para el logro del éxito empresarial.

En general a la Gestión de la Calidad se la puede definir como el aspecto de la gestión general de la organización que determina y aplica la política de la calidad con el objetivo de orientar las actividades de la organización para obtener y mantener el nivel de calidad del producto o el servicio, de acuerdo con las necesidades del cliente.

Enfoques de la Gestión de Calidad

“El término enfoque de Gestión de la Calidad se utiliza para describir un sistema que relacionan conjunto de variables relevantes para la puesta en práctica de una serie de principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad. Así pues, el contenido de los distintos enfoques de Gestión de la Calidad se distingue por tres dimensiones: principios de la calidad, practica de la calidad y técnica de la calidad”. (Camisón, Cruz y Gonzales, 2006, p.211).

La gestión de la calidad exige:

- Valores dentro de la organización, teniendo encienta principios y normas por todos aceptadas.
- Poseer orientación empresarial, teniendo clara su estrategia, su misión, visión, política con calidad.

- Demostrar sus propiedades sujetas a todos sus procesos y problemas relativos.

PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD

Es necesario conocer sus principios y así conducir a la organización hacia una mejora continua, por tal motivo que tanto la Norma ISO 9000 y ISO 9004 proponen principios que se detallamos a continuación.

- **ENFOQUE AL CLIENTE:** la organización depende de su cliente y deberían entender sus necesidades actuales y futuras, como también sus requisitos que desean los clientes.

- **LIDERAZGO:** todo líder deberá establecer unidad para orientar y tener el propósito hacia la organización. Todos ellos deberán crear y mantener un ambiente de trabajo apropiado e involucrarse en los objetivos de la organización.

- **PATICIPACIÓN DEL PERSONAL:** El involucramiento del personal es esencial en todos sus niveles la cual va a posibilitar a usar sus habilidades que serán usadas en beneficios de las organizaciones.

- **ENFOQUE BASADO EN PROCESOS:** Resultado deseado para el logro de sus actividades y todos los recursos que se relacionan en gestionar como un proceso en un todo.

- **ENFOQUE DE SISTEMA PARA LA GESTIÓN:** Poder identificar, entender, y gestionar los procesos que se relacionan con el sistema, para la contribución al logro de la eficiencia y eficacia, para el logro de los resultados u objetivos institucionales.

- **MEJORA CONTINUA:** Desempeño total de la organización debería ser el objetivo permanente de ésta.

SISTEMA DE GESTIÓN

Toda organización independiente en cuanto a su tamaño, deben enfrentar las demandas respecto a su rentabilidad, su calidad, tecnología, y desarrollo sostenible. Todo sistema debe ser eficiente, diseñando a la medida de sus procesos comerciales, lo cual puede enfrentar todos los desafíos que hoy en día se presenta en un mercado global cambiante.

Para convertir las presiones de la competencia en ventajas comparativas, las empresas deben aumentar el rendimiento operativo en forma sistemática. Todo sistema ayuda a centrar, organizar, sistematizar, todos los procesos para una gestión de mejora. Mencionaremos algunos principios que son fundamentales en un sistema de gestión:

- Plena consecución de las necesidades y expectativas del cliente, interno y externo.
- Desarrollo y mejora continua del proceso de las actividades y procesos que posee la organización.
- Compromiso de la alta dirección y un liderazgo que sea activo de todo el equipo directivo.
- Participación de todos los miembros de la organización y fomento del trabajo en equipo hacia una Gestión de Calidad Total.
- Involucramiento de los proveedores en el sistema de calidad de la

organización, fundamentalmente en la consecución de la calidad organizacional.

- Identificación y Gestión de los Procesos Claves de la organización, superando las barreras departamentales y estructurales que esconden dichos procesos.

-

BENEFICIOS DE IMPLEMENTAR UN SISTEMA DE GESTIÓN

Al implementar un sistema de gestión se obtiene beneficios internos y externos que se presentan a continuación.

Beneficios Internos

La implementación de beneficios internos en un sistema de gestión son:

- Mejorar la eficiencia y eficacia
- Mejora de los instrumentos de gestión.
- El incremento de la conciencia sobre las acciones correctivas y preventivas.
- La mayor concientización por la calidad.
- El incremento de la motivación de los empleados.
- La mejora de la calidad de los productos y resultados.
- La mejora en la responsabilidad.
- La disminución de los conflictos entre sus colaboradores.

Beneficios Externos

Los beneficios externos que la organización obtendrá al implementar un sistema de gestión son:

- Mantenerse en el mercado
- Incremento en la satisfacción de los clientes y su fidelización.
- La captación de nuevos clientes.
- Reducción de auditorías realizadas por los clientes.
- La mejorar la imagen de la organización.
- Mayor calidad percibida y ventaja competitiva.
- Reducción de las quejas.
- Mejores relaciones con los proveedores.

SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD (SGC)

Un Sistema de Gestión de la Calidad, es un método aplicable en cualquier organización con el objeto de definir e implementar la infraestructura más adecuada para el desarrollo de su actividad, de tal forma que con ella alcance, de forma continuada, el total cumplimiento de los objetivos de calidad previamente establecidos.

Cada día más clientes se tornan compradores con conciencia de la calidad. Desean saber desde el comienzo que la organización puede satisfacer sus necesidades. Un Sistema de Gestión de la Calidad certificado demuestra el compromiso de su organización con la calidad y la satisfacción del cliente.

Teniendo un Sistema de Gestión de Calidad se demuestra previsibilidad en las operaciones internas, así como capacidad para satisfacer los requisitos del cliente.

Por otro lado, la gestión de la calidad permite una visión general que hace más fácil manejar, medir y mejorar los procesos internos.

Cada organización posee ciertos procesos operacionales que son críticos a la hora de conseguir sus objetivos estratégicos. Los beneficios de una organización dependen de su capacidad para descubrir puntos fuertes, débiles y oportunidades de mejora.

Un Sistema de Gestión de la Calidad implementado y documentado permite controlar los diferentes procesos internos definidos en el campo de actividad de una organización.

Cuando una compañía trabaja de acuerdo con un Sistema de Gestión de la Calidad, resulta una organización más eficiente y efectiva. Asimismo, mejora la responsabilidad, motivación y compromiso del personal. Por otro lado, se está convirtiendo cada vez más en una condición necesaria para la contratación que el Sistema de Gestión de la Calidad esté certificado. El certificado demuestra a los clientes que la organización posee los sistemas necesarios para poder cumplir con las obligaciones que asume frente a ellos. Este Sistema se lo puede realizar basándose en la Norma ISO 9001:2000.

FASES DE IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Las fases de implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad son las siguientes

- **Análisis y diagnóstico:** Identificación del flujo actual de los procesos

llevados a cabo por la Organización que pretende implantar el Sistema de Gestión de la Calidad y determinación de aquéllos que inciden en dicho Sistema.

- **Desarrollo:** Redacción de una propuesta del Manual de Calidad que deberá implementar la Organización y adopción de las primeras medidas para subsanar los riesgos y las deficiencias advertidas en la primera fase.
- **Conclusión:** Redacción del Manual de Calidad definitivo y aplicación y gestión por la Organización de los procedimientos establecidos en él.
- **Seguimiento:** Revisiones periódicas y actualizaciones documentadas del Manual de Calidad.

VENTAJAS Y RIESGOS DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Un sistema de gestión de la calidad implementado en una organización, trae a la organización las siguientes ventajas y riesgos:

➤ **VENTAJAS**

Los Sistemas de Gestión de la Calidad son herramientas de gestión que implementados en las organizaciones:

- Aseguran la calidad de los productos y servicios.
- Garantizan las características de los productos antes y durante el proceso de fabricación, así como la mejora continua.
- Demuestran la capacidad para suministrar de forma coherente productos y

servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los reglamentarios.

- Aumentan la satisfacción del cliente.
- Realizan la prevención de los problemas antes de su detección.
- Corrección de no conformidades mediante una gestión basada en la planificación de las actividades.
- Disminuyen el tradicional control de Calidad, donde el producto final es inspeccionado para comprobar su adecuación a las especificación
- Correcta gestión de los recursos, con el objetivo de conseguir siempre la Calidad a la primera.
- Promueven la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora un sistema de gestión de la calidad (SGC).
- Los certificados ISO son un elemento diferenciador frente a la competencia al transmitir imagen de liderazgo, distinción, prestigio, garantía y excelencia.
- Reducción de costes derivados de productos o servicios no conformes o de procesos y actividades que no agregan valor añadido.
- Optimización de procesos al convertirlos en más eficientes.
- Fluidez en las tareas debido a la documentación de los procedimientos.
- Simplificación en la resolución de los problemas.
- Mejora de la planificación general.

➤ **RIESGOS**

La implantación de sistemas de gestión de la calidad también tiene sus riesgos

si no se asume como una oportunidad de mejorar una situación dada.

El desarrollo de estos sistemas proporciona elementos de detección de actividades generadoras de no calidad, pero si no se utilizan y desarrollan teniendo en cuenta todas las circunstancias de la actividad, pueden ser generadores de burocracia inútil y complicaciones innecesarias para las actividades.

Se puede generar el riesgo de no obtener el compromiso y colaboración de todos los afectados y todos debe existir la obligación de comunicar objetivos y responsabilidades, una mala comunicación puede llevar a generar importantes barreras en el desarrollo del análisis e implantación de medidas por temores infundados.

LA ORGANIZACIÓN Y LOS SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Las corporaciones alrededor del mundo, han construido y continúan construyendo sus sistemas de la calidad alrededor de estándares generados por la familia de las ISO 9000:2000.

Con su aparición, se ha producido en el mundo un tremendo auge de la certificación de los sistemas de la calidad de las organizaciones basadas en las normas ISO 9001: 2000

Se deduce que las organizaciones buscan implantar un sistema de gestión de la calidad ya que son actualmente un referente de la excelencia empresarial. Ante las exigencias que impone un entorno competitivo cada vez más dinámico y globalizado, la gestión de la calidad empresarial permite ofrecer productos y servicios que satisfacen las expectativas de los clientes, a la vez que logra mejorar

de forma continua los procesos de la organización. Las ventajas que ofrece la implantación de modelos de gestión de calidad, de excelencia empresarial o sistemas certificados son numerosas. Los índices de satisfacción de los clientes, las ventas y la rentabilidad de la organización aumentan, y disminuyen los costos. Por otra parte, la gestión de calidad es un elemento que favorece la motivación e integración de los trabajadores en la organización, actuando de una manera muy positiva en el clima laboral.

Estos y otros beneficios permiten afirmar que la gestión de la calidad empresarial es un enfoque gerencial básico para mejorar la competitividad de las organizaciones.

ISO 9001

Concepto.- “Una ISO crea estándares internacionales y está compuesta por organismos a nivel internacional. ISO (Organización Internacional de Normalización) es una federación mundial de organismos nacionales de normalización (organismos miembros de ISO). El trabajo de preparación de las Normas Internacionales normalmente se realiza a través de los comités técnicos de ISO. Cada organismo miembro interesado en una materia para la cual se haya establecido un comité técnico, tiene el derecho de estar representado en dicho comité. Las organizaciones internacionales, públicas y privadas, en coordinación con ISO, también participan en el trabajo. La Norma ISO 9001 ha sido preparada por el Comité Técnico ISO/TC 176, Gestión y aseguramiento de la calidad, Subcomité SC 2, Sistemas de la calidad” (ISO 9001, 2008, p.3).

Enfoque de ISO

“En el desarrollo de esta Norma Internacional se han tenido en cuenta los principios de gestión de la calidad enunciados en las Normas ISO 9000 e ISO 9004. Además, esta Norma Internacional promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos” (ISO 9001, 2008, p.5)

Ciclo de Deming de Mejora Continua

Según la página de artículos PDCA HOME (2014) “el Ciclo de mejora continua es conocido como Círculo de Deming, por ser Edwards Deming su autor. Esta metodología describe los cuatro pasos esenciales que se deben llevar a cabo de forma sistemática para lograr la mejora continua, entendiendo como tal al mejoramiento continuado de la calidad”

Etapas del Ciclo de Deming

Las cuatro etapas que componen el ciclo son las siguientes:

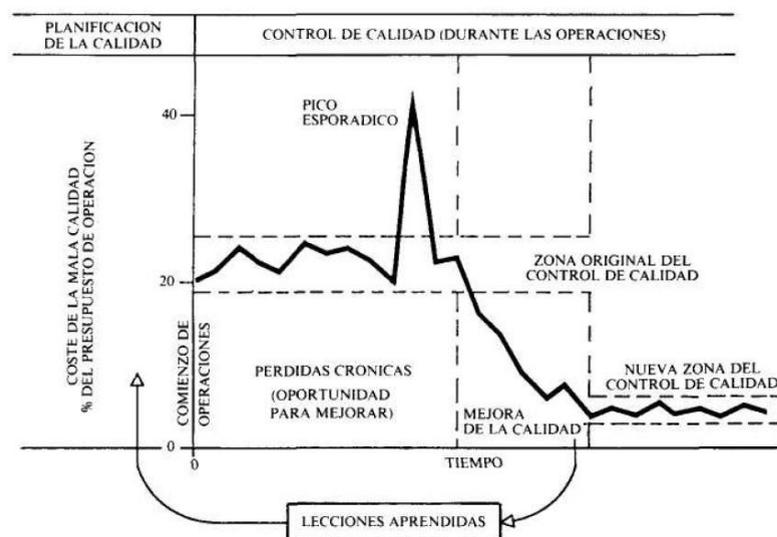
1. Planificar (Plan): “Se buscan las actividades susceptibles de mejora y se establecen los objetivos a alcanzar. Para buscar posibles mejoras se pueden realizar grupos de trabajo, escuchar las opiniones de los trabajadores, buscar nuevas tecnologías mejores a las que se están usando ahora, etc.”(PDCA HOME,2014)
2. Hacer (Do): Se realizan los cambios para implantar la mejora propuesta.

Generalmente conviene hacer una prueba piloto para probar el funcionamiento antes de realizar los cambios a gran escala. (PDCA HOME,2014)

3. Controlar o Verificar (Check): Una vez implantada la mejora, se deja un periodo de prueba para verificar su correcto funcionamiento. Si la mejora no cumple las expectativas iniciales habrá que modificarla para ajustarla a los objetivos esperados. (PDCA HOME,2014)
4. Actuar (Act): “Por último, una vez finalizado el periodo de prueba se deben estudiar los resultados y compararlos con el funcionamiento de las actividades antes de haber sido implantada la mejora. Si los resultados son satisfactorios se implantará la mejora de forma definitiva, y si no lo son habrá que decidir si realizar cambios para ajustar los resultados o si desecharla. Una vez terminado el paso 4, se debe volver al primer paso periódicamente para estudiar nuevas mejoras a implantar”.(PDCA HOME,2014)

Trilogía de Juran

Según Juran (1988), “la trilogía de Juran que hoy es una marca registrada y uno de los legados más importantes de su influyente obra donde propone que una correcta gestión de calidad se logra a través de una trilogía con el proceso de planificación de calidad, control de la calidad la mejora de la calidad”.



Fuente: “Juran y la planificación de la calidad”-Joshep M. Juran (1988)

a. Planificación de Calidad

Según Juran (1988) “tener procesos deficientes de planificación de la calidad ocasiona perdida en las ventas, costos adicionales por la mala calidad y amenaza a la sociedad, esto quiere decir la insatisfacción que ocasiona un producto o servicio de mala calidad”.

b. Control de Calidad

Según Juran (1988) “el control de calidad es que suministra los estándares de calidad que se utilizaran par la inspección”.

Según Erick (1989) “el control de calidad reduce costos, porque hay acciones dirigidas a garantizar el cumplimiento de los requisitos funcionales y de desempeño de los productos y servicios”.

c. Mejora de Calidad

Según Juran (1988) “la mejora de calidad generalmente nace de la detección de errores, Hallar errores y conocer su origen nos permite encontrar una oportunidad de mejora del proceso”.

SECTOR SERVICIOS DE HOTELES

Sector Servicios

Según Educa LAB (2015) “conocido también como sector terciario, uno de los tres grandes sectores de las actividades económicas; no implica a la producción de bienes materiales, sino que provee a la población de servicios necesarios para satisfacer sus necesidades. En concreto este sector engloba una amplia gama de actividades y está conformado por varias áreas como el: comercio, transporte, comunicaciones, servicios sociales, servicios financieros, educación, sanidad, turismo, hotelería; etc.”

Rubro Hostales

En la actualidad los hoteles, ofrecen servicios adicionales a sus huéspedes para que se sientan cómodos y como en casa, con la finalidad que decidan volver o recomendar, entre ellos: internet con Wi Fi, heladeras, microondas, servicio de limpieza diario, ropa de cama. Hay empresas que brindan servicio de alojamiento a turistas o personas más allá del viaje por alguna razón, alojarlo temporal, con la posibilidad de incluir otros servicios adicionales, a condición del pago de una contraprestación en las tarifas del establecimiento.

Tipos de alojamiento

Hotel: aloja a las personas que deciden que darse por un cierto tiempo con un servicio completo.

Hostal: son unidades con habitaciones para alojarse y pueden dar alimentos y bebidas y otros servicios.

Moteles: Establecimiento público, ofrece habitación, baño y estacionamiento.

Estancias de turismo: Establecimientos agropecuarios donde generalmente es alojamiento es secundario.

Habitaciones Privadas: Alquiler de camas en casas privadas.

Casas De Huéspedes: Funciona como hotel pequeño y económico (sólo alojamiento y poca calidad).

Residencia vacacional: Casa que alquilan en zonas vacacionales por semana, quincena, mes, etc.

Posadas: Primordialmente alimentos y bebidas y el alojamiento es secundario.

Balnearios o Clínicas de Recuperación: servicios y tratamientos médicos más las comodidades de un hotel.

Servicio de Hospedajes

El Manual de Buenas Prácticas para Establecimientos de Hospedaje (2016) Se reconoce los servicios hoteleros como la “actividad esencialmente intangible, ligada en su prestación de un soporte físico, que se ofrece para satisfacer las necesidades de alojamiento de los turistas y demás tipos de viajeros”.

Este tipo de servicio se divide en Servicio intangible y susceptible a la percepción de quien lo usa el servicio hotelero está determinado por el nivel de satisfacción de cada cliente o usuario.

El servicio hotelero en el campo de los viajes y turismo: Se toma como una actividad intangible que va muy ligado a una prestación con soporte físico que prestan las personas para satisfacer necesidades de turistas y demás viajeros.

Diferencia entre los conceptos de hotel, hospedaje y albergue.

El hotel, es reconocido como el establecimiento constituido por un grupo homogéneo e independiente, en el que se presta atención específica con un mínimo de 50 habitaciones y un promedio de 10% de sus habitaciones sean individuales, además tr brindar servicios de restaurante y otros.

Sobre el concepto de hospedaje, que se reconoce como aquel establecimiento en el que la característica principal es la de poseer habitantes en promedio de 12 mínimo y no más de 49. Finalmente, acerca de un albergue, éste se define como aquel establecimiento en el que se brinda el servicio de hospedaje solo a un grupo determinado de personas con intereses comunes, determinando modalidades como: juveniles, refugios de montaña, campos, etc. La característica principal del albergue es que sus instalaciones conectan al huésped con la naturaleza, algunos lo reconocen como centro vacacional.

2.3 Marco conceptual

Micro y pequeñas empresas.- Es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios

Gestión.- Son las actividades que se desarrollan teniendo en cuenta la capacidad adquirida para cumplir las metas que se requieren en toda organización, es decir es todo aquello proceso que se utilizan para lograr lo que se quiere, es decir es todos aquellos pasos que se realizan con el fin de solucionar una situación o la cristalización de un proyecto.

Calidad.- En el campo de los negocios, las empresas entienden que la calidad está referido a la excelencia y maximización de un bien o servicio. En los últimos años existen empresas internacionales certificadoras de la calidad, para ello hay que cumplir con una serie de exigencias que puedan satisfacer a los clientes.

Motivación.- Motivación es el proceso de estimular a un individuo para que se realice alguna acción que satisfaga alguna de sus necesidades y alcance alguna meta deseada para él motivador.

Hotelería.- Es la Industria que se ocupa de brindar a los clientes alojamiento, comida y otros servicios, mediante pagos según la condiciones del alojamiento (Montas, 2008).

Hoteles.- Los hoteles fueron creados exclusivamente para prestar servicios a los clientes que están constantemente viajando sea por motivos familiar, laborales, vacaciones, etc.

III. METODOLOGIA

3.1 Diseño de la Investigación

3.1.1. Tipo de investigación

La investigación fue cuantitativo porque tuvo un proceso de información previa y posteriormente de recolección de datos que nos van a permitir aplicar un cuestionario de preguntas que al aplicarlo se justificara con los resultados que nos brinden las personas insertadas en la muestra de nuestra investigación, esta se verá reflejado a través de resultados cuantitativos (gráficos y cuadros estadísticos).

Baptista (2010), “manifiesta que “la recolección de datos y la presentación de los resultados se va a utilizar procedimientos estadísticos e instrumentos de medición para el recojo y análisis de datos sobre las variables objeto de estudio de manera objetiva”.

3.1.2. Nivel de investigación

La presente investigación fue descriptivo, porque nos permitio describir, registrar analizar, interpretar y medir las variables del estudio y sus componentes: Motivación y Gestión de Calidad.

Según Hernández (2015) señalan “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”.

3.1.3. Nivel de investigación

El diseño de la investigación fue, no experimental-transversal.

- No Experimental, porque no se manipulo deliberadamente las variables: Motivación del personal y Gestión de Calidad; es decir, sólo se observó cómo se muestra dentro de su contexto.

Según Sampieri (2010), “establece que la investigación no experimental porque no hay ningún tipo de trabajo intencionado con relación a sus variables, a este tipo de investigaciones se le conoce como post facto por cuanto su estudio se basa en la observación de los hechos”.

- Transversal, porque la recolección de datos se realizó en un periodo determinado; es decir en un sólo momento y tiempo único; siendo el propósito describir las variables en un momento dado.

Según Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2010) indican que los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo comento, en un tiempo único.

3.2 Población y Muestra

Población: La población que se considerará en la siguiente investigación estará conformada por las micro y pequeñas empresas del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho. Se determinó la población con los datos proporcionados por la Municipalidad Provincial de Huaura, siendo 23 Hoteles debidamente registrados en el casco urbano de la ciudad de Huacho.

Según Wigodski (2010), 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.

Muestra:

Se tendrá en cuenta la muestra de acuerdo al total de la población por ser una población pequeña y que está conformada por 23 micro y pequeñas empresas del sector servicios de Hoteles, que es el cien por ciento de la población.

Según Wigodski (2010), “cuando una población es mayor a 50 se requiere la aplicación de una fórmula estadística, por tratarse de una población de carácter finito, no se aplicara fórmula para el resultado muestral”.

3.3 Definición de Operacionalización de Variables

VARIABLE		Definición operacional			Escala de medición
		Dimensiones		Indicadores	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definiciones	Denominaciones	
MOTIVACION DE PERSONAL	La motivación es el proceso de estimular o incentivar a una persona por alguna acción determinada de logro de sus necesidades y el de la organización (Sexton 1977)	Compensación económica	Se le considera como un motivador universal, sigue siendo el factor más importante de motivación: con él se pueden adquirir diversos tipos de refuerzos, se puede acumular previendo necesidades futuras o usarse para producir más dinero	Bonos económicos	Escala de Likert
				Remuneraciones y/o salarios	
				Pago por comisiones logradas	
		Ascensos y promoción de personal	Está ligado a un ascenso de sueldo, pero también tiene componentes psicológicos y sociales que estimulan a la persona que se promociona: aumento de la autoestima, de la seguridad personal, del prestigio frente al resto de los empleados y también aspectos sociales en los que se desarrolla la persona.	Evaluación	
				Ascensos	
				Desarrollo personal	
		Capacitación del personal	Esta estrategia hace que aumente la autoestima de la persona a la que se dirige el plan de formación y favorece ampliamente a la empresa, lo que provocará una mejora del servicio y aumento de la productividad	Capacitación	
				Tipos de capacitación	
				Rendimiento personal y laboral	

Variable		Definición Operacional			Escala de medición
		Dimensiones		Indicadores	
Denominación	Definición Conceptual	Denominación	Definiciones	Denominaciones	
GESTION DE CALIDAD	Viene hacer la interrelación del conjunto de medios por cuales se logra la calidad. Este proceso incluye tres elementos: Planificación de la calidad, control de la calidad, mejora de la calidad (Juran J. , 1990).	Planificación de calidad	Desarrollar los productos y procesos necesarios para satisfacer las necesidades de las clientelas	Objetivos organizacionales	Escala de Likert
				Actividades a desarrollar	
				Recursos organizacionales	
		Control de calidad	Es un conjunto de actividades que están interrelacionadas y que pueden interactuar entre si para el mejoramiento de la actividad empresarial.	Verificación de los servicios	
				Procedimientos administrativos	
				Evaluación permanente del servicio	
		Mejora de la calidad	Proceso para realzar la competitividad en el sector que compite es la forma de rendimiento y desempeño	Retroalimentación	
				Reconocimiento de los logros	
				Asignar recursos eficientemente	

3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Técnica:

En la presente investigación se aplicara la técnica de la encuesta, y que nos servirá para la recopilación de datos de los representantes de las micro y pequeñas empresas del servicio Hoteles de la ciudad de Huacho

Grasso (2012), manifiesta que la encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas.

Instrumento:

El instrumento de investigación a utilizar será el del cuestionario, lo cual va servir para registrar información. Dicho cuestionario está constituido por una serie de preguntas.

Según García, (2003) el cuestionario es un procedimiento considerado clásico en las ciencias sociales para la obtención y registro de datos. Su versatilidad permite utilizarlo como instrumento de investigación y como instrumento de evaluación de personas, procesos y programas de formación. Es una técnica de evaluación que puede abarcar aspectos cuantitativos y cualitativos.

3.5 Plan de Análisis

Toda la información que se obtenga será procesada en forma computarizada es por ello que para el siguiente trabajo de investigación se utilizará la recolección de

información mediante el cuestionario, estos datos serán tabulados y se organizaran utilizando tablas con sus respectivos gráficos para una correcta interpretación y visualización, también se utilizará el programa estadístico IBM el SPSS en su versión 23.

Suarez & Alonso, (2011) una vez encontrada la información en las unidades muestrales, se codifican, tabulan y grafican ordenado los datos de acuerdo a cada variable. Luego se realiza el análisis descriptivo que emplea la estadística inferencia y la interpretación con el empleo del programa SPSS versión 21 y el programa informático Microsoft Office Excel 2010.

3.6 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES	METODOLOGÍA		
<p>PRINCIPAL</p> <p>¿Cuáles son las mejoras de la motivación de personal como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector, servicios, rubro hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018?</p>	<p>GENERAL</p> <p>Proponer las mejoras de la motivación de personal como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.</p> <p>ESPECIFICOS</p> <p>Identificar los factores relevantes de la motivación de personal para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles</p>	<p>MOTIVACION Y GESTION DE CALIDAD</p>	POBLACIÓN Y MUESTRA	MÉTODOS	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
			<p>POBLACIÓN</p> <p>La población que se considerara en la siguiente investigación estará conformada por las micro y pequeñas empresas del sector servicio de Hoteles de la ciudad de Huacho. Se determinó la población con los datos proporcionados por la Municipalidad Provincial de Huaura, siendo 23 Hoteles.</p>	<p>TIPO: Cuantitativo</p> <p>NIVEL: Descriptivo</p> <p>DISEÑO: No experimental - transversal</p> <p>No experimental: Porque no se manipulo las variables, y de observará el fenómeno tal como está en la realidad.</p> <p>Transversal: Porque se desarrollarlo las variables en el periodo 2018.</p>	<p>INSTRUMENTO</p> <p>Cuestionario</p> <p>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</p> <p>Entrevista y encuesta</p>

	<p>del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.</p> <p>Describir la motivación de personal como factor relevante para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles del casco urbano de Huacho, Provincia de Huaura, 2018.</p> <p>Elaborar la propuesta de mejora de la motivación de personal como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles del casco urbano de Huacho, Provincia de Huaura, 2018</p>		<p style="text-align: center;">MUESTRA</p> <p>Se tendrá en cuenta la muestra de acuerdo al total del universo, por ser una población pequeña y que está conformada por 23 micro y pequeñas empresas del sector servicios de Hoteles.</p>		<p style="text-align: center;">PROCEDIMIENTO</p> <p>Se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentual, así como figuras estadísticas. El procedimiento de los datos se realizó en el programa Excel.</p>
--	--	--	---	--	--

3.7 Principios Éticos

Principios que rigen la Actividad Investigadora

Respeto a las personas. – En el ámbito de la investigación es necesario determinar un acuerdo que determinara cierto grado de beneficios entre los investigadores por tanto es determinante y de una manera se incurra en algún acuerdo de beneficio que se obtenga.

Se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad y la privacidad. Este principio implica que los sujetos que intervienen en la investigación participen voluntariamente e involucren el respeto de los derechos fundamentales.

Beneficencia y no maleficencia. – Hay que tratar de asegurar la conducta del investigador respetando algunas reglas como son el no causar daño disminuir los posibles efectos que sean adversos y maximizar los beneficios.

Justicia.- Se debe tener un juicio razonable que sea ponderable y tratar de asegurar algún sesgo que nos permita desarrollar de manera justa la investigación. Obtener equidad y justicia es otorgar a las personas que la investigación sea un derecho a acceder sus resultados.

Integridad científica. – es la manera en que la actividad científica de un investigador debe ser demostrada en su enseñanza y en su ejercicio profesional, esto resultara relevante cuando se pone en funcionamiento algunas normas deontológica de su profesión, se evaluaran y se declaran daños, riesgos y algunos beneficios potenciales que de alguna manera puedan afectar en una investigación. La integridad científica se debe mantener al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar la comunicación de sus resultados.

Consentimiento informado y expreso. – En toda investigación se debe desprender de contar con la manifestación de voluntad, libre de información y que se inequívoca y específica, mediante el uso de la información para los fines específicos que son establecidos en un proyecto de investigación.

IV. RESULTADOS

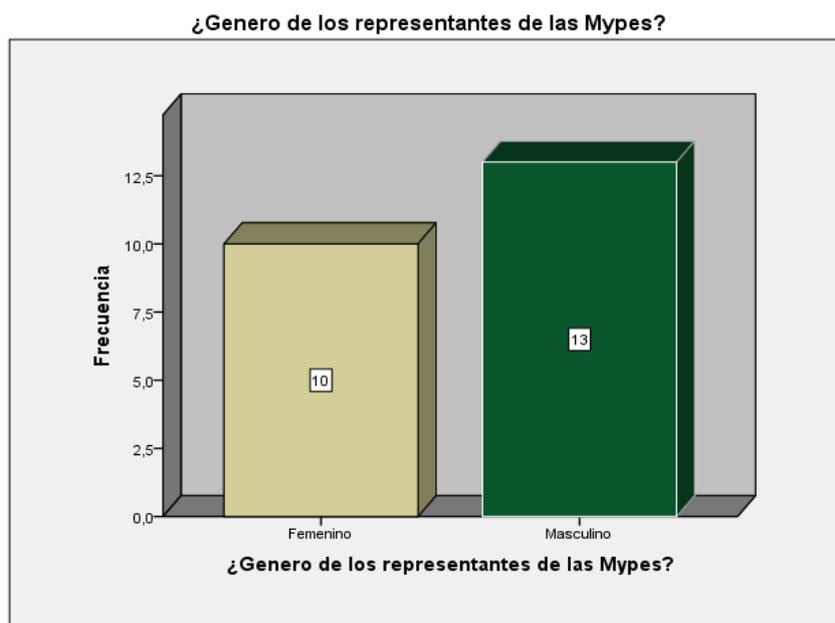
4.1 Resultados

4.1.1 Datos generales del encuestado (dueño y/o representantes)

Tabla 1: Genero de los representantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	10	43,5	43,5	43,5
	Masculino	13	56,5	56,5	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 1. Edad de los representantes

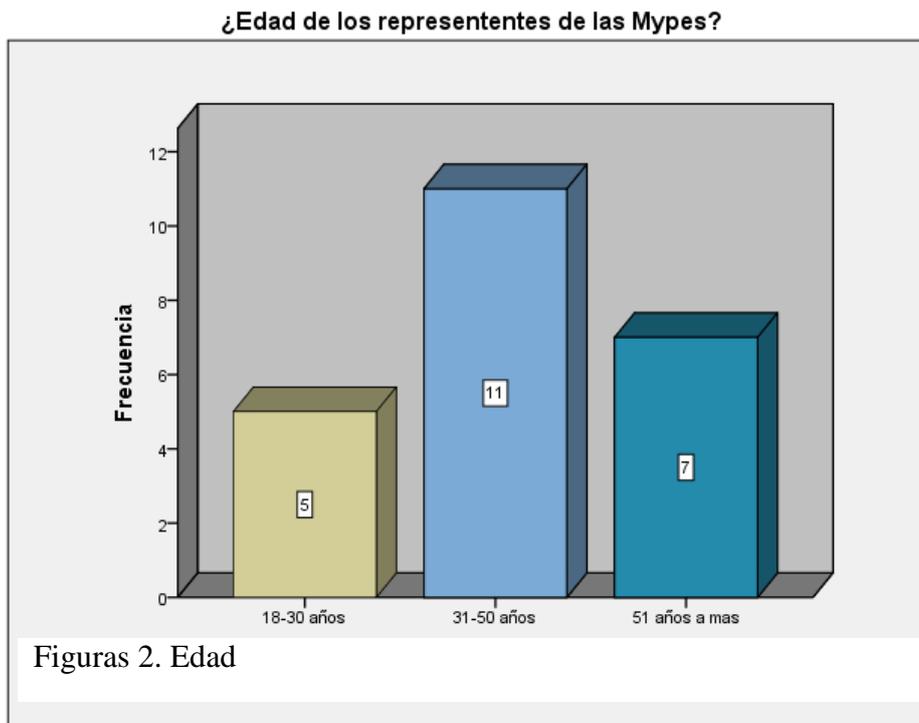
Fuente: tabla 1

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 43.5% son del género femenino y el 56.5% son del género masculino.

Tabla 2: Edad de los representantes de las mypes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-30 años	5	21,7	21,7	21,7
	31-50 años	11	47,8	47,8	69,6
	51 años a mas	7	30,4	30,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



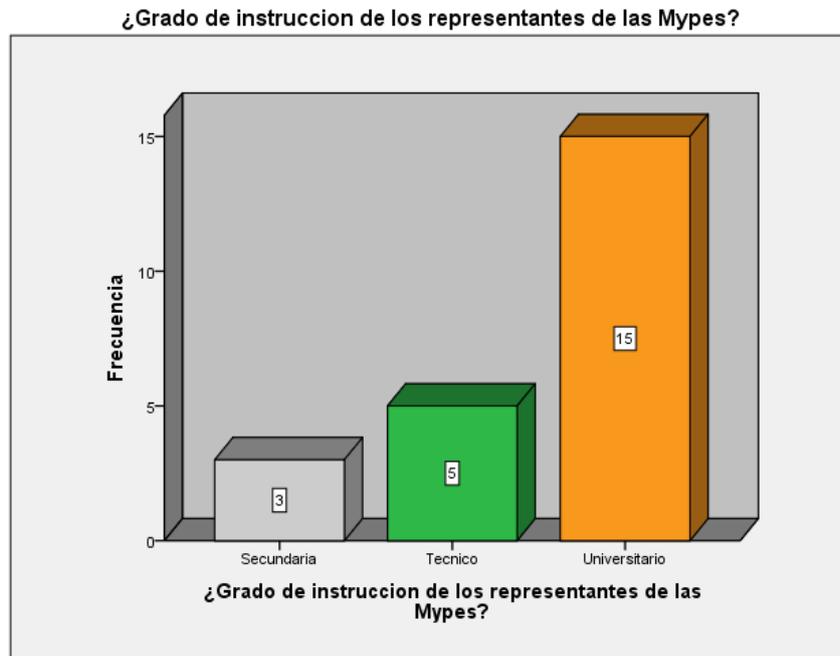
Fuente: tabla 2

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 21.7% de los representantes tienen entre 18 a 30 años, el 47.8% tienen entre 31 a 50 años y el 30.4% tienen una edad de 51 años a más.

Tabla 3: Grado de instrucción de los representantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	3	13,0	13,0	13,0
	Técnico	5	21,7	21,7	34,8
	Universitario	15	65,2	65,2	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 3. Grado de instrucción

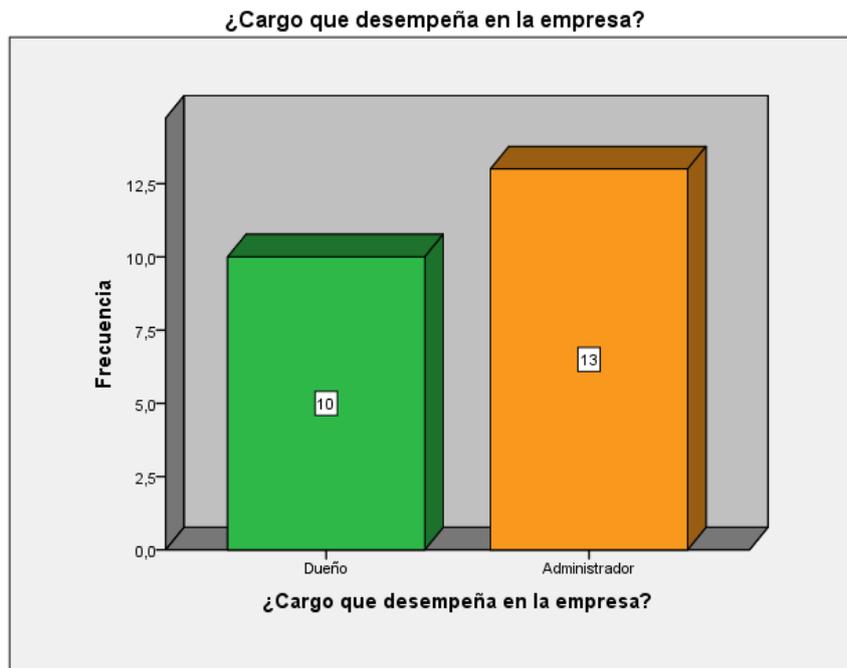
Fuente: tabla 3

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 13.0% de los representantes tienen estudios secundarios, el 21.7% cuentan con estudios técnicos y el 65.2% cuentan con estudios universitarios.

Tabla 4: Cargo que desempeñan los representantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dueño	10	43,5	43,5	43,5
	Administrador	13	56,5	56,5	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 4: Cargo

Fuente: tabla 4

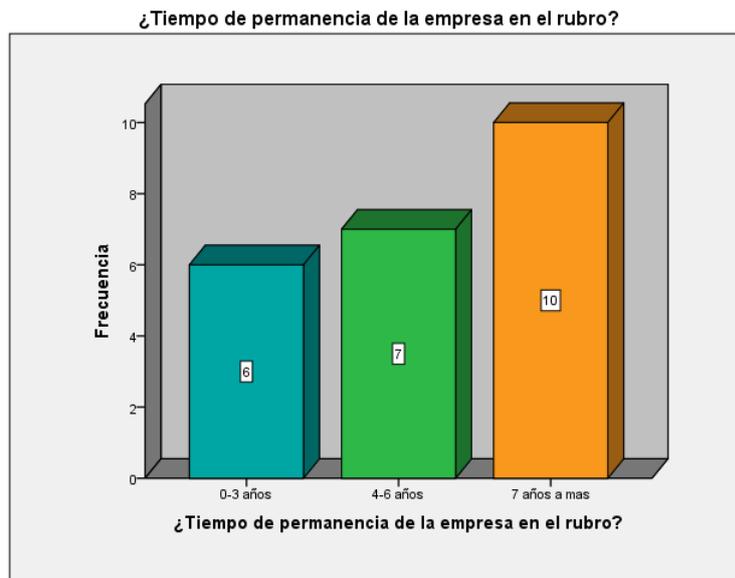
Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 43.5% de los representantes son dueños de sus propios negocios y el 56.5% cumplen el cargo de administradores

4.1.2 Datos referentes a las Micro y Pequeñas Empresas

Tabla 5: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0-3 años	6	26,1	26,1	26,1
	4-6 años	7	30,4	30,4	56,5
	7 años a mas	10	43,5	43,5	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 5: Tiempo de permanencia

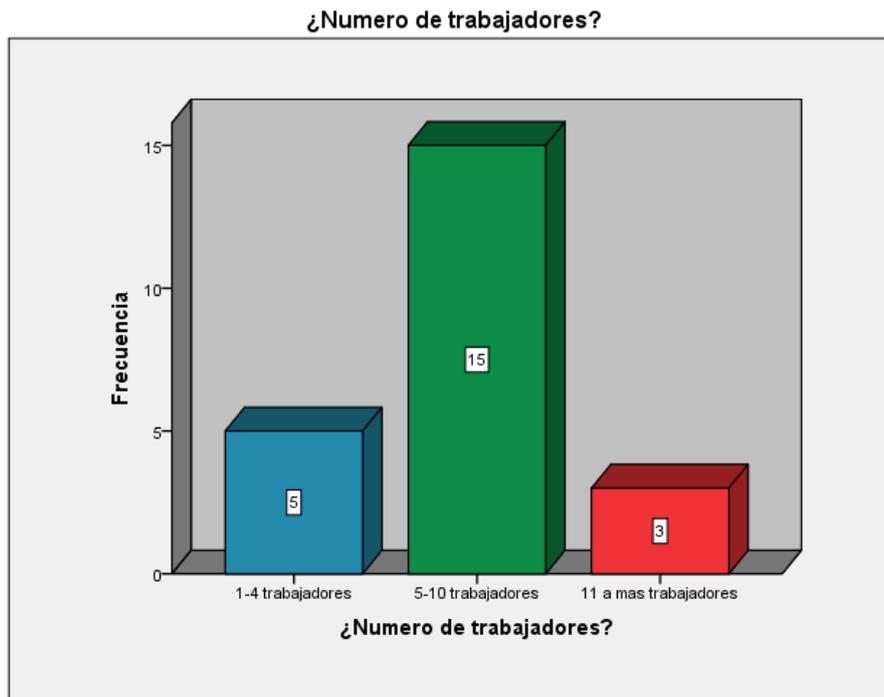
Fuente: tabla 5

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 26.1% de los representantes tienen de 0 a 3 años en el rubro, el 30.4% tiene de 4 a 6 años y 43.5% tiene más de 7 años en el rubro.

Tabla 6: Número de trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1-4 trabajadores	5	21,7	21,7	21,7
	5-10 trabajadores	15	65,2	65,2	87,0
	11 a más trabajadores	3	13,0	13,0	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 6: Número de trabajadores

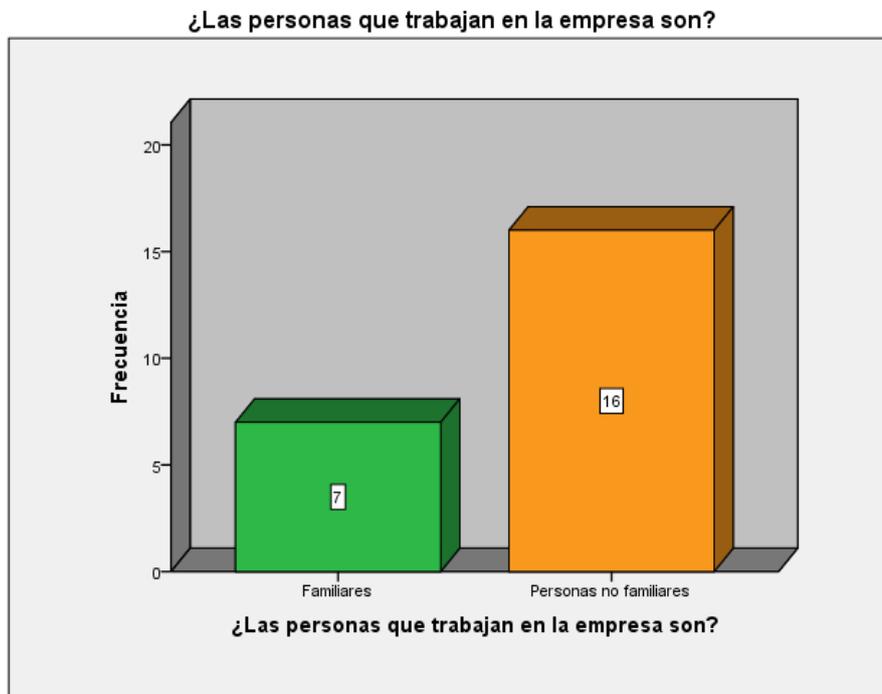
Fuente: tabla 6

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 21.7% de las mypes cuenta con 1 a 4 trabajadores en el rubro en su negocio, el 65.2% de 5 a 10 trabajadores y 13.0% cuenta con más de 11 trabajadores.

Tabla 7: Las personas que trabajan en la empresa son

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Familiares	7	30,4	30,4	30,4
	Personas no familiares	16	69,6	69,6	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 7: Las personas que trabajan en la empresa son

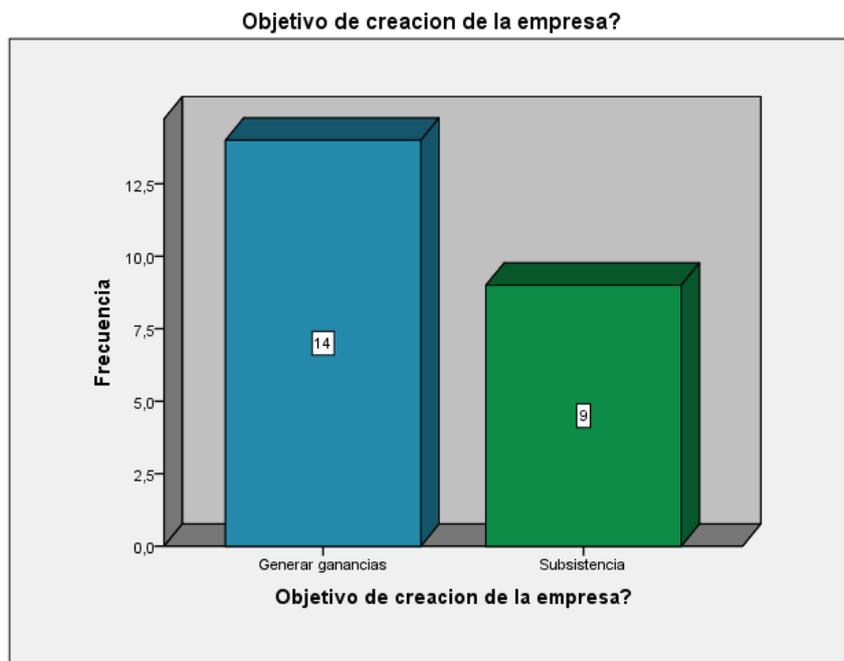
Fuente: tabla 7

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 30.4% de las personas que trabajan en la empresa son familiares y el 69.6% son personas no familiares.

Tabla 8: Objetivo de creación de la Mype

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Generar ganancias	14	60,9	60,9	60,9
	Subsistencia	9	39,1	39,1	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 8: Objetivo de creación

Fuente: tabla 8

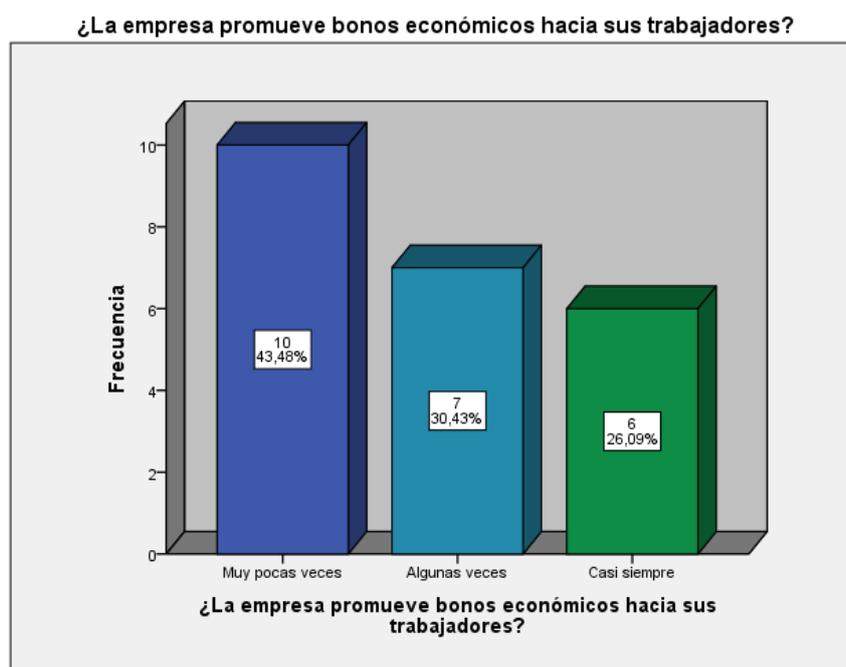
Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 60.9% de las empresas fue creado para generar ganancias y el 39.1% para subsistir en el mercado.

4.1.3 Datos referentes a la Motivación del Personal

Tabla 9: La empresa promueve bonos económicos hacia sus trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	10	43,5	43,5	43,5
	Algunas veces	7	30,4	30,4	73,9
	Casi siempre	6	26,1	26,1	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 9: La empresa promueve bonos económicos hacia sus trabajadores.

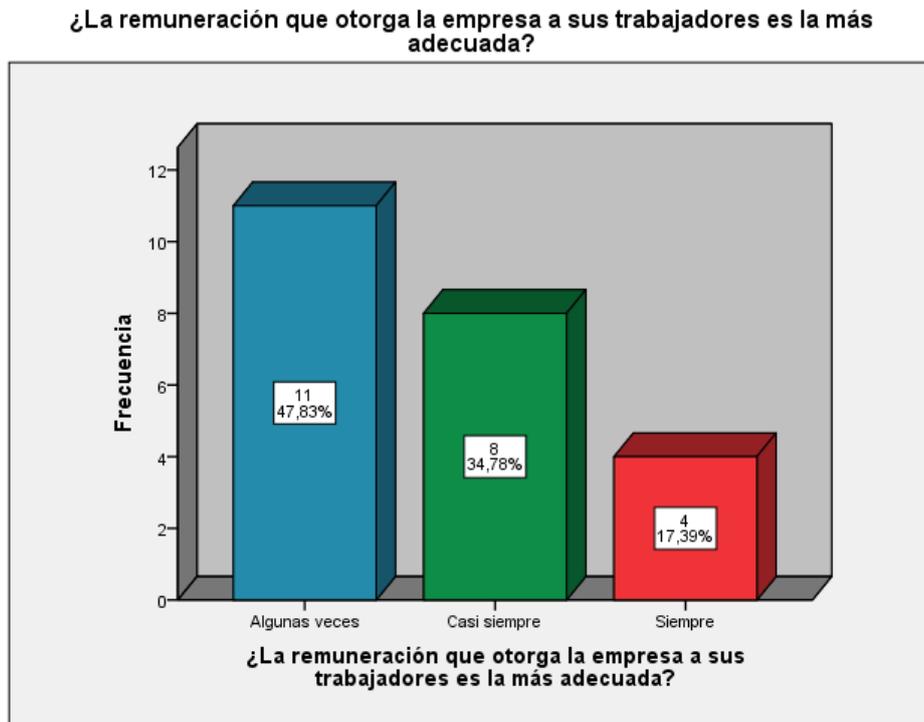
Fuente: tabla 9

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 43.5% muy pocas veces promueve bonos económicos hacia sus trabajadores, el 30.4% algunas veces y el 26.1% casi siempre promueve bonos económicos hacia sus trabajadores.

Tabla 10: La remuneración que otorga la empresa a sus trabajadores es la más adecuada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	11	47,8	47,8	47,8
	Casi siempre	8	34,8	34,8	82,6
	Siempre	4	17,4	17,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



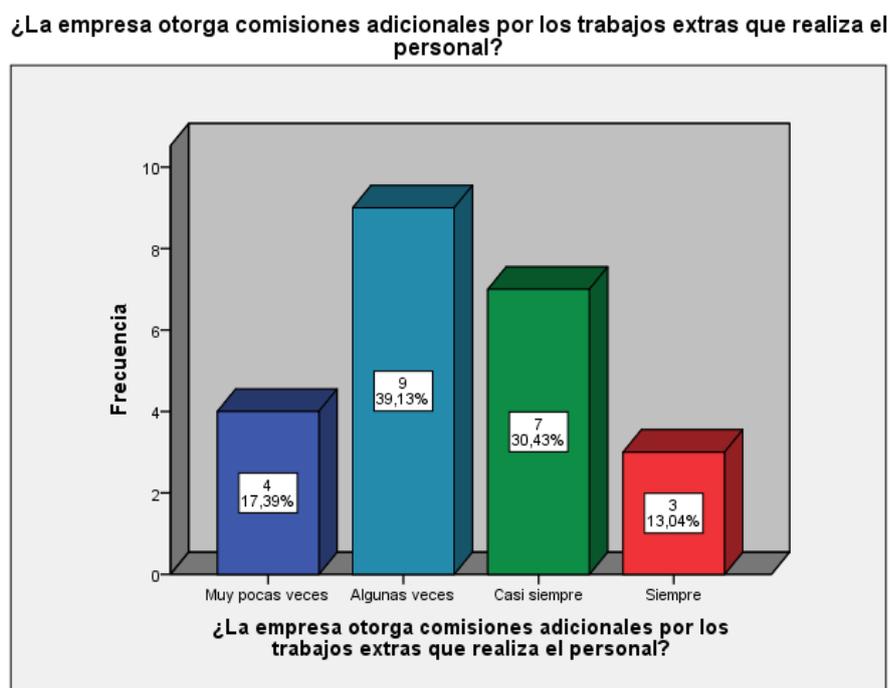
Figuras 10: La remuneración que otorga la empresa a sus trabajadores es la más adecuada
Fuente: tabla 10

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 47.8% las empresas algunas veces las remuneraciones que otorga a sus trabajadores es la más adecuada, el 34.8% casi siempre y el 17.4% siempre las remuneraciones que otorgan son las más adecuadas.

Tabla 11: La empresa otorga comisiones adicionales por los trabajos extras que realiza el personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	4	17,4	17,4	17,4
	Algunas veces	9	39,1	39,1	56,5
	Casi siempre	7	30,4	30,4	87,0
	Siempre	3	13,0	13,0	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 11: La empresa otorga comisiones adicionales por los trabajos extras que realiza el personal

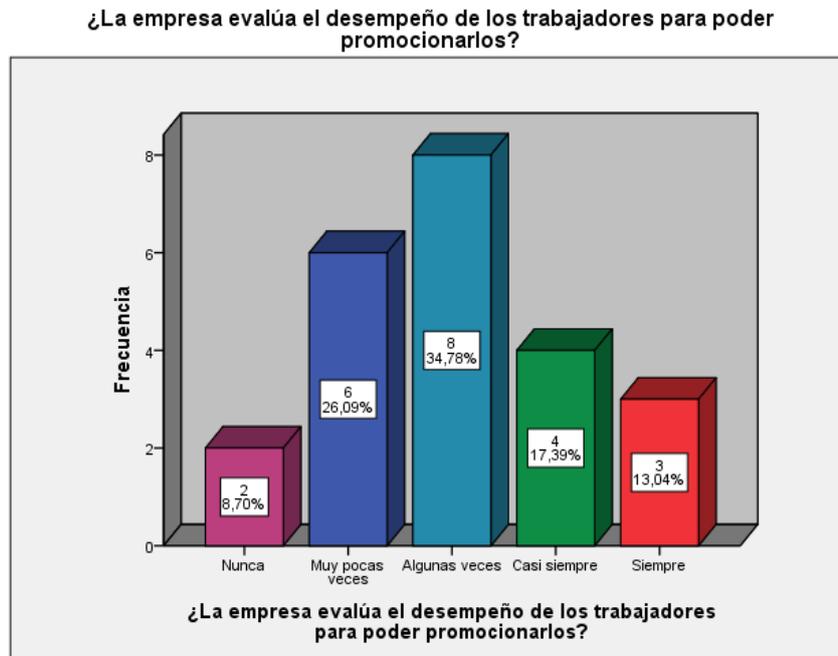
Fuente: tabla 11

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 17.4% muy pocas veces la empresa otorga comisiones adicionales, el 39.1% algunas veces, 30.4% casi siempre y 13.0% siempre otorga comisiones adicionales por los trabajos extras que realiza el personal.

Tabla 12: La empresa evalúa el desempeño de los trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	8,7	8,7	8,7
	Muy pocas veces	6	26,1	26,1	34,8
	Algunas veces	8	34,8	34,8	69,6
	Casi siempre	4	17,4	17,4	87,0
	Siempre	3	13,0	13,0	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 12: La empresa evalúa el desempeño de los trabajadores

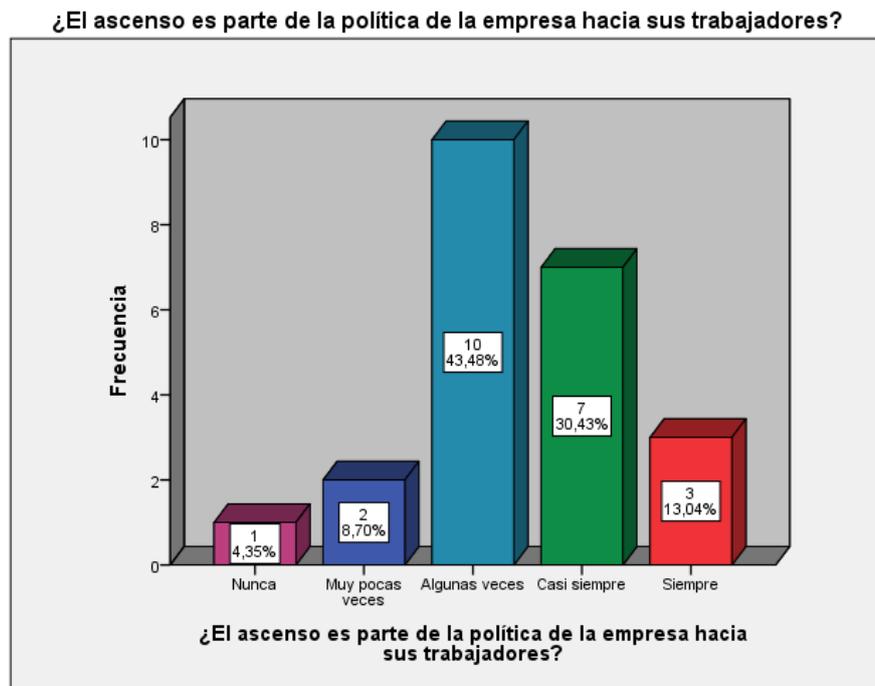
Fuente: tabla 12

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 8.7% nunca evalúa el desempeño de los trabajadores, el 26.1% muy pocas veces, el 34.8% algunas veces, el 17.4% casi siempre y el 13. % siempre evalúa el desempeño de los trabajadores.

Tabla 13: El ascenso es parte de la política de la empresa hacia sus trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4,3	4,3	4,3
	Muy pocas veces	2	8,7	8,7	13,0
	Algunas veces	10	43,5	43,5	56,5
	Casi siempre	7	30,4	30,4	87,0
	Siempre	3	13,0	13,0	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 13: El ascenso es parte de la política de la empresa hacia sus trabajadores

Fuente: tabla 13

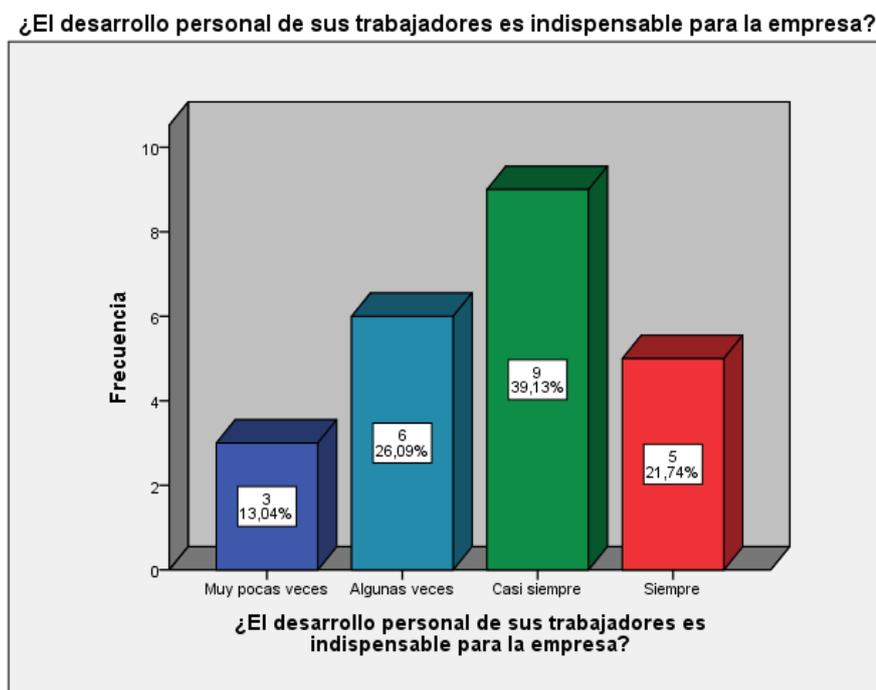
Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 4.3% nunca considera al ascenso como política de la empresa hacia sus trabajadores, el 8.75% muy pocas veces, el 43.5% algunas veces, el 30.4% casi siempre y el 13.0% siempre considera al ascenso como una política institucional en la empresa.

Tabla 14:

El desarrollo personal de sus trabajadores es indispensable para la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	3	13,0	13,0	13,0
	Algunas veces	6	26,1	26,1	39,1
	Casi siempre	9	39,1	39,1	78,3
	Siempre	5	21,7	21,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 14: El desarrollo personal de sus trabajadores es indispensable para la empresa.

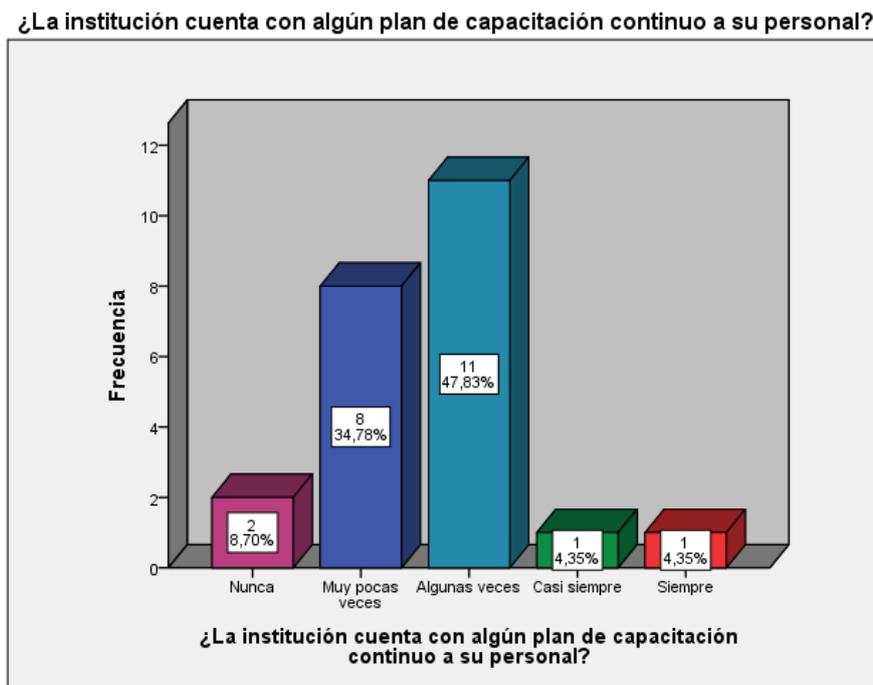
Fuente: tabla 14

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 13.0% manifiestas que muy pocas veces el desarrollo del personal de sus trabajadores es indispensable para la empresa, el 26.1% manifiesta que alguna veces, el 39.1% casi siempre y el 21.7% manifiesta que siempre el desarrollo de sus trabajadores es indispensable para su empresa.

Tabla 15: La institución cuenta con algún plan de capacitación continuo a su personal.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	8,7	8,7	8,7
	Muy pocas veces	8	34,8	34,8	43,5
	Algunas veces	11	47,8	47,8	91,3
	Casi siempre	1	4,3	4,3	95,7
	Siempre	1	4,3	4,3	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 15: La institución cuenta con algún plan de capacitación continuo a su personal.

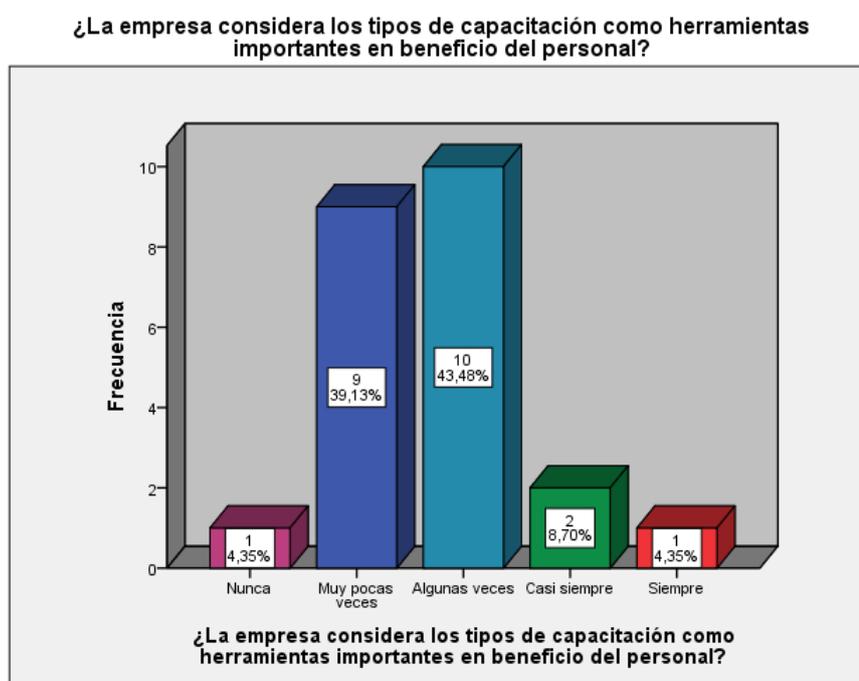
Fuente: tabla 15

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 8.7% manifiesta que nunca ha contado con algún plan de capacitación, el 34.8% manifiesta que muy pocas veces, el 47.8% algunas veces, el 4.3% casi siempre y por último el 4.3% manifiesta que siempre cuenta con algún plan de capacitación continuo a su personal.

Tabla 16: La empresa considera los tipos de capacitación como herramientas importantes en beneficio del personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4,3	4,3	4,3
	Muy pocas veces	9	39,1	39,1	43,5
	Algunas veces	10	43,5	43,5	87,0
	Casi siempre	2	8,7	8,7	95,7
	Siempre	1	4,3	4,3	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 16: La empresa considera los tipos de capacitación como herramientas importantes en beneficio del personal

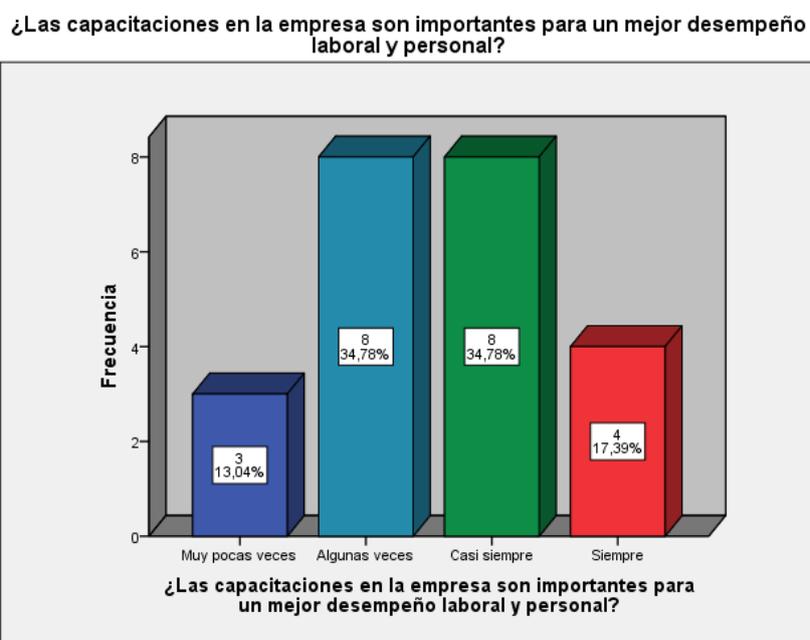
Fuente: tabla 16

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 4.3% manifiesta que nunca las empresa considera a los tipos de capacitación como herramientas importantes en beneficio del personal, el 39.1% manifiesta que muy pocas veces, el 43.5% manifiesta que algunas veces, el 8.7% casi siempre, el 4.3% manifiesta que siempre consideran a los tipos de capacitación como un beneficio del personal.

Tabla 17: Las capacitaciones en la empresa son importantes para un mejor desempeño laboral y personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	3	13,0	13,0	13,0
	Algunas veces	8	34,8	34,8	47,8
	Casi siempre	8	34,8	34,8	82,6
	Siempre	4	17,4	17,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 17: Las capacitaciones en la empresa son importantes para un mejor desempeño laboral y personal

Fuente: tabla 17

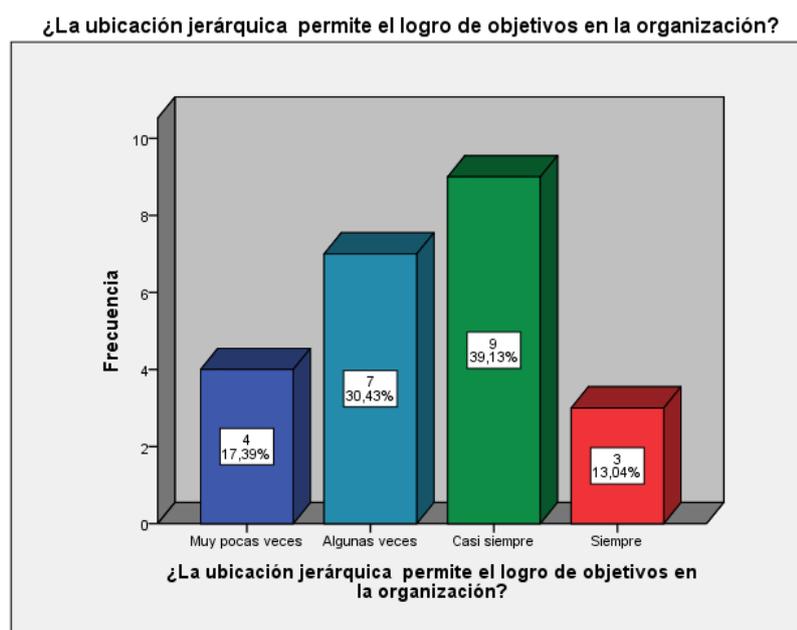
Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 13.0% muy pocas veces las capacitaciones son importantes para un mejor desempeño laboral y personal, el 34.8% manifiesta que algunas veces, el 34.8% casi siempre y el 17.4% manifiesta que siempre las capacitaciones son importantes para un mejor desempeño.

4.1.4 Datos referentes la Gestión de Calidad.

Tabla 18: La ubicación jerárquica permite el logro de objetivos en la organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	4	17,4	17,4	17,4
	Algunas veces	7	30,4	30,4	47,8
	Casi siempre	9	39,1	39,1	87,0
	Siempre	3	13,0	13,0	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 18: La ubicación jerárquica permite el logro de objetivos en la organización

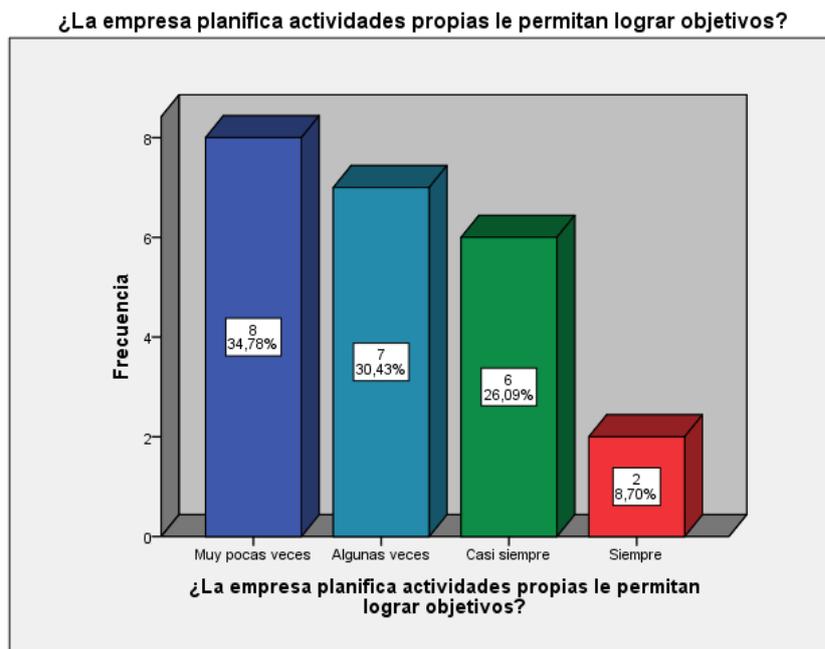
Fuente: tabla 18

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 17.4% manifiestan que muy pocas veces la ubicación jerárquica permite el logro de los objetivos en la organización, el 30.4% manifiesta que algunas veces, el 39.4% casi siempre y el 13.0% manifiesta que siempre la ubicación jerárquica permite el logro de los objetivos en la organización.

Tabla 19: La empresa planifica actividades propias que le permitan lograr objetivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	8	34,8	34,8	34,8
	Algunas veces	7	30,4	30,4	65,2
	Casi siempre	6	26,1	26,1	91,3
	Siempre	2	8,7	8,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 19: La empresa planifica actividades propias que le permitan lograr objetivos

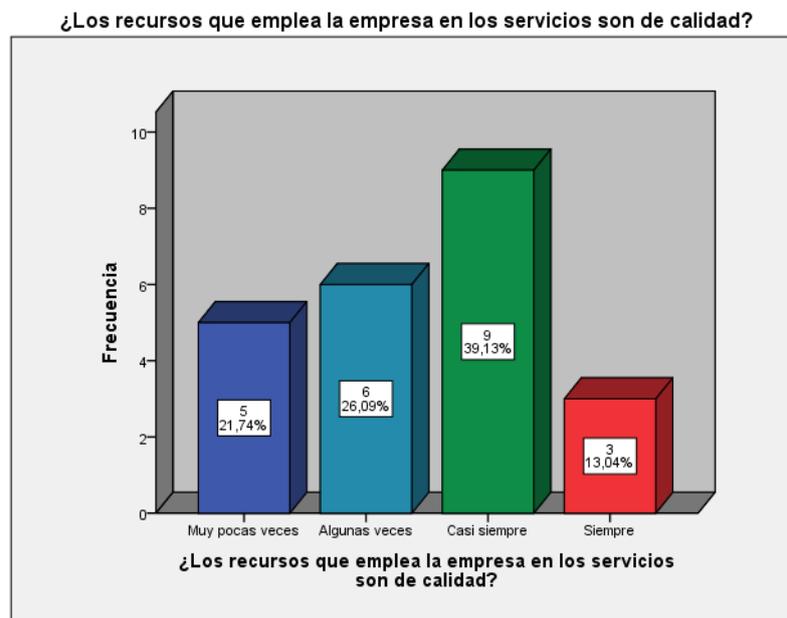
Fuente: tabla 19

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 34.8% manifiesta que muy pocas veces la empresa planifica actividades propias que le permitan lograr objetivos, el 30.4% manifiesta que algunas veces, el 26.1% casi siempre y el 8.7% manifiesta que siempre la empresa planifica actividades propias que le permitan lograr objetivos.

Tabla 20: Los recursos que emplea la empresa en los servicios son de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	5	21,7	21,7	21,7
	Algunas veces	6	26,1	26,1	47,8
	Casi siempre	9	39,1	39,1	87,0
	Siempre	3	13,0	13,0	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 20: Los recursos que emplea la empresa en los servicios son de calidad

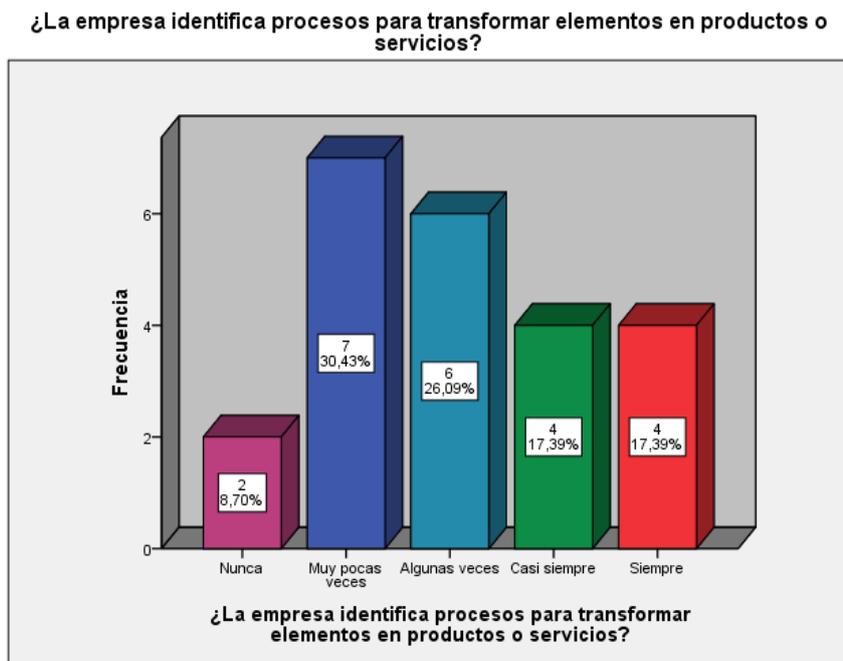
Fuente: tabla 20

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 21.7% manifiestan que los recursos que emplean las empresas en los servicios son de calidad, el 26.1% manifiestan que algunas veces, el 39.1% casi siempre y el 13.0% manifiestan que siempre los recursos que emplean las empresas en los servicios son de calidad.

Tabla 21: La empresa identifica procesos para transformar elementos en productos o servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	8,7	8,7	8,7
	Muy pocas veces	7	30,4	30,4	39,1
	Algunas veces	6	26,1	26,1	65,2
	Casi siempre	4	17,4	17,4	82,6
	Siempre	4	17,4	17,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 21: La empresa identifica procesos para transformar elementos en productos o servicios

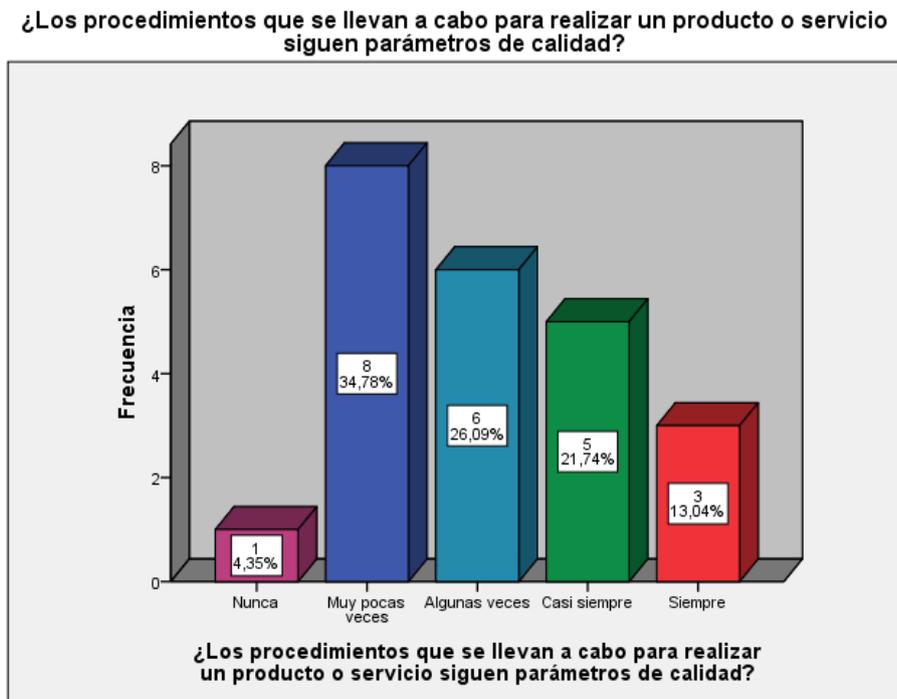
Fuente: tabla 21

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 8.7% manifiesta que nunca la empresa identifica procesos para transformar elementos en productos o servicios, el 30.4% manifiesta que muy pocas veces, el 26.1% manifiesta que algunas veces, el 17.4% casi siempre y el 17.4% manifiesta que siempre las empresas identifican los procesos para transformar los elementos en productos o servicios.

Tabla 22: Los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetros de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4,3	4,3	4,3
	Muy pocas veces	8	34,8	34,8	39,1
	Algunas veces	6	26,1	26,1	65,2
	Casi siempre	5	21,7	21,7	87,0
	Siempre	3	13,0	13,0	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 22: Los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetros de calidad

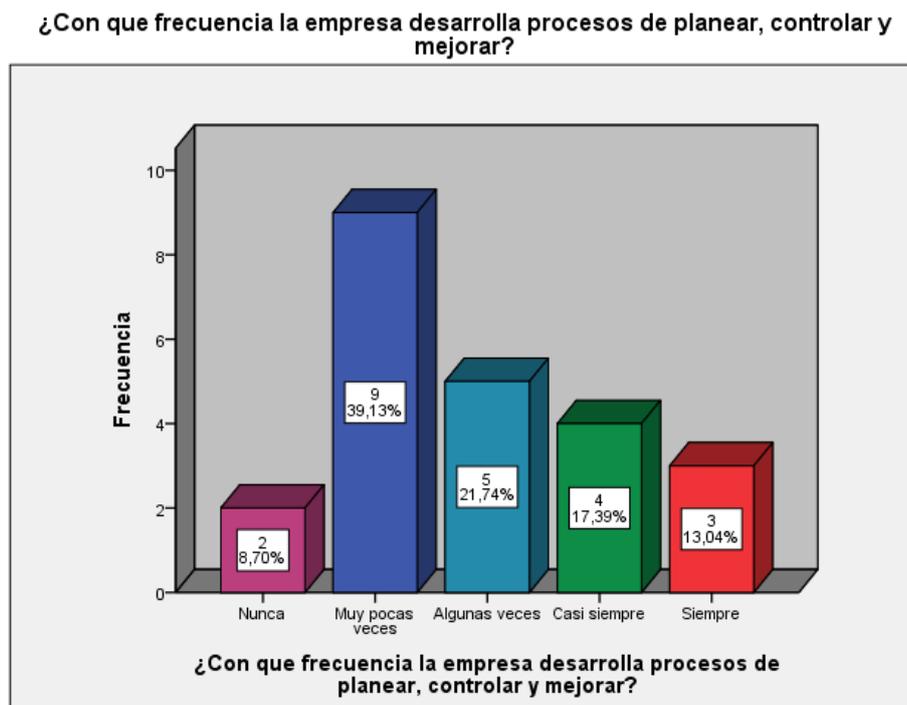
Fuente: tabla 22

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 4.3% manifiestan que nunca los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetros de calidad, el 34.8% manifiestan que muy pocas veces, el 26.1% algunas veces, el 21.7% casi siempre y un 13.0% manifiestan que siempre los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetros de calidad.

Tabla 23: Con qué frecuencia la empresa desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	8,7	8,7	8,7
	Muy pocas veces	9	39,1	39,1	47,8
	Algunas veces	5	21,7	21,7	69,6
	Casi siempre	4	17,4	17,4	87,0
	Siempre	3	13,0	13,0	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 23: Con qué frecuencia la empresa desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar.

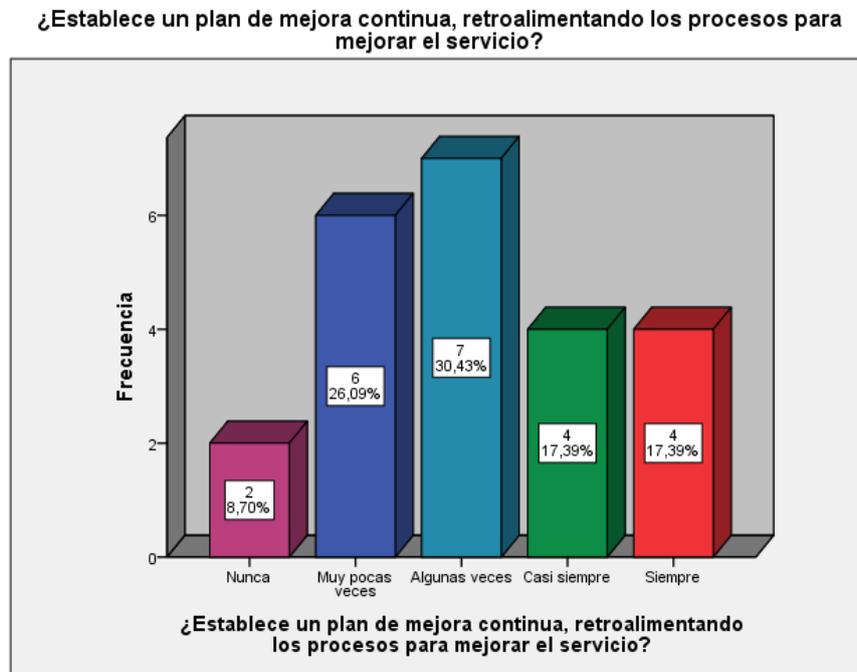
Fuente: tabla 23

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 8.7% manifiestan que nunca la empresa desarrolla procesos para planear, controlar y mejorar, el 39.1% muy pocas veces, el 21.7% manifiestan que algunas veces, el 17.4% casi siempre y el 13.0% manifiestan que siempre la empresa desarrolla procesos para planear, controlar y mejorar.

Tabla 24: Establece un plan de mejora continua, retroalimentando los procesos para mejorar el servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	8,7	8,7	8,7
	Muy pocas veces	6	26,1	26,1	34,8
	Algunas veces	7	30,4	30,4	65,2
	Casi siempre	4	17,4	17,4	82,6
	Siempre	4	17,4	17,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 24: Establece un plan de mejora continua, retroalimentando los procesos para mejorar el servicio.

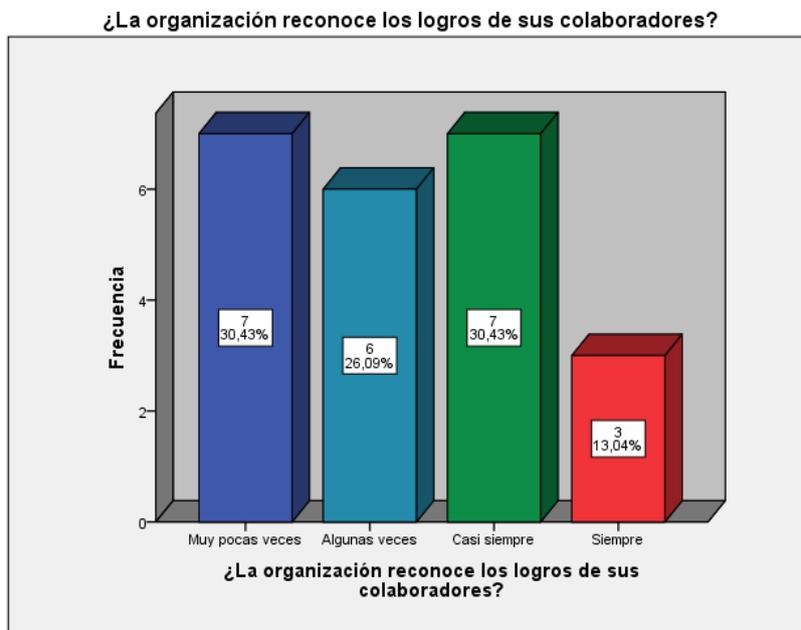
Fuente: tabla 24

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 8.7% manifiesta que nunca la empresa establece un plan de mejora y de retroalimentación en los procesos para mejorar el servicio, el 26.1% manifiesta que muy pocas veces, el 30.4% manifiesta que algunas veces, 17.4% manifiesta que casi siempre y el 17.4% manifiesta que siempre empresa establece un plan de mejora y de retroalimentación en los procesos para mejorar el servicio.

Tabla 25: La organización reconoce los logros de sus colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	7	30,4	30,4	30,4
	Algunas veces	6	26,1	26,1	56,5
	Casi siempre	7	30,4	30,4	87,0
	Siempre	3	13,0	13,0	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 25: La organización reconoce los logros de sus colaboradores

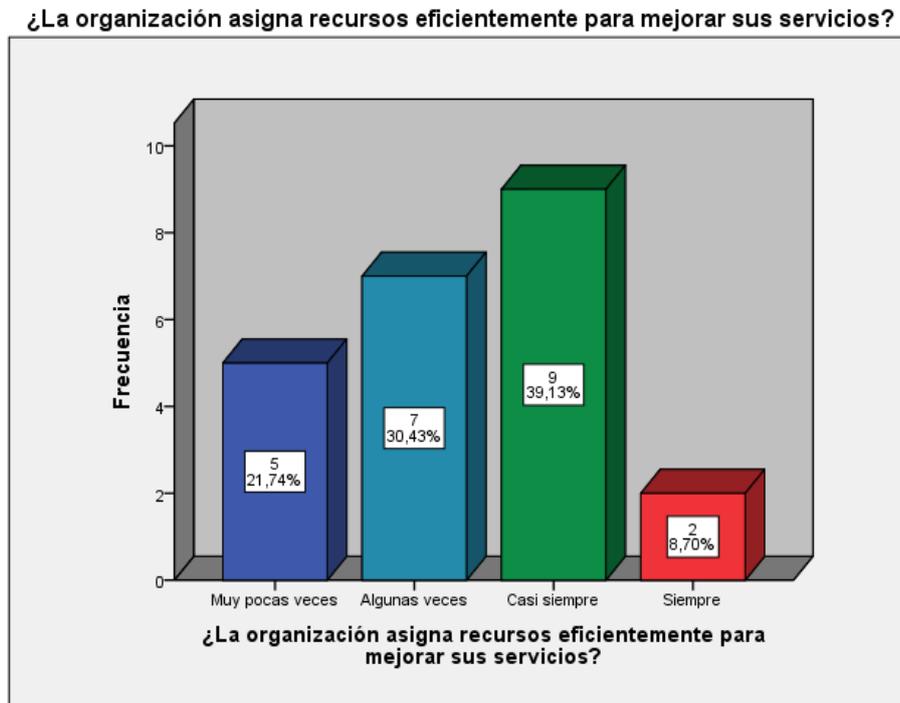
Fuente: tabla 25

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 30.4% manifiesta que muy pocas veces las organizaciones reconoce los logros de sus colaboradores, el 26.1% manifiesta que algunas veces, 30.4% casi siempre y el 13.0% manifiesta que siempre las organizaciones reconoce los logros de sus colaboradores.

Tabla 26: La organización asigna recursos eficientemente para mejorar sus servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	5	21,7	21,7	21,7
	Algunas veces	7	30,4	30,4	52,2
	Casi siempre	9	39,1	39,1	91,3
	Siempre	2	8,7	8,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio de Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura, 2018.



Figuras 26: La organización asigna recursos eficientemente para mejorar sus servicios

Fuente: tabla 26

Interpretación: De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 21.7% manifiesta muy pocas veces las organizaciones asignan recursos eficientemente para mejorar sus servicios, 30.4% manifiesta que algunas veces, el 39.1% manifiesta que casi siempre y un 8.7% manifiesta que las organizaciones asignan recursos eficientemente para mejorar sus servicios.

4.2 Análisis de Resultados

Respecto a los representantes de las micro y pequeñas empresas

De acuerdo a los resultados se obtuvo que, el 43.5% son del género femenino y el 56.5% son del género masculino. Estos resultados coinciden con Tello (2018) donde manifiesta que el 58% de los representantes son del género masculino.

Con respecto a las edades de los representantes de las mypes se obtuvo que, el 21.7% de los representantes tienen entre 18 a 30 años, el 47.8% tienen entre 31 a 50 años y el 30.4% tienen una edad de 51 años a más. Estos resultados se asemejan a lo manifestado por Tello (2018) donde del 67% 66.7% de los representantes tienen entre 31 a 51 años de edad.

Con respecto a los niveles de estudios se obtuvo que, el 13.0% de los representantes tienen estudios secundarios, el 21.7% cuentan con estudios técnicos y el 65.2% cuentan con estudios universitarios. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Con respecto al cargo que ocupan los representantes de las mypes se obtuvo que: el 43.5% de los representantes son dueños de sus propios negocios y el 56.5% cumplen el cargo de administradores. Estos resultados se asemejan a lo manifestado por Tello (2018) donde manifiesta que el 58.3% de los representantes administran los negocios de hoteles.

Respecto a los micros y pequeñas empresas

De acuerdo a los resultados se obtuvo que, el 26.1% de los representantes tienen de 0 a 3 años en el rubro, el 30.4% tiene de 4 a 6 años y 43.5% tiene más de 7 años en el

rubro. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Con respecto a la cantidad de trabajadores con lo que cuenta las mypes se obtuvo que: el 21.7% de las mypes cuenta con 1 a 4 trabajadores en el rubro en su negocio, el 65.2% de 5 a 10 trabajadores y 13.0% cuenta con más de 11 trabajadores. Estos resultados casi se asemejan a lo manifestado por Tello (2018) donde manifiesta que el 58.3% de las MYPES tienen de 1 a 5 trabajadores.

Con respecto a las personas que trabajan en las mypes se obtuvo que: el 30.4% de las personas que trabajan en la empresa son familiares y el 69.6% son personas no familiares. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

De acuerdo a los resultados se obtuvo que: el 60.9% de las empresas fue creado para generar ganancias y el 39.1% para subsistir en el mercado. Estos resultados casi se asemejan a lo manifestado por Tello (2018) donde manifiesta que el 83.3% MYPES tienen como objetivo generar ganancias

Respecto a la Motivación del personal

Se obtuvo que el 43.5% muy pocas veces promueve bonos económicos hacia sus trabajadores, el 30.4% algunas veces y el 26.1% casi siempre promueve bonos económicos hacia sus trabajadores. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Con relación a que si las remuneraciones que otorgan las mypes son las más adecuadas se obtuvo que el 47.8% las empresas algunas veces las remuneraciones que otorga a sus trabajadores es la más adecuada, el 34.8% casi siempre y el 17.4%

siempre las remuneraciones que otorgan son las más adecuadas. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Con respecto a que si más empresas otorgan comisiones adicionales se obtuvo que: el 17.4% muy pocas veces la empresa otorga comisiones adicionales, el 39.1% algunas veces, 30.4% casi siempre y 13.0% siempre otorga comisiones adicionales por los trabajos extras que realiza el personal. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Con respecto a que si evalúa el desempeño de los trabajadores se obtuvo que el 8.7% nunca evalúa el desempeño de los trabajadores, el 26.1% muy pocas veces, el 34.8% algunas veces, el 17.4% casi siempre y el 13. % siempre evalúa el desempeño de los trabajadores. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

En cuanto a que si considera al ascenso como política de la empresa hacia sus trabajadores se obtuvo que el 4.3% nunca considera al ascenso como política de la empresa hacia sus trabajadores, el 8.75 muy pocas veces, el 43.5% algunas veces, el 30.4% casi siempre y el 13.0% siempre considera al ascenso como una política institucional en la empresa. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Con respecto a que si el desarrollo personal de sus trabajadores es indispensable en la empresa se obtuvo que el 13.0% manifiestas que muy pocas veces el desarrollo personal de sus trabajadores es indispensable para la empresa, el 26.1% manifiesta que alguna veces, el 39.1% casi siempre y el 21.7% manifiesta que siempre el desarrollo de sus trabajadores es indispensable para su empresa. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Con respecto a que si la institucion cuenta con algún plan de capacitación continuo a su personal se obtuvo que: el 8.7% manifiesta que nunca ha contado con algún plan de capacitación, el 34.8% manifiesta que muy pocas veces, el 47.8% algunas veces, el 4.3% casi siempre y por último el 4.3% manifiesta que siempre cuenta con algún plan de capacitación continuo a su personal. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Con respecto a que si la empresa considera los tipos de capacitación como herramientas importantes en beneficio del personal se obtuvo que el 4.3% manifiesta que nunca las empresa considera a los tipos de capacitación como herramientas importantes en beneficio del personal, el 39.1% manifiesta que muy pocas veces, el 43.5% manifiesta que algunas veces, el 8.7% casi siempre, el 4.3% manifiesta que siempre consideran a los tipos de capacitación como un beneficio del personal.

En cuanto a que si las capacitaciones en la empresa son importante para un mejor desempeño laboral y personal se obtuvo que el 13.0% muy pocas veces las capacitaciones son importantes para un mejor desempeño laboral y personal, el 34.8% manifiesta que algunas veces, el 34.8% casi siempre y el 17.4% manifiesta que siempre las capacitaciones son importantes para un mejor desempeño. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Respecto a la Gestión de calidad

De acuerdo a los resultados se obtuvo que el 17.4% manifiestan que muy pocas veces la ubicación jerárquica permite el logro de los objetivos en la organización, el 30.4% manifiesta que algunas veces, el 39.4% casi siempre y el 13.0% manifiesta que siempre la ubicación jerárquica permite el logro de los objetivos en la organización.

Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

En cuanto a que si las empresas planifican actividades propias que le permitan lograr objetivos se obtuvo que el 34.8% manifiesta que muy pocas veces la empresa planifica actividades propias que le permitan lograr objetivos, el 30.4% manifiesta que algunas veces, el 26.1% casi siempre y el 8.7% manifiesta que siempre la empresa planifica actividades propias que le permitan lograr objetivos. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Con respecto a que si los recursos que emplea la empresa en los servicios son de calidad se obtuvo que el 21.7% manifiestan que los recursos que emplean las empresas en los servicios son de calidad, el 26.1% manifiestan que algunas veces, el 39.1% casi siempre y el 13.0% manifiestan que siempre los recursos que emplean las empresas en los servicios son de calidad. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Con respecto a que si la empresa identifica procesos para transformar elementos en productos o servicios se obtuvo que el 8.7% manifiesta que nunca la empresa identifica procesos para transformar elementos en productos o servicios, el 30.4% manifiesta que muy pocas veces, el 26.1% manifiesta que algunas veces, el 17.4% casi siempre y el 17.4% manifiesta que siempre las empresas identifican los procesos para transformar los elementos en productos o servicios. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Con respecto a que si los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetros de calidad se obtuvo que el 4.3% manifiestan que nunca los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio

siguen parámetros de calidad, el 34.8% manifiestan que muy pocas veces, el 26.1% algunas veces, el 21.7% casi siempre y un 13.0% manifiestan que siempre los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetros de calidad. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

En cuanto a con qué frecuencia la empresa desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar se obtuvo que el 8.7% manifiestan que nunca la empresa desarrolla procesos para planear, controlar y mejorar, el 39.1% muy pocas veces, el 21.7% manifiestan que algunas veces, el 17.4% casi siempre y el 13.0% manifiestan que siempre la empresa desarrolla procesos para planear, controlar y mejorar. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Con respecto a que si establecen un plan de mejora continuo y de retroalimentación en los procesos para mejorar el servicio se obtuvo que el 8.7% manifiesta que nunca la empresa establece un plan de mejora y de retroalimentación en los procesos para mejorar el servicio, el 26.1% manifiesta que muy pocas veces, el 30.4% manifiesta que algunas veces, 17.4% manifiesta que casi siempre y el 17.4% manifiesta que siempre empresa establece un plan de mejora y de retroalimentación en los procesos para mejorar el servicio. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

Con respecto a que si la organización reconoce los logros de sus colaboradores se obtuvo que el 30.4% manifiesta que muy pocas veces las organizaciones reconoce los logros de sus colaboradores, el 26.1% manifiesta que algunas veces, 30.4% casi siempre y el 13.0% manifiesta que siempre las organizaciones reconoce los logros de

sus colaboradores. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

En cuanto a que si la organización asigna recursos eficientemente para mejorar sus servicios se obtuvo que el 21.7% manifiesta muy pocas veces las organizaciones asignan recursos eficientemente para mejorar sus servicios, 30.4% manifiesta que algunas veces, el 39.1% manifiesta que casi siempre y un 8.7% manifiesta que las organizaciones asignan recursos eficientemente para mejorar sus servicios. Estos resultados no se asemejan a los antecedentes propuestos en el presente trabajo de investigación.

V. CONCLUSIONES

En el siguiente trabajo de investigación, se llegó a la conclusión en lo siguiente:

- Teniendo en consideración que la motivación es una herramienta fundamental para el éxito de cualquier empresa, las pequeñas empresas en estudio deberán considerar las compensaciones económicas, teniendo en consideración su esfuerzo, su dedicación y sus logros del personal que forma parte de las organizaciones.
- Se concluyó que son importante considerar los factores de la motivación del personal, en la medida que va a mejorar la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, para tal fin la empresa deberá aplicar estrategias motivadoras para su éxito empresarial.
- Es necesario tener en cuenta que la empresa deberá hacer una descripción de lo que significa y de lo que es valedera la motivación del personal para poner en practica la calidad y mejora en el mecanismo de gestión de las micro y pequeñas empresas rubro hoteles en estudio.
- Con respecto a la propuesta de mejora las micro y pequeñas empresas deberán proponer factores importantes inherentes en la motivación como son: compensaciones económicas, ascensos, capacitaciones, etc.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las micro y pequeñas empresas a través de sus representantes que continúen en una forma ascendente seguir una especialización en cuanto a su carrera sea esta por medio presencial, semi presencial o en línea.
- De igual modo los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles, se les recomienda aplicar principios de gestión de calidad, para ir mejorando e implementando procesos de mejora continua y de esta manera ir generando más ingresos a la actividad empresarial.
- También se recomienda a los representantes de igual modo a los colaboradores en comprometerse en realizar procesos de benchmarking de los resultados de otras empresas dedicadas al mismo rubro e ir adecuándolo a los negocios que se manejan.
- Recomendar a los representantes emplear adecuadamente un plan de mejora continua, para satisfacer a los clientes, pudiendo adquirir un servicio de calidad, de igual manera se recomienda analizar y evaluar el desempeño de cada colaborador de manera periódica o mensual para poder obtener mejores resultados.
- Por último se recomienda que la empresa realice actividades de motivación a todo su personal para mejorar su rendimiento y el logro de sus objetivos, como también incentivar a sus colaboradores a involucrarse de manera directa y activa en todas las actividades que desarrolle la empresa.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Tello (2018) en su trabajo de investigación titulado, “Gestión de Calidad con el uso del marketing de las micro y pequeñas empresas, Sector Servicios rubro Hoteles del Distrito de José Crespo y Castillo Aucayau año 2017”
- Cáceres (2014), en su investigación que lleva por título: “La calidad en el servicios al cliente como estrategia competitiva en los dos principales hoteles de la ciudad de Cúcuta - Colombia”
- Figueroa (2004), en su estudio que lleva por título: “Calidad total y políticas de recursos humanos en el sector hotelero de Cataluña”
- Román (2018), en su investigación “caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo hotel cual en la micro y pequeñas empresas del Sector Servicio rubro Hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz ,2016”
- Tripul (2015), en su investigación “Evaluación de Calidad del servicio del hotel casa cesar de Tumbes utilizando estándares de las buenas prácticas durante el año 2015”
- Sánchez (2016),en su investigación “Caracterización de la Gestión de Calidad y Competividad de las MyPes del giro hostales y hospedajes en el Distrito de Chiclayo en el año 2016”
- Serna (2015), en su investigación, “Gestión del Talento Humano y Calidad del Servicio en hoteles tres estrellas del Distrito de Zorritos 2015”
- Santos (2016) realizó una investigación titulada “Nivel de motivación y su relación con la satisfacción laboral de las micro y pequeñas empresas hoteleras del distrito de Breña 2015.
- Rosangela (2019), en su tesis titulada “Gestión de Calidad con el uso de Marketing Mix en las Mypes del sector servicio-rubro hostales de la ciudad de Huacho, 2018.

Vega, (2014) en su trabajo de investigación denominado: “Caracterización del financiamiento, la Capacitación y la rentabilidad de las micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro Hoteles y restaurantes en la provincia de Huaura, departamento de Lima, Periodo 2012-2013”

<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/3370/ADccpadm.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<http://www.eclac.cl/español/RevistaCepal/vr59/compet59.html>.

<http://www.imd.ch/wcy/approach/methodology.html>.

Indices of World Competitiveness. <http://www.india-times.com/business/list54.htm>

ANEXOS

Anexo N° 1: Instrumento de Recolección de Datos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

CUESTIONARIO QUE SERA APLICADO A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL SECTOR SERVICIO DE HOTELES DEL DISTRITO DE HUACHO, PROVINCIA DE HUAURA 2018

INSTRUCCIONES: el siguiente cuestionario estará compuesto por 26 preguntas, lo cual solicitamos frente a ellas exprese una opinión personal, teniendo en consideración la no existencia de respuestas correctas ni incorrectas, marque con un aspa (X) en la hoja de respuestas adjunta y exprese su punto de vista al respecto.

Muchas gracias.

I. GENERALIDADES

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

1. Genero

- a) Femenino
- b) Masculino

2. Edad

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

3. Grado de Instrucción

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Técnico

d) Universitario

4. Cargo que desempeña

a) Dueño

b) Administrador

1.2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

5. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

a) 0 a 3 años

b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

6. Número de trabajadores

a) 1 a 4 trabajadores

b) 5 a 10 trabajadores

c) 11 a más trabajadores

7. Las personas que trabajan en la empresa son:

a) Familiares

b) Personas no familiares

8. Objetivo de creación

a) Generar Ganancia

b) Subsistencia

Nunca (1)	Muy pocas veces	Algunas Veces	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
----------------------	----------------------------	--------------------------	-----------------------------	------------------------

N	Ítems	Alternativa			
V1: MOTIVACIÓN DE PERSONAL					
D1: Compensación económica					
Bonos económicos					
1	La empresa promueve bonos económicos hacia sus trabajadores.	1	2	3	4
Remuneraciones y/o salarios					
2	La remuneración que otorga la empresa a sus trabajadores es la más adecuada	1	2	3	4
Pago por comisiones logradas					
3	La empresa otorga comisiones adicionales por los trabajos extras que realiza el personal	1	2	3	4
D2: Ascensos y promoción del personal					
Evaluación					
4	La empresa evalúa el desempeño de los trabajadores	1	2	3	4

Ascensos					
5	El ascenso es parte de la política de la empresa hacia sus trabajadores	1	2	3	4
Desarrollo personal					
6	El desarrollo personal de sus trabajadores es indispensable para la empresa.	1	2	3	4
D3: Capacitación de personal					
Capacitación					
7	La institución cuenta con algún plan de capacitación continuo a su personal.	1	2	3	4
Tipos de capacitación					
8	La empresa considera los tipos de capacitación como herramientas importantes en beneficio del personal	1	2	3	4
Rendimiento personal y laboral					
9	Las capacitaciones en la empresa son importantes para un mejor desempeño laboral y personal	1	2	3	4
V2: GESTIÓN DE CALIDAD					
D3: Planificación de calidad					
Objetivos organizacionales					
10	La ubicación jerárquica permite el logro de objetivos en la organización	1	2	3	4
Actividades a desarrollar					
11	La empresa planifica actividades propias le permitan lograr objetivos	1	2	3	4
Recursos organizacionales					
12	Los recursos que emplea la empresa en los servicios son de calidad	1	2	3	4
D1: Control de calidad					
Verificación de los servicios					
13	La empresa identifica procesos para transformar elementos en productos o servicios	1	2	3	4
Procedimientos administrativos					
14	Los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetros de calidad	1	2	3	4
Evaluación permanente del servicio					
15	Con que frecuencia la empresa desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar.	1	2	3	4
D2: Mejora de calidad					
Retroalimentación					
16	Establece un plan de mejora continua, retroalimentando los procesos para mejorar el	1	2	3	4
Reconocimiento de los logros					
17	La organización reconoce los logros de sus colaboradores	1	2	3	4
Asignar recursos eficientemente					
18	La organización asigna recursos eficientemente para mejorar sus servicios	1	2	3	4

ANEXO 2: DIRECTORIO DE LAS MYPES EN ESTUDIO

N°	RAZON SOCIAL	DIRECCION
1	La Posada De Santa María	Av Irene Salvador 170
2	Hotel La Casa Del Algodón	Mariscal Castilla 276
3	Hotel Mar de Costa	Luna Arrieta 467
4	Hotel Centenario	28 de Julio 836
5	Hotel Sol Palmeras	Av. José Carlos Mariátegui, Amay 359
6	Hotel Punta Rocas	Túpac Amaru s/n
7	Kajaca Suite & Hotel	Calle Santo Cristo #135
8	Gran Hotel La Villa	Nueva, Auxiliar Panamericana Nte
9	Hotel Restaurant Turístico Casablanca	Av. Las Rosas 347
10	Hotel Villa Kitzia Huacho	Psj. Escolar S/N Pueblo Viejo
11	Hotel Paradisse	Av. Irene Salvador 164
12	Hotel Pacifico	Av. 28 de Julio 478
13	Hotel Elizabeth Hoss	Av. Andrés Avelino Cáceres 516
14	Hotel Santa María Prince	Félix B. Cárdenas, Huacho 15137
15	Hotel Restaurant Turístico Casa Blanca	Av. Las Rosas 347
16	Hotel el Condado	Av. Centenario, Huacho
17	Hotel Continental	Av. Salaverry 331
18	Hotel Sleep	Av. 28 de Julio 158, Huacho
19	Royal Hotel	Av. Centenario 391
20	Hotel los Ficus	Av. Centenario 420
21	Hotel las Terrazas	Av. Centenario 15137
22	Hotel Central	Antigua Panamericana Norte 1501
23	Hotel California	Av. Domingo Mandamiento Sipán 333

ANEXO 3: PROPUESTA DE MEJORA

PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION DL PERSONAL COMO
FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTION DE CALIUDAD EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO DE HOTELES DEL CASCO
URBANO DE HUACHO, PROVINCIA DE HUAURA, 2018.

INDICE

INTRODUCCION	101
JUSTIFICACION	102
ANALISIS FODA	103
IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA DE MEJORA	104
OBJETIVOS	104
CONCLUSIONES	108

INTRODUCCION

La propuesta de mejora que se elaborara tiene la finalidad de mejorar la relación de la motivación de los representantes de las empresas del sector servicio rubro Hoteles del caso urbano de Huacho, provincia de Huaura 2018;

Al plantear su elaboración se tomó en cuenta la variable motivación, y de la misma manera se tomó en cuenta las informaciones que se obtuvieron a través de las encuestas realizadas en el campo.

El sector servicio rubro hoteles representa considerablemente parte fundamental de la actividad económica del caso urbano de Huacho, como se muestra en los resultados obtenidos: el 43.5% muy pocas veces promueve bonos económicos hacia sus trabajadores, el 47.8% las empresas algunas veces las remuneraciones que otorga a sus trabajadores es la más adecuada, el 39.1% algunas veces otorga comisiones adicionales, el 34.8% algunas veces evalúa el desempeño de los trabajadores, el 43.5% algunas veces considera al ascenso como política de la empresa hacia sus trabajadores, el 26.1% alguna veces el desarrollo personal de sus trabajadores es indispensable para la empresa, el 47.8% algunas veces la institucion cuenta con algún plan de capacitación continuo a su personal, el 43.5% algunas veces la empresa considera los tipos de capacitación como herramientas importantes en beneficio del personal, el 34.8% algunas veces las capacitaciones son importantes para un mejor desempeño laboral y personal.

La propuesta del presente plan de mejora representara la principal aspiración que tendrá nuestra investigación. Sin embargo se fundamentara principalmente en la participación de todos los miembros de las mypes de los Hoteles del casco urbano de la ciudad de Huacho.

JUSTIFICACION

La propuesta del plan de mejora surge de la necesidad de buscar e implementar estrategias que nos conlleven a mejorar el desempeño de las empresas con relación al factor motivación de la cual es importante dentro del mundo laboral, ya que va a incidir en la vida de los que dirigen y de los dirigidos, pues se encuentran inmersos no solamente en la parte física si no también psicológica; es allí donde la motivación es una herramienta muy importante para los trabajadores y funcionarios para proporcionarles una buena actitud y un buen rendimiento en la empresa por tanto esta herramienta tendrá un impacto motivacional en los componentes de recursos humanos de los Hoteles del casco urbano de Huacho y que será analizada adecuadamente.

Por tal motivo las mypes en estudio del rubro Hoteles de la ciudad de Huacho, provincia de Huaura ha sido una motivación para saber y conocer su realidad como también su práctica en la gestión y saber su funcionamiento, teniendo en cuenta los resultados se elaborara el siguiente plan de mejora de la motivación que requieren los representantes y trabajadores en general para establecer un adecuado clima laboral y hacer de estas empresas una mejora sustancial también en lo que respecta a una gestión de calidad.

ANALISIS FODA

Es una herramienta que las empresas pueden aplicar para determinar su situación competitiva y que consiste en determinar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los Hoteles que están en estudio.

Fortalezas:

- Personal comprometido con la empresa.
- Cuentan con precios competitivos y accesibles a los usuarios.
- Mayormente cuentan con infraestructuras modernas.
- Cuentan con una ubicación estratégica.

Debilidades:

- Personal pocos motivados.
- Deficiencias en sus sistemas y procesos de gestión.
- Escasa publicidad de los servicios que brinda.
- Personal con muy poca especialización en el rubro de Hoteles.

Oportunidades:

- Mercado competitivo y accesible al turista.
- Recursos gastronómicos muy buenos en la ciudad.
- Turismo interno y externo muy expectante.

Amenazas:

- Competencia en crecimiento.
- Inseguridad en la zona del casco urbano.

IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA DE MEJORA

La propuesta de mejora nos permitirá elaborar y ejecutar una serie de procedimientos, técnicas y estrategias que sean las más adecuadas para el cambio en las empresas. En tal sentido el plan de mejora propuesto se aplicara para establecer un cambio de comportamiento de los representantes de las mypes y hacer un efecto multiplicador a sus colaboradores en los Hoteles de la ciudad de Huacho, así poder obtener una plena satisfacción motivacional, para desarrollar prácticas de calidad y mejorando continuamente acciones que respondan a afrontar de manera adecuada y efectiva cualquier eventualidad que se presenten dentro de las instalaciones de los Hoteles en estudio.

Por la importancia del tema investigado, diremos que los Hoteles del casco urbano de Huacho al tener una infraestructura adecuada, tienden a que los gerentes o dueños de las empresas recurran a personal que tengan el perfil necesario para dar un buen servicio hotelero. Indudablemente que la región en estudio cuenta con un potencial humano, ya que se imparten especializaciones hoy en día en universidades, institutos y otros centros de especialización. Es por ello la importancia que tiene este estudio y proponer finalmente un plan de mejora que vaya aplicando mecanismos adecuados de gestión de calidad.

OBJETIVOS

Analizar los resultados que se obtuvieron en la investigación para definir estrategias que nos conlleve a mejorar las mypes en cuanto a motivación para la gestión de la calidad en los Hoteles del casco urbano de Huacho, provincia de Huaura.

El presente plan de mejora tiene los siguientes objetivos:

- Proponer estrategias en la que los representantes de las mypes establezcan y desarrollen actividades que conlleven juntos a sus colaboradores al logro de metas y objetivos de la empresa.
- Implementar todo tipo de estrategias para que los representantes de las mypes desarrollen actividades inherentes al crecimiento personal y profesional de sus colaboradores.
- Proponer estrategias de trabajo para que los representantes de las mypes hagan saber a sus colaboradores los beneficios sociales, culturales y económicos.

PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION DL PERSONAL COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTION DE CALIUDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO DE HOTELES DEL CASCO URBANO DE HUACHO, PROVINCIA DE HUAURA, 2018.

PROPUESTA	MEDIOS	EJECUCION
<p>Proponer estrategias en la que los representantes de las mypes establezcan y desarrollen actividades que conlleven juntos a sus colaboradores al logro de metas y objetivos de la empresa.</p>	<p>Se propone los siguientes medio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - programar actividades que conlleven a mejorar la confianza y la calidez entre los representantes y sus colaboradores. - Premiar a través de un reconocimiento a los representantes y a sus colaboradores por las metas logradas en beneficio de la empresa. 	<p>Establecer una serie de estrategias para lograr el mejoramiento de confianza y un clima laboral adecuado entre los representantes y sus colaboradores, como también reconocer los logros a las personas que están comprometidas con el trabajo.</p>
<p>Implementar todo tipo de estrategias para que los representantes de las mypes desarrollen actividades inherentes al crecimiento personal y profesional de sus colaboradores.</p>	<p>En esta propuesta se utilizara los siguientes medios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestionar un presupuesto para ampliar la cobertura en un puesto de trabajo dentro de la empresa. - Programar una serie de capacitaciones para el mejoramiento de su rendimiento laboral y personal. 	<p>Gestionar a través de la empresa un mayor presupuesto para mejorar la calidad de la gestión, así mismo desarrollar una serie de capacitaciones y entrenamientos para mejorar la calidad laboral del personal y como también empoderar al recurso humano en las decisiones que beneficien a la empresa.</p>

	- Proponer ser parte de las decisiones que se requieran para mejorar la calidad de la gestión.	
Proponer estrategias de trabajo para que los representantes de las mypes hagan saber a sus colaboradores los beneficios sociales, culturales y económicos.	La empresa propondrá una serie de estrategias que establezcan todo tipo de prestaciones en lo que es necesidades sociales, culturales y económicas. Así mismo deberá establecer mecanismos que conlleven a ayudar a la familia de los representantes y colaboradores.	La empresa gestionara a través de su plan de trabajo formas de lograr un beneplácito de carácter social a él y a sus familias como también incentivar en forma económica aquellos trabajadores y/o representantes cumplan con las metas pre establecidas.

CONCLUSIONES

- Como conclusión diremos que la propuesta planteada tiene como finalidad proponer e incentivar la motivación y la satisfacción de los representantes de los Hoteles del casco urbano de la ciudad de Huacho, porque mucho depende de ellos lograr los objetivos empresariales.
- Teniendo en cuenta los factores de Herzberbert y de Maslow, se tratará de mejorar a través de esta propuesta las estrategias que permitan a los representantes de las mypes de los hoteles del casco urbano de la ciudad de Huacho, mejorar significativamente la atención a los turistas y así promoviendo la calidad de la gestión y motivar en forma permanente en el escenario laboral que es la clave del éxito empresarial.