



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA  
MOTIVACIÓN DE FREDERICK HERZBERG Y PLAN DE  
MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL  
SECTOR SERVICIOS, RUBRO CORTE DE CABELLO,  
PEINADOS-SALÓN DE BELLEZA EN LA CIUDAD DE  
HUARAZ, 2018.

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

**AUTORA**

POMAR GUERRERO, ELSA VERÓNICA  
CODIGO ORCID: 0000-0003-2664-2485

**ASESOR**

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS  
ORCID 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Pomar Guerrero, Elsa Verónica

ORCID 0000-0003-2664-2485

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

### **ASESOR**

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID 0000-0002-6399-5928

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

### **JURADO**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID 0000-0002-5471-4549

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

**Presidente**

Limo Vásquez, Miguel Ángel

**Miembro**

Cerna Izaguirre, Julio César

**Miembro**

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, con la gratitud infinita, por darme la fuerza necesaria y brindarme la sabiduría suficiente para poder culminar de manera satisfactoria este trabajo de investigación.

A mis padres y hermanos y demás familiares por el apoyo incondicional que me brindaron y que pusieron su confianza para poder cumplir con mis objetivos trazados.

Al asesor, REINERIO ZACARÍAS CENTURIÓN MEDINA por la comprensión y el tiempo que me brindó para poder culminar mi tesis.

## **DEDICATORIA**

Con mucho cariño a mis padres y familiares que son mi motor y motivo de inspiración para seguir luchando día a día y creciendo profesionalmente.

A mis compañeros y compañeras por el apoyo continuo e incondicional en cada paso de mi proyecto y que siempre me brindaron su comprensión para poder lograr mis objetivos.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg y plan de mejora en los Mypes del sector servicio – rubro corte de cabellos peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018. La investigación fue de diseño no experimental, transversal y descriptivo, para recoger la información necesaria se empleó una población muestral de 49 representantes de las micro y pequeñas empresas a quienes se le aplicó un cuestionario de 21 preguntas. A través del uso de la técnica de la encuesta se obtuvieron que, El 42.90% de los dueños tienen entre los 31 a 50 años. El 55.10% de los microempresarios son del género femenino. El 26.50% de los encuestados tienen un grado de instrucción no universitario. El 49.0% de las micro y pequeñas empresas influyen en el rubro de 7 a más años. El 57.10% de las Mypes como objetivo de creación generar ingresos. El 44.90% de los microempresarios planifican soluciones para los problemas de la empresa. El 40.80% de los encuestados implementan un plan de mejora para la empresa. El 32.70% de los encuestados brindan seguridad y limpieza adecuada para el bienestar de los colaboradores. El 38.40% de los representantes realizan capacitaciones a sus colaboradores. El 36.30% de los representantes reconocen el desempeño de los colaboradores. El 42.90% de los encuestados manifiestan que a través de las motivaciones hacia los colaboradores alcanzaron un ambiente laboral cálido. El estudio de investigación concluye que, las micro y pequeñas empresas tienen representantes del género femenino, buscando generar ganancias, brindan seguridad y limpieza adecuada para el bienestar de los colaboradores, realizan capacitaciones a sus colaboradores, reconocen el desempeño y alcanzan un ambiente cálido.

**Palabras clave:** Gestión de la calidad, micro y pequeñas empresas, motivación.

## **ABSTRAC**

The general objective of the research was to determine the main characteristics of quality management with the use of the motivation of Frederick Herzberg and an improvement plan in the Mypes of the service sector - haircut area - beauty salon in the city of Huaraz, 2018. The research was of a non-experimental, cross-sectional and descriptive design, to collect the necessary information a sample population of 49 representatives of micro and small companies was used to whom a questionnaire of 21 questions was applied. Through the use of the survey technique, it was obtained that 42.90% of the owners are between 31 to 50 years old. 55.10% of microentrepreneurs are female. 26.50% of those surveyed have a non-university degree of education. 49.0% of micro and small companies influence the item from 7 years to more. 57.10% of the Mypes as a creation objective to generate income. 44.90% of microentrepreneurs plan solutions for company problems. 40.80% of those surveyed implement an improvement plan for the company. 32.70% of those surveyed provide adequate security and cleaning for the well-being of employees. 38.40% of the representatives carry out training sessions for their collaborators. 36.30% of the representatives recognize the performance of the collaborators. 42.90% of those surveyed state that through motivations towards collaborators they achieved a warm work environment. The research study concludes that micro and small companies have representatives of the female gender, seeking to generate profits, provide adequate security and cleanliness for the well-being of employees, conduct training for their employees, recognize performance and achieve a warm environment.

**Keywords:** Quality management, micro and small businesses, motivation.

## CONTENIDO

1.	Título de la tesis .....	i
2.	Equipo de trabajo .....	ii
3.	Jurado evaluador y asesor .....	iii
4.	Agradecimiento y/o dedicatoria .....	iv
5.	Resumen y Abstrac .....	vi
6.	Contenido.....	viii
7.	Índice de gráficos, tablas y cuadros .....	ix
I.	Introducción .....	1
II.	Revisión de literatura.....	5
2.1.	Antecedentes .....	5
2.2.	Bases teóricas de la investigación .....	10
2.3.	Hipótesis .....	14
2.4.	Variables.....	15
III.	Metodología .....	16
3.1.	Tipo y nivel de investigación.....	16
3.2.	Diseño de la investigación.....	16
3.3.	Población y muestra. ....	16
3.4.	Definición y operacionalización de las variables de investigadores.....	17
3.5.	Técnicas e instrumentos .....	20
3.6.	Plan de análisis.....	20
3.7.	Matriz de consistencia .....	21
3.8.	Principios éticos .....	23
IV.	Resultados.....	24
4.1.	Resultados.....	24
4.2.	Análisis de resultados.....	29
V.	Conclusiones y recomendaciones .....	40
5.1.	Conclusiones.....	40
5.2.	Recomendaciones.....	41
	Referencias Bibliográficas.....	42

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> <i>Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro corte de cabello peinados-salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.....</i>	24
<b>Tabla 2.</b> <i>Características de las micro y pequeñas empresas del rubro corte de cabello peinados-salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018. ....</i>	25
<b>Tabla 3.</b> <i>Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro corte de cabello peinados-salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018. ....</i>	26
<b>Tabla 4.</b> <i>Plan de mejora de la gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – servicios corte de cabello peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.....</i>	28

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Edad.....	52
<b>Figura 2:</b> Género .....	52
<b>Figura 3:</b> Grado de instrucción. ....	53
<b>Figura 4:</b> Cargo que desempeña.....	53
<b>Figura 5:</b> Tiempo de desempeño.....	54
<b>Figura 6:</b> Tiempo de permanencia .....	54
<b>Figura 7:</b> Número de trabajadores.....	55
<b>Figura 8:</b> Ingresos mensuales. ....	55
<b>Figura 9:</b> Constitución de la empresa.....	56
<b>Figura 10:</b> Objetivo de creación.....	56
<b>Figura 11:</b> Situación de la empresa .....	57
<b>Figura 12:</b> Causas y efectos .....	57
<b>Figura 13:</b> Soluciones.....	58
<b>Figura 14:</b> Plan de mejora .....	58
<b>Figura 15:</b> Canal de comunicación .....	59
<b>Figura 16:</b> Supervisión .....	59
<b>Figura 17:</b> Bienestar y tranquilidad de los colaboradores. ....	60
<b>Figura 18:</b> Opinión de los colaboradores .....	60
<b>Figura 19:</b> Desempeño de los colaboradores.....	61
<b>Figura 20:</b> Logros.....	61

## **I. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad la gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg, es un tema imprescindible e importante para tener competitividad y permanecer en el mercado real, el mismo que nos dará conocer el nivel de motivación con el que se encuentran cada uno de los colaboradores, para lo cual se tiene que optar por la alta gestión de recursos humanos, por ello la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (ULADECH) y su escuela profesional de administración con la línea de investigación gestión de calidad busca implementar y gestionar a través de ideas innovadoras y el uso de la motivación en la producción de las organizaciones.

Según Alcántara (2013) señala que uno de los problemas que tienen las MYPES a nivel internacional, es no tener en claro la gestión de calidad y poca práctica en cuanto a la motivación, porque en su mayoría los representantes suelen considerar y opinan que la motivación es solo para las medianas y grandes empresas. Pero, se tiene que analizar que en México existen más de 90 % microempresas los mismo que generan empleo y un aporte económico considerable para dicho país. El problema consiste que dichas organizaciones son muy vulnerables en cuanto a sus recursos y conocimientos en la ejecución de las estrategias en el eterno competitivo.

INEI (2019) indica que 8 de cada 10 MYPES fracasan en sus primeros 5 años; el reto de las empresas que inician, está en mantenerse en sus primeras 5 años, que es la edad en que estas se desarrollan. Para que las micros y pequeñas empresas puedan considerar que las personas fortifican con sus trabajos mediante el uso de la motivación que nos da la facilidad de trabajo e identificación de los colaboradores de sus desempeños, se tendrá como base una gestión de calidad que comprenda las dimensiones del uso de la motivación como una responsabilidad, según el tipo de empresas.

Jamanca (2017) manifiesta que en el distrito de Huaraz que las MYPES del sector servicio-rubro peluquerías no aplican y mucho menos practican una gestión adecuada en los recursos humanos, la nulidad de los distintos conceptos y teorías sobre motivación laboral por parte de los representantes, hace que no se ajusten los factores

que ayuden en la motivación de sus colaboradores; por otro lado la desinterés por parte de las MYPES hace que existan colaboradores desmotivados, en donde ambas partes se ven afectados.

Villarreal (2019) Presidente de Cámara de Comercio y Producción de la Provincia del Santa, las MYPES a nivel regional exhortan con mucha urgencia un impulso, dado que en la actualidad en el registro de la cámara, solo el 20% de las MYPEs están formalizadas en esta provincia.

Se considera que la importancia de generar la motivación adecuada en el personal de trabajo que reside en la mente, porque es una causa del movimiento y la aspiración o voluntad de analizar siempre positivo, sin la motivación no tendremos satisfacción, triunfos, intenciones realizados, el ánimo y la voluntad para seguir en la vida y desarrollar todas las capacidades que generen productividad en la organización.

Por lo mencionado anteriormente, el problema de la investigación se describe de la siguiente manera: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro corte de cabello, peinados - salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018?

Para dar solución al problema antes señalado se trazó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello, peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.

Para lograr el objetivo general se han trazado los siguientes objetivos específicos: a) Definir los principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello, peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018; b) Identificar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello, peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018; c) Analizar las principales características de la

gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello, peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018; d) Elaborar el plan de mejora de la gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello, peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.

La investigación formulada se justifica porque permitió lograr conocimientos y experiencias de la motivación de Frederick Herzberg que se aplican en las micro y pequeñas empresas, de esta forma mejorar y obtener resultados relevantes y positivos, por lo tanto ser competitivos y lograr un posicionamiento en el mercado, ya que el problema de estudio es pertinente a la especialidad de Administración, por lo que aplica y estudia todos los instrumentos y estrategias básicas aplicadas a la empresa en el siglo XXI por medio de los diferentes variables por lo que las discrepancias son muy marcados con relación a estos trabajos. La investigación práctica es causa sobresaliente en la mejora de la calidad de vida permanente del hombre, en cuanto a la teoría de la ciencia, establece una práctica muy compleja, por las ideas y percepciones que se involucran en la integralidad del trabajo de la investigación y las diversas teorías que se acogen por su calidad e importancia en el desarrollo del tema. Posteriormente también se justifica en cuanto a la investigación está a disposición para las futuras exploraciones sobre la motivación de Frederick Herzberg y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello, peinados – salón de belleza.

La investigación fue desarrollada y elaborada con un diseño no experimental – transversal – descriptiva. Fue no experimental porque se hizo un estudio de acuerdo a la realidad sin realizar variaciones, es decir solo se hizo la observación. Fue transversal porque la investigación se ejecutó en un determinado tiempo, es decir tuvo un inicio y un fin. Fue descriptivo, ya que únicamente se hizo la descripción de las características más importantes de la gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello, peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018. El

instrumento que se manejó fue el cuestionario de xx preguntas aplicado a los representantes de las Mypes que estuvo conformada por una población de 49 representantes y la muestra fue el 100%, los mismo que de forma voluntaria decidieron manifestar toda la información solicitada.

Mediante la técnica de la encuesta se llegó a conocer que, los representantes el 42,90% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, el 55,10% de los microempresarios encuestados son del género femenino, también se conoció que, los representantes tienen un grado de instrucción no universitario. Además, El 53,10% de los encuestados tienen el cargo de administrador dentro las empresas.

Llegando a la conclusión que las empresas del rubro corte de cabello, peinados-salón de belleza son conducidos por personas que tienen una edad 31 a 50 años de edad, que están representados por el género femenino, con un grado de instrucción superior no universitario, además, tienen el cargo de administrador en la empresa y llevan de 7 a más años desempeñándose en dicho cargo.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### Antecedentes internacionales

Massella (2018) en su tesis *Correlación entre motivación y satisfacción laborales en un grupo de colaboradores que trabajan por contratos indefinidos y temporales en una empresa de Guatemala*, tuvo como objetivo general determinar si existe correlación estadísticamente demostrativa a nivel de 0.05 entre motivación laboral y satisfacción laboral en un grupo de personas que trabajan por contratos indefinidos y otro con plazas temporales en una empresa de Guatemala. La metodología de la investigación fue descriptiva, mediante el muestreo que se utilizó es no probabilístico, lo cual radicó en un subgrupo de la localidad en donde la elección de las síntesis no depende de la probabilidad, sino de las elementos o criterios de la investigación. Según los resultados adquiridos con 60 sujetos, 30 de contrato indefinido y 30 con contrato temporal, los mismos que cuentan un grado académico no universitario, manifiestan que si existe una similitud positiva alta y estadísticamente explicativa a nivel de 0.05 entre la motivación laboral y la complacencia laboral pero, el 50% de los colaboradores están desacuerdo por el poco reconocimiento por parte de los directivos. Finalmente se concluyendo que hay una correlación positiva muy alta y estadísticamente significativa a nivel 0.05, según las variables de motivación y satisfacción laboral, lo que representa que están relacionadas y tienen un dominio una con la otra, tanto en los trabajadores contratados indefinidamente como los trabajadores contratados temporalmente.

Zavala (2014) en su investigación *Motivación y satisfacción laboral en el centro de servicios compartidos de una empresa embotelladora de bebidas, México 2014*. Tuvo como objetivo trazar un instrumento que acceda localizar y medir las diferencias más relevantes entre la motivación laboral y satisfacción, entre los colaboradores en estudio. El tipo de investigación fue no experimental, transversal correlacional–causal, siendo la muestra de 58 colaboradores. Obteniendo los siguientes resultados, con respecto al sexo, 29 son de género femenino, siendo estos el 50% y el otro 50%

conformado por el género masculino; además el 91.38% pertenecen al área operativa, y el 8.62% perteneciente al personal de mando; en cuanto a la antigüedad de los trabajadores el 48.28% tienen 1 año a menos laborando dentro de la empresa; con relación a los resultados referidos a las variables de motivación nos indica la supervisión y capacitación profesional, el 60.34% de los colaboradores tiene un nivel de motivación alta, y finalmente el 31.03% indican un nivel de motivación muy alta; en cuanto al compañerismo, estabilidad laboral y logro el 62.07% indican una motivación alta, y un 36.21% tienen una motivación baja por falta de una adecuada seguridad. Finalmente se concluye que el factor progreso y reconocimiento representa una motivación alta por lo se deduce de suma importancia en la vida cotidiana y en el qué hacer del hombre.

Delgado (2010) en su tesis *La Motivación laboral y su incidencia en el desempeño organizacional: un estudio de caso, en la ciudad de Caracas - Venezuela*. Trazó el objetivo analizar cómo actúa la motivación laboral en el desempeño organizacional con el que cuentan los colaboradores de la empresa de Bienes-Raíces “Multiviviendas, C.A.; en la ciudad de Caracas-Venezuela, esta investigación fue de diseño descriptivo, con un total de 12 personas. Adquiriendo los siguientes resultados, que un 66,7 % de las MYPES están constituidas por una oportunidad de funcionamiento, 50% de la población toma decisiones laborales en forma colectiva y el 50% lo hace de manera individual optando por la mejor decisión. Asimismo, se obtuvo que el 50% de la población encuestada el más de 50% planifican un plan de acción pero, que no siente empatía con el ambiente laboral, y el 41.7% si se identifica. Todo ello indica un bajo nivel de motivación, de la misma forma muestra que el 58.33% practican el compañerismo dentro de la organización el mismo que recluta menos de 5 colaboradores por área, y al contrario 41.67% manifiestan con respecto a la relación laboral no sentirse seguro. Llegando a la conclusión de que la retribución económica ya no es muy motivadora para dar paso a considerar a la seguridad y estabilidad en el centro de trabajo, el ambiente.

Martínez (2017) en su tesis *Diseño de plan de marketing digital, caso práctico: Salas de belleza d'caché*, tuvo como objetivo general: diseñar una técnica de Marketing

digital para el Salón de Belleza D´Caché, en el cual permita obtener un buen posicionamiento; objetivo específico: utilizar una técnica de análisis interiormente del Salón de Belleza D´Caché y de su entorno, para un diseño de estrategias y cualidades digitales basados en el negocio. La metodología de la investigación fue de enfoque cualitativo y cuantitativo es decir que es mixto. Obteniendo los siguientes resultados, del estudio, el 50% están de acuerdo a la supervisión en la empresa, que se desarrolló en el salón D´Caché, ubicado en Centro Comercial Metrópolis, que el 100% está constituida personal natural. Para realizar, se tomó una muestra 120 clientes del salón D´Caché, el 75%, son clientes seguidores de redes sociales como el Facebook, lo cual llevan una administración con una persona externa al salón y que habita en otro país, obstaculizando la modernidad de la misma y el intercambio de palabras con los usuarios seguidores de las redes sociales, en donde se pudo constatar mediante la audiencia con la propietaria del salón, quien demostró interés en crear su página propia, actual de Facebook y crear su propia página web para D´Caché y de esta manera, originar su marca. En conclusión, según el convenio a la investigación ejecutada, en el cual demostró que la mayoría de perfil de los clientes del salón, en la mayoría son hombres, aunque la diferencia entre hombres y mujeres son mínimas, el entorno económico de la mayoría de la población es favorable y activa, de distintos múltiples generaciones, influyendo la generación “X” y “Y”, con diferentes estudios que van desde la universidad, técnico y de bachiller, una información relevante que permitirá enfocar las dichas habilidades a plantear.

### **Antecedentes nacionales**

Valcazar (2018) en su tesis *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la urbanización villa del norte, distrito los olivos, provincia de lima, departamento de Lima, 2018*, tuvo como objetivo general: Establecer las principales tipos de la gestión de calidad en las Mypes del sector servicio-rubro salones de belleza, de la urbanización villa del norte, distrito de los olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017 y como objetivo específico: Determinar los principales tipos de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salones de belleza, de la urbanización villa del norte, distrito de

los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017, la investigación se desarrolló con una metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño transversal – descriptivo, en donde se tomó la muestra de una población formada de 15 micro y pequeñas empresas. Por lo tanto el resultado; El 80 % de los representantes de las empresas corresponden de entre 31 a 50 años de edad, el 100% de encuestados son del género femenino, el 100% de los encuestados manifiestan tener un grado de instrucción técnica, el 100% de los representantes tienen una ocupación de cosmetología, los encuestados manifestaron al 100% que llevan en el rubro entre 0 a 5 años, el 93,33% de los empresarios respondieron que tienen entre 1 a 5 trabajadores, el 100% de los encuestados indicaron que el tipo de su empresa es natural, el 53,33% de los representantes capacita a sus colaboradores. Finalmente se llegó a la siguiente conclusión: La mayoría de los representantes son de 31 a 50 años de edad, todos son del género femenino, el 66,76% estado civil- casados, el 100% con una educación técnica.

### **Antecedentes locales**

Zarzosa (2010) en su investigación *La teoría de la motivación e higiene de Herzberg y la satisfacción laboral de los trabajadores en la Municipalidad Provincial de Huaraz-2010*; tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la teoría de la motivación e higiene de Herzberg en la satisfacción laboral, el cual implica la importancia del recurso humano de la Municipalidad, para lo cual la investigación fue no experimental - transversal, correlacional; la participación fue la el 1000% de los colaboradores de la Municipalidad, siendo estos un total de 167 participantes entre los nombrados y contratados, todos con más de tres años de antigüedad; llegando a obtener los siguientes resultados: que el 59% son de género masculino y el 41% son de género femenino; además, el 52% manifiestan contar con estudios secundarios, mientras el 40% tiene estudios superiores; con respecto a la antigüedad el 53% tienen de 6 meses a un año de servicio dicha en la municipalidad, el 25% de los encuestados tiene menos de 6 meses en el puesto, y el 22% manifiesta tener más de un año laborando; con relación a la supervisión se halló que el 47% de los colaboradores suelen estar insatisfechos con la supervisión que se realiza en la MPHZ., el 40% indica estar

satisfecho y el 72,73% hacen el usos de las redes sociales para dar conocer cualquier información.- Llegando a la siguiente conclusión, que la teoría de motivación e higiene de Herzberg interviene en la satisfacción laboral de los trabajadores en la Municipalidad Provincial de Huaraz, las características más resaltantes que mayor influyen según la teoría de la motivación e higiene de Herzberg en la satisfacción laboral de los trabajadores son los beneficios concedidos por dicha comuna tales como: las remuneraciones, la realización en el trabajo en sí mismo, las necesidades del logro, y el autodesarrollo.

Alba (2014) en su tesis *Factores de motivación según Herzberg y desempeño laboral de la distribuidora Navarro EIRL. de Huaraz, 2014* de la Universidad Santiago Antúnez de Mayolo de Huaraz. Tuvo objetivo general, establecer los factores de la motivación según Frederick Herzberg en el ejercicio y desempeño laboral de la distribuidora Navarro EIRL. de la ciudad de Huaraz 2014; el diseño de la investigación fue no experimental - transeccional, la población en estudio fue conformado por 16 trabajadores de la distribuidora Navarro EIRL.; teniendo los siguientes resultados: con respecto al desempeño que se se tiene con la motivación el 37.5% indican estar casi de acuerdo, el 83,4% realian talleres de capacitación, el otro 37.5% indican que están de acuerdo, mientras que el 18.8% no están de acuerdo ni en desacuerdo, y el 6.3% está en desacuerdo; así mismo el 25% indica que casi siempre hay oportunidad de crecimiento laboral, y finalmente un 6% manifiesta que nunca tienen oportunidad de desarrollo y crecimiento laboral en estos 5 años. De los resultados obtenidos se concluye que indicador de relaciones con sus compañeros si es satisfactorio, además se muestra que del 37.5 está de acuerdo con las relaciones personales e intrapersonales.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### **Las micro y pequeñas empresas**

Ley 28015 (2003) indica que la MYPE está conformada por una persona jurídica o natural, con el objetivo de elaborar y/o producir y comercializar productos tangibles o servicios. De esta forma se describe que las micro y pequeñas empresas se caracterizan por tener los mismos tratos.

### **Características de las micro y pequeñas empresas**

La ley 30056 (2013) señala que las micro, pequeñas y medianas empresas asumen el compromiso de estar en varias categorías, de acuerdo a los niveles de ingresos anuales que recaudan, entre los cuales podemos describir:

- Microempresa : ingreso anual hasta un límite de 150 UIT.
- Pequeña empresa : ingreso anual mayor a 150 UIT y menos de 1700 UIT.
- Mediana empresa : ingreso anual mayor a 1700 UIT y menor de 2300 UIT.

### **Importancia de las micro y pequeñas empresas**

Según Cam (1997) la diversidad de la MYPE se entiende desde muchas líneas, en primer lugar, es trascendental en el impulso del empleo; es primordial en cuanto en la creación de un puesto de trabajo que permite lograr un ingreso en los niveles bajos y que garantiza un sustento formidable a la organización evitando a los cuellos de botella en la producción.

### **Tipos de micro empresa**

Podemos señalar los siguientes:

- Micro de familia: El propietario del capital es la familia, por ende se hace acreedor de los ingresos que genera.
- Micro - empresas asociativas: Nace de la unión entre dos inversionistas que tienen mayor a dos contribuyentes al capital elemental para iniciar con sus actividades. Las ganancias se distribuyen entre los socios.
- Micro - empresas de una persona: El dueño del capital es uno solo, por lo cual, es el mismo que dispone de todas las utilidades.

## **Gestión de calidad**

ISO-9001 (2018) indica que la gestión de calidad son aquellos procedimientos, que se programan, planean y que son sumamente metódicas, los cuales permiten desarrollar y cumplir los requerimientos de alcanzar la calidad, así mismo, está proyectado a las actividades ordenadas para dirigir y controlar una organización relativo a la política de la calidad y objetivos del mismo, así como la programación, el registro, el fortalecimiento, la mejora continua y trascendental de la calidad.

### **Objetivos de la gestión de calidad**

Según ISO 9001 (2015) con la ejecución de la norma el objetivo principal es aumentar la satisfacción absoluta del consumidor, todo ello con el proceso de una mejora continua. Se describe que el objetivo básico es obtener las soluciones que se puedan constituir de acuerdo a los requerimientos de la sociedad, fundamentalmente se refiere a los usuarios y clientes.

De misma forma también se menciona que la gestión de calidad se conceptualizan de diferentes maneras, pero los más notables son los siguientes.

- Compromiso y la participación de la alta dirección, para lograr a los objetivos se tiene que iniciar desde la dirección en el cual se asiente el plan de calidad.
- Indicadores de la calidad, los objetivos tienen que ser definidos desde los factores materiales, humanos y comerciales.

## **La Motivación**

Es un hecho que la motivación es muy importante en el lugar de trabajo y es cada vez más en las empresas, hay una fuerza motriz más fuerte que el vapor, la electricidad y la energía atómica que es la voluntad. El pilar más importantes y relevantes de una empresa son sus trabajadores, si los colaboradores no trabajan bien en las actividades encomendadas, es posible que la compañía no funcione, por lo que la motivación es muy importante. Y gracias a la capacidad de determinar el camino a perseguir racionalmente, es cierto que el hombre llega al lugar donde entró parcialmente, pero no somos de piedra, el hombre es un ser apasionado, donde los sueños se hacen realidad y solo pueden dejar la piel en el camino (Espinoza, 2006).

Bembire (2016) afirma que la motivación es importante porque somos tan emocionales como los seres racionales y nos estamos moviendo para alcanzar nuestras metas. Además de ser un ser racional, la humanidad es una entidad emocional que establece qué condiciones se afectan a sí mismas de una manera diferente y pueden crear reacciones diferentes. En este sentido, cuando el estado de ánimo de una persona cambia de acuerdo con diferentes estímulos y la manera de motivación para identificar el carácter o la falta de energía que se pueda apreciar antes de que se comprenda esta situación, es una tarea comprensible o una actividad designada.

Espinoza (2006) manifiesta que la motivación es el factor emocional básico de la humanidad y cualquier profesional, la motivación, el trabajo diario no está registrado y no es exagerado. Dado que el líder o director ofrece una variedad de actividades que distraen el trabajo del maestro, es una tarea difícil emprender el desempeño del maestro con motivación.

### **Motivación laboral**

Córdova, 2019 manifiesta que la motivación empresarial nos lleva a la gestión de recursos humanos de la organización para proporcionar la motivación necesaria para examinar los factores que determinan las actitudes de los empleados. Es esencial que los maestros tengan la capacitación necesaria para llevar a cabo sus tareas, ya que es esencial en el comportamiento de los maestros y tiene en cuenta la operación esencial, de modo que el profesional ocupa un lugar privilegiado.

### **Tipos de motivación**

#### a) Motivación Interna

Cuando los profesionales están interesados en el trabajo, muestran sus responsabilidades y objetivos para lograr sus metas, aspiraciones y objetivos. Se define por el hecho de que está haciendo una actividad por placer y satisfacción mientras aprende, explora o trata de comprender algo nuevo. La motivación para la investigación se desarrolló con motivación interna con factores de responsabilidad motivacional, logros personales y reconocimiento. (Córdova, 2019)

## b) Motivación Externa

Con respecto a la construcción de motivaciones externas, se ha investigado la curiosidad intelectual del maestro en los casos en que es necesario satisfacer las necesidades de los refuerzos externos que motivan su comportamiento. Estos maestros necesitan elementos externos para ayudar a los estudiantes a sentirse motivados para enseñar y aprender mejor; por ejemplo, salarios, políticas de las empresas y buenas condiciones físicas y ambientales que son insuficientes en esta organización de capacitación, que son un empoderamiento continuo y parcial. Los refuerzos acompañan cada uno de los comportamientos correctos del colaborador. En algunos casos, puede promover el aprendizaje rápido. Los comportamientos parciales ocurren solo cuando parte del comportamiento correcto se fortalece (Córdova, 2019).

## **Teoría de la motivación según Herzberg**

Anaya (2017) señala que en la teoría de Herzberg denominado la motivación – higiene. Existe una relación entre los factores internos y la satisfacción laboral, y entre los factores externos y la insatisfacción, su teoría se basa en el ambiente, la motivación para el trabajo depende de dos factores, como se mencionó anteriormente; teniendo en cuenta factores higiénicos como: salario, políticas de la empresa y condiciones físicas ambientales. Se destacó por factores motivadores: éxito, reconocimiento y responsabilidad. Debido al otro contenido de los otros componentes de Herzberg en este estudio, consideramos trabajar con estos 6 factores porque en este estudio se investigó el efecto de la motivación en la institución educativa. De acuerdo con la investigación de Herzberg, cuando los factores higiénicos son óptimos, evitan solo la insatisfacción de los empleados, pero no aumentan su satisfacción de manera constante y no pueden durar mucho tiempo. Cuando los factores higiénicos son débiles o inseguros, causan insatisfacción en los empleados. Debido a este efecto, que se centra más en la insatisfacción, Herzberg lo llama factores higiénicos porque son principalmente preventivos y preventivos; El efecto es similar al efecto de algunos medicamentos: evitan los dolores de cabeza, pero no mejoran la salud.

## **Marco conceptual**

### **Calidad**

Deming (2013) es satisfacer las carencias y necesidades de los clientes que comúnmente son medibles, para que un producto puede ser trabajado para dar satisfacción por el cual el cliente efectuará un pago.

### **Motivación**

Miranda (2017) señala que la motivación es el factor emocional básico e fundamental de la humanidad. El trabajo diario no está registrado y no es exagerado, dado que el líder o director ofrece una variedad de actividades que distraen el trabajo del maestro, es una tarea difícil emprender el desempeño del maestro con motivación.

Perret (2016) en su libro El secreto de la motivación llevada a cabo en México, define que la motivación son los procesos que faltan en la fuerza, orientación y permanencia de energía que realizan las personas para alcanzar sus objetivos. El uso de la motivación del estudio de investigación es importante y necesario debido que, en la ciudad de Huaraz, las organizaciones del rubro de corte de cabello peinados-salón de belleza, cuentan con problemas en la Motivación del Personal.

### **Peluquería**

DeConceptos.com (2015) indica el término peluquería, dispone del prefijo “eria”, el cual trata de un oficio. La peluquería es el ambiente en donde el peluquero realiza su trabajo de hacer diferentes tratamientos en el pelo o cabello, tales como el corte, tintes, peinados, alisados, permanentes, embellecimiento capilar, etcétera, todos con los con objetivos estéticos.

### **2.3. Hipótesis**

En la presente investigación: Gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro corte de cabello, peinados-salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018. en el cual no se realiza una hipótesis debido a que es de tipo descriptivo.

## **2.4. Variables**

### **- Motivación de Federick Herzberg como factor relevante en la gestión de calidad**

Robbins (2005) señala que Federick Herzberg desarrolló un sistema de cuestionario en el cuál permitía a los trabajadores indicar las condiciones con respecto a su centro laboral, consistía en afirmar si realmente se sentían bien o mal; luego de estas afirmaciones hizo la tabulación correspondiente. Llegando a la conclusión de que las conductas de las personas se desarrollan en dos líneas súmamente distintas. a) los que respondieron si, desarrollan o sienten una satisfacción personal tales como el reconocimiento, la responsabilidad y desarrollo personal. b) y los que se encuentran en la otra línea, es decir en la insatisfacción, están son los que se atribuyen en los factores externos tales como: la política, la supervisión, el salario y las condiciones de trabajo. Son estas las características principales que encontró Herzberg.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y nivel de investigación.**

Fue de tipo descriptivo y nivel cuantitativo, debido a que se relató las características de las principales características de la gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro corte de cabello peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.

#### **3.2. Diseño de la investigación.**

La investigación, fue de diseño no experimental – transversal - descriptivo.

Se realizó de manera no experimental, ya que el trabajo de investigación se llevó con base a la realidad, sin cambiar ni alterar deliberadamente las variables.

Fue Transversal, debido a que, gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018, se desarrolló en un espacio y tiempo en el cual tuvo una fecha de inicio y de fin.

#### **3.3. Población y muestra.**

**Población:** La población estuvo conformada por 49 micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018. Esta información fue obtenida de la municipalidad provincial de Huaraz.

**Muestra:** La muestra es el 100% de la población quienes aceptaron participar y de misma manera proporcionar la información requerida.

### 3.4. Definición y operacionalización de las variables de investigadores.

Complementarios	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Representantes	El representante es aquel que vela por el bienestar de la empresa y cumple un rol representativo de la unidad económica ante la sociedad (Guillermo, 2011).	Edad	- 18 – 30 años - 31 – 50 años - 51 a más años	Razón
		Género	- Masculino - Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	- Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitario - Superior universitario	
		Cargo	- Dueño - Administrador	
		Tiempo de desempeño	- 1 – 3 años - 4 – 6 años - 7 a más años	Razón
Características de las micro y pequeñas empresas	Mype, es una unidad económica integrada por una persona natural o jurídica, en cualquier forma de organización empresarial, contemplando en la legislación vigente, teniendo como objetivo realizar actividades de comercio, servicio o producción (Elcomercio, 2015).	Tiempo de permanencia en el rubro	- 1 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
		Número de trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más	
		Ingresos mensuales	- De s/. 0.00 hasta s/. 52.500 - De 52.500 hasta s/. 595.000 - Mas de s/. 595.000	
		Constitución de la empresa	- EIRL - SRL - SAC - S en C - SAA - Persona natural	Nominal
		Objetivo de creación	- Generar ganancias - Subsistencia	

Continúa...

<p>Robbins (2005) señala que Federick Herzberg desarrolló un sistema de cuestionario en el cuál permitía a los trabajadores indicar las condiciones con respecto a su centro laboral, consistía en afirmar si realmente se sentían bien o mal; luego de estas afirmaciones hizo la tabulación correspondiente para obtener el estado motivacional de cada colaborador.</p>	<p>Situación de la empresa</p>	<p>Realizando registros de las actividades empresariales A través de información registrada Analizando los resultados de las actividades empresariales Ninguna de las anteriores</p>	<p>Nominal</p>
	<p>Causas y efectos</p>	<p>Determinando los principales problemas Analizando los datos recopilados Observando la experiencia personal Realizando lluvias de ideas</p>	<p>Nominal</p>
	<p>Soluciones</p>	<p>Realizando una lista de soluciones Estableciendo prioridades a las causas Elaborando un plan operativo Ninguna de las anteriores</p>	<p>Nominal</p>
	<p>Plan de mejora.</p>	<p>Realizando capacitaciones al personal Estableciendo nuevas responsabilidades Definiendo nuevas operaciones Toda las anteriores</p>	<p>Nominal</p>

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Motivación de Frederick Herzberg como factor relevante en la gestión de calidad.	Robbins (2005) señala que Federick Herzberg desarrolló un sistema de cuestionario en el cuál permitía a los trabajadores indicar las condiciones con respecto a su centro laboral, consistía en afirmar si realmente se sentían bien o mal; luego de estas afirmaciones hizo la tabulación correspondiente para obtener el estado motivacional de cada colaborador.	Canal de comunicación.	Escrito Verbal Redes sociales Correo electrónico Todas las anteriores	Nominal
		Supervisión	Diario Semanal Quincenal Mensual Anual	Nominal
		Bienestar y tranquilidad de los colaboradores	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	Nominal
		Opinión de los colaboradores	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	Nominal
		Desempeño de los colaboradores	Reconociendo como el colaborador del mes Incentivos económicos Ascenso de puesto de trabajo	Nominal
		Logros	Mayor productividad Fidelización de sus clientes Ambiente laboral cálido Identificaciones de sus colaboradores Todas las anteriores	Nominal

### **3.5. Técnicas e instrumentos**

Para la presente investigación, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se aplicó fue el cuestionario, el mismo que consta de 20 preguntas propuestas para recoger, procesar y analizar la información obtenida, teniendo en cuenta las bases teóricas de la investigación, los indicadores de las variables y las dimensiones.

### **3.6. Plan de análisis**

El plan de análisis del estudio está relacionado con la recolección de datos, el procesamiento y el análisis de los mismos. El plan contiene los programas de IBM SPSS Statistic 24 que permitirá tabular mediante gráficos estadísticos, los resultados y analizar el nivel de fiabilidad del instrumento mediante el Alfa de Cronbach, mientras que el Microsoft Word 2016 permitirá redactar el proyecto de investigación.

### 3.7. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos	Plan de análisis
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad con el uso de la Motivación de Frederick Herzberg y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello peinados – salón de	<p><b>General:</b> Describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de la Motivación de Frederick Herzberg en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.</p> <p><b>Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Definir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.</li> <li>Identificar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello peinados – salón de belleza en la</li> </ul>	Gestión de Calidad con el uso de la Motivación de Frederick Herzberg.	<p><b>Población:</b> La población de la investigación de las Mypes establecidas en la ciudad de Huaraz, obtenida de la Municipalidad de Huaraz – oficina de información y asistencia al turista (Perú), los representantes son pieza clave para determinar el número de la población, siendo en total 49 establecimientos.</p> <p><b>Muestra:</b> La muestra fue el 100% de la población, los</p>	<p><b>Diseño de la investigación:</b> La investigación es no experimental ya que se llevó con base a la realidad. Transversal, porque se realizó en un espacio, tiempo y donde se tuvo una fecha de inicio y de fin.</p> <p><b>Tipo:</b> Descriptivo, debido a que se relató las principales características de la gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>	Para el análisis y elaboración las tablas y figuras se empleó el software Microsoft office Excel y para la transcripción de la investigación se utilizó el Microsoft office Word.

Continúa...

<p>belleza en la ciudad de Huaraz, 2018?</p>	<p>ciudad de Huaraz, 2018.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar las principales características de la gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg en la micro y pequeñas del sector servicios – rubro corte de cabello peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.</li> <li>• Elaborar un plan de mejora de la gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello, peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.</li> </ul>		<p>mismos que accedieron a dar la información solicitada.</p>	<p>en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.</p> <p><b>Nivel:</b> Cuantitativo, porque consiste en recolectar datos para la medición de las variables y conceptos los cuales serán representados en cantidades numéricas.</p>		
--	---	--	---	--	--	--

### 3.8. Principios éticos

En el presente trabajo se aplicó el código de ética de acuerdo a la política de la universidad.

**Protección a las personas:** Respeto por las decisiones de las personas, es decir la información entregada fue de libre decisión y voluntad, así mismo el respeto a la propiedad o posesión intelectual y también se da conocer que la información recolectada es estrictamente para fines académicos.

**Cuidado al medio ambiente y la biodiversidad:** En esta investigación se mantuvo siempre un cuidado y respeto por los seres vivos y a la madre tierra.

**Libre participación y derecho a estar informado:** En cada momento se mantuvo informado y así como respuesta inmediata a cualquier interrogante.

**Beneficencia no maleficencia:** Toda información recolectada ha sido utilizado exclusiva y estrictamente para fines académicos, teniendo siempre en cuenta la protección de los participantes para no dañar la dignidad de los mismos.

**Justicia:** Se mantuvo un trato cordial, que se basó en la elección justa de los representantes sin ningún problema a quienes no desean verse involucrados en el estudio.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Resultados

**Tabla 1.**

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro corte de cabello peinados-salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.*

<b>Datos generales:</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Edad</b>		
18-30 años	13	26.50
31-50 años	21	42.90
51 a más años	15	30.60
Total	49	100.00
<b>Género</b>		
Masculino	22	44.90
Femenino	27	55.10
Total	49	100.00
<b>Grado de Instrucción</b>		
Sin instrucción	7	14.30
Primaria Secundaria	9	18.40
	12	24.50
Superior no universitaria	13	26.50
Superior universitaria	8	16.30
Total	49	100.00
<b>Cargo de desempeño</b>		
Dueño	23	46.90
Administrador	26	53.10
Total	49	100.00
<b>Tiempo de desempeño</b>		
1-3 años	13	26.55
4-6 años	13	26.55
7 a más años	23	46.90
Total	49	100.00

*Fuente.* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro corte de cabello peinados-salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.

**Tabla 2.**

*Características de las micro y pequeñas empresas del rubro corte de cabello peinados-salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.*

<b>Datos de las Empresas</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Tiempo de permanencia en el rubro</b>		
1 a 3	13	26.50
4 a 6	12	24.00
7 a más	24	49.50
Total	49	100.00
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	18	36.70
6 a 10 trabajadores	14	28.60
11 a más	17	34.70
Total	49	100.00
<b>Ingresos mensuales</b>		
Hasta 52,500	49	100.00
52,500 hasta 595,000	0	00.00
Más de 595,00	0	00.00
Total	49	100.00
<b>Constitución de la empresa</b>		
EIRL	6	12.25
SRL	10	20.40
SAC	9	18.40
S en C	10	20.40
SAA	6	12.25
Personal natural	8	16.30
Total	49	100.00
<b>Objetivo de creación</b>		
Generar ganancias	28	57.10
Subsistencia	21	42.90
Total	49	100.00

*Fuente.* Cuestionario aplicado a las características de las micro y pequeñas empresas del rubro corte de cabello peinados-salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.

**Tabla 3.**

*Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro corte de cabello peinados-salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.*

<b>Gestión de Calidad</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Análisis de la situación de la empresa</b>		
Realizando registro de las actividades empresariales	6	12.20
A través de información registrada	21	42.90
Analizando los resultados de las actividades empresariales	20	40.80
Ninguna de las anteriores	2	4.10
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>100.00</b>
<b>Causas y efectos que percuten en la empresa</b>		
Determinando los principales problemas	4	8.20
Analizando los datos recopilados	20	40.80
Observando la experiencia personal	18	36.70
Realizando una lluvia de ideas	7	14.30
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>100.00</b>
<b>Soluciones para los problemas de la empresa</b>		
Realizando una lista de soluciones	3	6.10
Estableciendo prioridades las causas	22	44.90
Elabora un plan operativo	15	30.60
Ninguna de las anteriores	9	18.40
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>100.00</b>
<b>Plan de mejora para la empresa</b>		
Realizando capacitaciones al personal	8	16.30
Estableciendo nuevas responsabilidades	20	40.80
Definiendo nuevas operaciones	19	38.80
Todas las anteriores	2	4.10
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>100.00</b>
<b>Canal de comunicación con los colaboradores</b>		
Escrito	9	18.40
Verbal	10	20.40
Redes sociales	15	30.60
Correo electrónico	9	18.40
Toda las anteriores	6	12.20
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>100.00</b>

Continúa...

Supervisión de la empresa		
Diario	5	10.20
Semanal	6	12.20
Quincenal	22	44.90
Mensual	12	24.50
Al año	4	8.20
Total	49	100.00
Bienestar y tranquilidad de sus colaboradores		
Nunca	1	2.00
Muy pocas veces	5	10.20
Algunas veces	16	32.70
Casi siempre	16	32.70
Siempre	11	22.40
Total	49	100.00
Opinión de los colaboradores		
Nunca	7	14.30
Muy pocas veces	7	14.30
Algunas veces	19	38.80
Casi siempre	7	14.30
Siempre	9	18.30
Total	49	100.00
Desempeño de los colaboradores		
Reconociendo como el colaborador del mes	8	16.30
Incentivos económicos	18	36.70
Ascenso de puesto de trabajo	8	16.30
Capacitaciones constantes para el desarrollo profesional	12	24.50
Ninguna de las anteriores	3	6.20
Total	49	100.00
Logro obtenido con las motivaciones		
Mayor productividad	2	4.10
Fidelización de sus clientes	7	14.30
Ambiente laboral cálido	21	42.90
Identificaciones de sus colaboradores	13	26.50
Todas las anteriores	6	12.20
Total	49	100.00

*Fuente.* Cuestionario aplicado a las características de la motivación bajo el enfoque de Herzberg en las micro y pequeñas empresas del rubro corte de cabello, peinados-salón de belleza, ciudad de Huaraz 2018.

**Tabla 4.**

*Plan de mejora de la gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – servicios corte de cabello peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018.*

<b>Problema</b>	<b>Causa</b>	<b>Solución – aplicación de mejora</b>	<b>Responsable</b>
Personal no capacitado	El poco interés por parte del representante en la capacitación de su personal, puesto que generaría un costo adicional para la empresa	Brindar capacitaciones al personal	Representante
No cuenta con una base de datos	Falta de control en las actividades para un seguimiento de cada actividad del personal	Crear una base de datos	Representante
Falta de publicidad	Los clientes no conocen acerca de los servicios que brinda la empresa en la ciudad de Huaraz, por lo que se cuenta con pocos clientes	Aplicar la publicidad	Representante
Falta de motivación al personal	Poca productividad en la prestación de servicios	Motivar al personal	Representante y personal

*Fuente.* Elaboración propia.

## **4.2. Análisis de resultados**

### **Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.**

En cuanto a las edades de los representantes el 42,90% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, estos resultados coinciden con Esto evidencia que en su mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro corte de cabello, peinado-salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018, están conducidos por personas adultas, lo mismos que tienen mayor experiencia en este rubro.

Referente al género el 55,10% de los microempresarios encuestados son del género femenino, estos resultados contrastan con Valcazar (2018) quien explica que el 100,00% de los encuestados son del género femenino. Esto demuestra que la mayoría de los representantes son del género femenino, quienes muestran más interés en el rubro y por lo que se desempeñan día a día.

Referente al grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas, el 26,50% de los encuestados tienen un grado de instrucción no universitario, estos resultados coinciden con Massella (2018) quien manifestó que el 100,0% de los representantes tienen un grado de instrucción técnica. Estos resultados nos muestran que la mayoría de los representantes de las mypes cuentan con estudios no universitarios, por lo que se comprueba que los conocimientos adquiridos para la actividad en el rubro lo obtuvieron en sus centros de estudios.

El 53,10% de los encuestados tienen el cargo de administrador dentro las empresas, estos resultados contrastan con Zavala (2014) quien muestra que el 100,00% tienen como ocupación de cosmetología. Estos resultados demuestran que los representantes tienen el cargo de administrador de las organizaciones, también demuestra que han aprendido a tener este cargo por las mismas circunstancias, la iniciativa de dirigirlas y por temas económicos ya que contratar a un administrador se requiere de un costo adicional.

El 46,90% de los encuestados llevan de 7 a más años desempeñándose en el cargo, el 26,50% entre 1 a 3 años y el 26,50% entre 4 a 6 años. Estos estudios demuestran que la mayoría de los representantes llevan en el cargo como promedio 5 años, así mismo demuestra que la mayoría de las mypes son empresas nuevas que surgieron ante la demanda del mercado y por el interés de los dueños.

### **Características de las micro y pequeñas empresas**

En referido al tiempo de permanencia el 49,00% de las micro y pequeñas empresas llevan en el rubro de 7 a más años, estos resultados contrastan con los hallazgos por Alba (2014) quien muestra que el 100,00% de los encuestados llevan de 0 a 5 años en el rubro. Esto demuestra que la permanencia del rubro de corte de cabello en la ciudad de Huaraz, cuenta con mayor posicionamiento y permanencia en el mercado.

El 36,70% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, estos resultados coinciden con los resultados por Delgado (2011) quien manifestó que el 94,33% de las mypes tienen entre 1 a 5 trabajadores. Quedando como evidencia que no hubo un incremento en la cantidad de colaboradores y que se está manteniendo el número de mano de obra dentro del rubro.

El 100,0% de las micro y pequeñas empresas tienen un ingreso anual entre los s/. 0,00 hasta s/. 52,000. Esto demuestra que estos ingresos de las mypes constituyen a la clasificación de las MYPES en las UIT.

EL 20,40% de las microempresas están constituidas como SRL y el otro 20,40% como S en C, estos resultados contrastan con Martínez (2018), quien manifestó que el 100,0% de las mypes están constituidas como una empresa natural. Esto demuestra que la constitución de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro corte de cabello salón de belleza son de tipo natural, por lo que los pequeños empresarios optan por este tipo ya que es ideal para negocios pequeños.

El 57,10% de las micro y pequeñas empresas tuvieron como objetivo de creación generar ganancias, estos resultados coinciden con los resultados hallados por Delgado (2011) quien afirmó que el 66,70% de las mypes tuvieron como objetivo de creación de la empresa por oportunidad. Estos demuestran que la gran mayoría de los representantes de los negocios tuvieron como objetivo principal generar ganancias a través de las oportunidades que les brindaba el mercado.

### **Características de gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg**

El 42,90% de los representantes analizan la situación de la empresa a través de informaciones registradas. Esto demuestra que las microempresas analizan la situación de la empresa mediante informaciones ya registradas, por lo que les ayuda a saber si la empresa está funcionando con normalidad o tiene algún problema, sea esto en la atención al cliente, es decir el cliente no se siente satisfecho con el servicio, y si están generando ganancias o pérdidas.

El 40,80% de los encuestados manifiestan que analizan el entorno para determinar causas y efectos que repercuten a la empresa. Esto demuestra que los encuestados del rubro analizan su entorno empresarial a través de datos recopilados, es decir a través una perspectiva del análisis FODA, ayudando a conocer las causas y efectos que estos podrían generar a la empresa.

El 44,90% de los microempresarios planifican soluciones para los problemas de la empresa a través del establecimiento de prioridades de la causa del problema, estos resultados coinciden con Delgado (2011) quien manifestó que el 50,00% de los encuestados planifican un plan de acción para solucionar algún problema de la empresa. Esto indica que los dueños de las micros y pequeñas empresas siempre tienen en cuenta ante un posible problema un plan de solución, que les ayuda de manera correcta satisfacer a los clientes y evitar cualquier problema mayor que perjudique el servicio e imagen de la empresa.

El 40,80% de los encuestados implementan un plan de mejora para la empresa. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas implementan un plan de mejora, con el fin de poder mejorar la atención al cliente mediante la satisfacción con el servicio, y teniendo al personal capacitado para ejercer las actividades de la empresa, así alcanzar con los objetivos deseados.

El 30,60% de los microempresarios usan las redes sociales como canal de comunicación con los colaboradores, estos resultados coinciden con Zarzosa (2010) quien explica que el 72,73% usan las redes sociales para ofrecer sus servicios. Estos resultados muestran que las micro y pequeñas empresas del rubro hacen uso de las tecnologías de comunicación como las redes sociales para poder comunicarse con los colaboradores y clientes.

El 44,90% de los representantes realizan cada quincena la supervisión de la empresa, estos resultados coinciden con Martínez (2017) quien muestra que el 50,00% de los encuestados están de acuerdo en realizar la supervisión de la empresa. Esto demuestra que en gran parte los dueños de las micro y pequeñas empresas del rubro tienen como parte de sus actividades realizar la supervisión del servicio, esto para poder garantizar que las actividades de estén ejecutando de manera correcta.

El 32,70% de los encuestados casi siempre brindan seguridad y limpieza adecuada para el bienestar de los colaboradores y otro 32,70% algunas veces, estos resultados contrastan con Zavala (2011) quien explica que el 44,8% de los representantes no brindan un adecuada seguridad y limpieza a sus colaboradores. Esto demuestra que son pocas las micro y pequeñas empresas que tienen poca importancia en la seguridad y limpieza del ambiente de trabajo hacia los colaboradores, es importante mencionar que esto es un factor negativo, un problema que dificulta al personal poder laborar con todas las condiciones de seguridad.

El 38,40% de los representantes algunas veces realizan capacitaciones a sus colaboradores, estos resultados coinciden con Alba (2014) quien manifestó que el 83,4% de las micro y pequeñas empresas si realizan las capacitaciones a sus

trabajadores. Eso indica que la mayoría de los dueños tienen en cuenta sobre la importancia de la capacitación de su personal, puesto que el rubro es un sector donde la demanda y la competencia en constante y por ende contar con un personal capacitado beneficia a la empresa.

El 38,80% de los encuestados consideran algunas veces las opiniones de los colaboradores para la toma de decisiones de la empresa. Esto nos demuestra que en promedio son pocas las empresas que toman en cuenta la opinión de los colaboradores para la toma de decisiones de la empresa, puesto que a través de las decisiones que se tomen los representantes, en cuanto a la mejora del servicio podrán garantizar el futuro de la empresa.

El 36,70% de los representantes reconocen el desempeño de los colaboradores mediante los incentivos económicos, estos resultados contrastan con los resultados por Massella (2018) quien manifestó que el 50,00% de los colaboradores están en desacuerdo por no tener un reconocimiento por sus desempeños. Esto nos da a entender que en el rubro corte de cabello peinados – salón de belleza ha estado disminuyendo el reconocimiento por la labor de los trabajadores, esto debido a diversos factores, sean porque la empresa no cumple con los objetivos deseados al 100%, tiene pocos clientes y debido a estos factores no hay suficientes utilidades para poder reconocer la labor de los colaboradores.

El 42,90% de los encuestados manifestaron que a través de las motivaciones hacia los colaboradores alcanzaron un ambiente laboral cálido. Esto nos demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro corte de cabello peinados – salón de belleza en la ciudad de Huaraz obtuvieron como resultado de la motivación, un ambiente cálido entre el personal de servicio y el representante, por lo que facilitara a la mype contar un ambiente productivo, comunicativo, trabajo en equipo y mejor atención a sus clientes.

#### **4.3. Plan de mejora**

##### **1. Datos Generales.**

Nombre o razón social : Peluquerías y salón de bellezas en Huaraz

Giro de la empresa : Servicios

Dirección : Huaraz – Perú

Nombre de los representantes: Peluquerías y salón de bellezas

##### **2. Misión.**

Somos las empresas dedicadas a brindar un buen servicio de calidad en los cortes de cabello peinados y salón de belleza a los clientes, con el fin de satisfacer las necesidades y así lograr la preferencia de los clientes, aceptación y posicionamiento de la empresa en el mercado Huaracino.

##### **3. Visión.**

Para el año 2022, nuestros propósitos es ser las empresas reconocidas y competitivas en el mercado huaracino en la prestación de servicio de corte de cabello peinado y salón de belleza, destacando la excelencia de alta calidad de servicio, moda y tendencia, contribuyendo en el desarrollo y crecimiento de la ciudad de Huaraz.

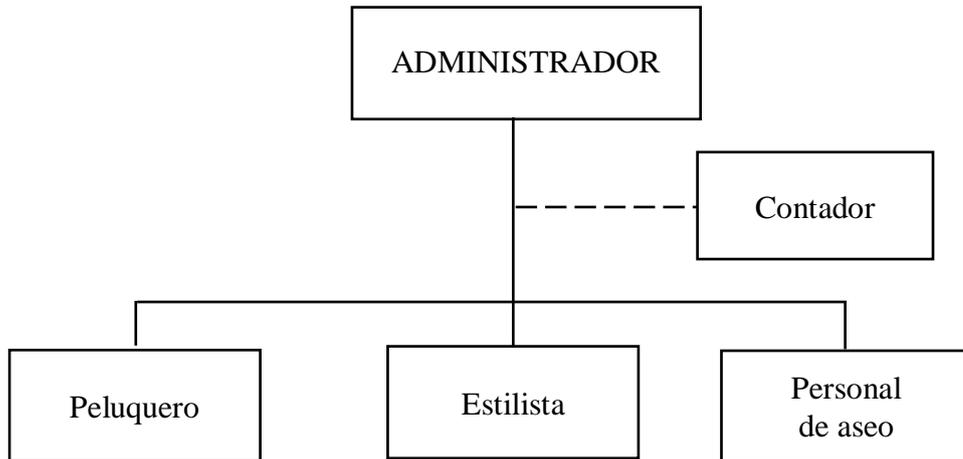
##### **4. Objetivos.**

- Brindar un buen servicio de calidad en los cortes de cabello peinados y salón de belleza.
- Contar con un personal calificado para la atención al cliente
- Contar con los equipos y herramientas adecuados para la atención al cliente.
- Lograr la preferencia del cliente por el servicio brindado.
- Cumplir con todos los estándares de calidad referente al tema de calidad de atención al cliente.

**5. Servicios**

Servicio de corte de cabello peinado – salón de belleza

**6. Organigrama de la empresa**



## 7. Diagnóstico general

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>MATRIZ FODA</b>	F1. Talento humano capacitado F2. Equipos tecnológicos modernos .	D1. Desorganización en los procesos de servicio. D2. Incumplimiento de normas.
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
O1. Existencia de la norma ISO 9001 O2. Existe un aumento de la demanda en el mercado.	F1 – 01. Aprovechar el talento humano para regular los procesos y adquirir el certificado de calidad. F2.02. Aprovechamiento del control de calidad de los equipos para abarcar mucho más la demanda.	D1 – O1. Implementar cursos de capacitación para el servicio de calidad. D2 – O2. Mejorar la gestión administrativa, aplicando procesos administrativos.
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
A1. Gran cantidad de competencias en todos los servicios ofrecidos. A2. Poca experiencia en los recursos humanos. .	F1 – a1. Al tener un plan de mejora continua establece una diferencia en el servicio prestado con respecto a la competencia. .	D1 – A1. Realizar un estudio profundo de las nuevas estrategias del mercado competitivo, comportamiento de la demanda y la oferta.

## 8. Indicadores de gestión

<b>Indicadores</b>	<b>Evaluación de los indicadores en la MYPE</b>
Personal capacitado	Contar con un personal capacitado ayudará significativamente por ende se hará capacitación personal
Base de datos	Casi todas las Mypes no cuentan con una base de datos donde pueden registrar, monitorear y seguir las actividades en un tiempo determinado, así poder evaluar y tomar una decisión
Publicidad	La empresa aplica la publicidad para dar a conocer sus servicios y atraer a los clientes
Motivación al personal	Contar un con personal motivado creará un ambiente cálido, por lo tanto, se generaría una mayor productividad por parte de los involucrados

## 9. Problemas.

### 9.1. Establecer gestiones

<b>Indicadores</b>	<b>Problema</b>	<b>Acción de mejora</b>
Deficiencia del servicio de la empresa.	Desconocimiento de los servicios que presta la empresa	Realizar capacitaciones continuo al personal para mejorar el servicio
El nivel de satisfacción de los clientes del servicio	No existe una evaluación de la satisfacción de los clientes	Implementar Buzones de sugerencias para recibir quejas o recomendaciones del servicio recibido.
Competitividad en el mercado	Carencia de equipos por los avances tecnológicos	Obtener nuevas materiales y equipos según el avance tecnológico
Posicionamiento en el mercado	Desconocimiento de la existencia de la empresa por los clientes	Usar las herramientas de la publicidad en redes sociales y TV para darse a conocer para que el cliente sepa del servicio.

Rentabilidad de la organización	Bajo ingreso económico	Crear un plan estratégico y operativo para mejorar los servicios prestados para mejorar la rentabilidad.
---------------------------------	------------------------	--

### 9.2. Estrategias que se desean implementar.

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	plazo	Impacto	Priorización
1	Premiar los éxitos.	Las posibilidades de motivar	30 días	Mejorar el servicio	Mejorar la productividad de los colaboradores
2	Crear una base de datos.	El personal se niega el uso de base de datos	20 días	Personal bien calificado	Identificación de los clientes
3	Mejorar el proceso de toma de decisiones.	Deficiencia en las tomas de decisiones	20 días	Trabajo en equipo y colaboración	Capacitación al dueño y al personal en el tema de toma de decisiones
4	Brindar Herramientas adecuadas	Las facilidades con los equipos de trabajo	30 días	Equipos en buen estado	Identificar los factores motivacionales

### 9.3. Recursos para la implementación de recursos.

N°	Estrategia	Capital humano	Economía	Tecnológico	Tiempo
1	Brindar capacitaciones al personal	Representante	300	Local de la empresa, materiales y equipos.	30 días
2	Crear una base de datos.	Representante	800	Computadora y internet	20 días
3	Mejorar el proceso de toma de decisiones.	Representante	500	Computadora y internet	20 días
4	Brindar Herramientas adecuadas	Representante	1000	Computadora y internet	30 días

## 10. Cronograma de actividades

Nº	Tarea	Inicio	Fin	Enero	Febrero	Marzo	Abril
1	Realizar capacitaciones al personal para mejorar el servicio	01/01/21	01/02/21				
2	Realizar y aplicar encuestas	02/02/21	22/02/21				
3	Crear un proceso administrativo para la empresa	23/02/21	10/03/21				
4	Uso de las herramientas de comunicación para la divulgación de los servicios que se brinda	11/03/21	21/03/21				
5	Crear un plan estratégico y operativo para la organización	22/03/21	16/04/21				
6	Reforzar el control del programa de entrega mediante un seguimiento continuo	17/04/21	27/04/21				

## **V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. Conclusiones.**

La mayoría relativa de los representantes de las micro y pequeñas empresas; tienen entre 31 a 50 años de edad, están representados por el género femenino, con un grado de instrucción superior no universitario, tienen el cargo de administrador en la empresa y llevan de 7 a más años desempeñándose en el cargo de la organización.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas llevan el rubro de 7 a más años, tienen de 1 a 5 colaboradores, cuentan con un ingreso anual de s/. 52,000 según la clasificación de las mypes (UIT), tienen una constitución como S.R.L, se creó la empresa con el objetivo de generar ganancias.

La mayoría relativa de los representantes de las micro y pequeñas empresas en cuanto a la gestión de calidad y motivación; analizan la situación de la empresa a través de informaciones registradas, analizan el entorno para determinar causas y efectos que repercuten a la empresa, planifican soluciones, se implementa un plan de mejora a través de nuevas responsabilidades, usan como canal de comunicación las redes sociales con los empleados, se realizan cada quincena la supervisión de la empresa, la empresa brinda seguridad y limpieza del ambiente de trabajo hacia los colaboradores, algunas veces realizan capacitaciones a sus colaboradores, tienen en cuenta sobre la importancia de la capacitación de su personal, a veces consideran las opiniones de los colaboradores para la toma de decisiones, reconocen el desempeño de los colaboradores mediante incentivos, a través de la motivación hacia los colaboradores alcanzaron un ambiente laboral cálido.

Se elaboró un plan de mejora a causa de los resultados obtenidos del trabajo de investigación, permitirá la aplicación correcta de la gestión de calidad y motivación en las Mypes.

## **5.2. Recomendaciones**

Capacitar de manera permanente en cortes, peinados de cabello y salón de belleza con talleres, teniendo en cuenta que esto no será un gasto, sino una inversión que ayudará significativamente a todos los involucrados en el servicio, con el fin mejorar la atención al cliente, fidelizarlos, posicionarse en el mercado y elevar sus ingresos.

Establecer estrategias de gestión de calidad para conseguir un notable cambio en la productividad y eficacia, a través de la implementación de mejora con los objetivos para realizar las actividades de manera eficaz, y así poder trabajar con un propósito resumido, esto facilitara lograr con lo deseado.

Mantener siempre al colaborador motivado, sabiendo que es sinónimo de satisfacción, por lo tanto, el personal motivado ayudará a tener a los clientes satisfechos con el servicio brindado, por ello es importante tener al personal motivado de manera intrínseca; en la que impulsa al colaborador hacer las cosas por voluntad propia, y extrínseca; a causa de la primera (intrínseca) en reconocer o recompensar su trabajo de acuerdo a su desempeño mediante incentivos económicos y no económicos.

Adecuar constantes cambios del mercado y la competencia, puesto que se puede implementar estrategias de mejora continua, por lo que se recomienda investigar el mercado, competidores, y así generar planes que ayuden a tomar la delantera en el rubro, con un plan de servicio de calidad.

Implementar el plan de mejora, con las diferentes estrategias que se consideró durante la investigación, el mismo que permitirá optimizar los servicios prestados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alba, I. (2014). *Factores de motivación según Herzberg y desempeño laboral de la distribuidora Navarro EIRL de Huaraz, 2014*(tesis para optar el título de licenciado en administración) Universidad Nacional “Santiago Antúnez de Mayolo”. Huaraz.
- Alcántara, J. (2013). *Prácticas de mercadotecnia en las microempresas del sector comercial de la ciudad de Pachuca, hidalgo: un análisis y propuesta para apoyar su recimiento*. Mexico.
- Anaya, C. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro peluqueras y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2015*. Huaraz.
- Bembire, C. (2016). *Motivación y productividad laboral en los trabajadores de las dependencias policiales del distrito de nuevo chimbote*. Chimbote.
- Cam, D. (1997). *Los grandes pequeños negocios. Empresarios y finanzas*. Lima Universidad del Pacífico – Centro de Investigación.
- Córdova, S. (2019). *Factores motivacionales y el desempeño laboral del docente en el subsistema educativo primario*. Venezuela.
- DeConceptos.com. (2015). *Concepto de peluquería*.
- Delgado, D. (2010). *La motivación laboral y su incidencia en el desempeño organizacional. (Tesis de grado de licenciada en educación)*. Universidad Central de Venezuela.
- Deming, E. (2013). *Calidad, concepto y filosofías*. Obtenido de [www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby](http://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby).
- Espinoza, B. (2006). *La motivación laboral y las compensaciones*. Santiago. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113580/cs39-bedodov244.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guillermo, E. (2011). *Gestión de calidad en el modelo keynesiano*. Lima: Crea Mental.
- INEI. (2019). *En el Perú existen 2 millones 699 mil 130 empresas al tercer trimestre del año 2019*. LIMA. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-existen-2-millones-699-mil-130-empresas-al-tercer-trimestre-del-ano-2019-11951/>
- ISO. (9001 2015). *ISO 9001 y los objetivos de gestión de la calidad*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2015/05/iso-9001-objetivos-gestion-calidad/>

- ISO-9001. (2018). *Calidad ISO 9001. Calidad ISO 9001: ISO 9001*. Obtenido de Obtenido de <http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>
- Jamanca, C. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de herzberg en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2015*.
- LEY. ( 2815 2003). *LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA*. Lima: Congreso de la República. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Ley. (30056 (2013)). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversion, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Lima: Congreso de la República.
- Martínez, C. (2017). *Diseño de plan de marketing digital, caso practico: Salon de belleza D´Cache. Colombia*. Colombia.
- Massella, R. (2018). *"CORRELACIÓN ENTRE MOTIVACIÓN Y SATISFACCIÓN LABORALES EN UN GRUPO DE*. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/43/Massela-Anllela.pdf>
- Miranda, J. (2017). *la motivacion insuficiente de los autores judiciales ante el requerimiento de prevencion preventiva en los delitos de corrupcion de funcionarios*.
- Perret, R. (2016). *El secreto de la motivacion*. México: México. Obtenido de <https://static1.squarespace.com/static/54d1216ae4b032ab36c26b61/t/5aa32f749140b73db65c927f/1520643968955/EI+Secreto+de+La+Motivaci%C3%B3n+WEB.pdf>
- Robbins, S. (2005). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson- Prentice.
- Valcazar, M. (2018). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la urbanización villa del norte, distrito los olivos, provincia de lima, departamento de lima, año 2017.*. Lima.
- Villarreal, M. (2019). *Chimbote: 80% de Mypes que funcionan en mercado local lo hace desde la informalidad*.
- Zarzosa, C. (2010). *La teoría de la motivación e higiene de Herzberg y la satisfacción laboral de los trabajadores en la municipalidad de Huaraz-2010*. Huaraz.
- Zavala, A. (2014). *Motivación y satisfacción laboral en el centro de servicios*. México.

## ANEXOS

### Anexo 1: Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																					
N°	Actividades	2018				2019				2020								2021			
		Semestre II				Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre 0			
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller curricular			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	x																			
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		x																		
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			x																	
4	Exposición del proyecto al jurado de Investigación o Docente Tutor.				x																
5	Mejora del marco teórico					x															
6	Redacción de la revisión de la literatura.						x														
7	Elaboración del consentimiento informado							x													
8	Ejecución de la metodología								x												
9	Resultados de la investigación									x											
10	Conclusiones y recomendaciones										X										
11	Redacción del pre informe de Investigación.											x									
12	Reacción del informe final.												x	x							
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación.														x						
14	Presentación de ponencia en eventos científicos.															x					
15	Redacción de artículo científico.																x				
16	Envío de informe de tesis y art. Científico.																	x			
17	Pre banca.																		x		
18	Sustentación del informe de tesis.																		x	x	

**Anexo 2: Presupuesto.**

<b>Presupuesto Desembolsable</b>			
Categoría	Base	% Número	Total (S/.)
Suministros			
Lapicero	1.00	5	5.00
Impresiones	0.20	100	20.00
Lápiz	1.00	3	3.00
Fotocopias	0.10	100	100.00
Hojas bond	0.10	50	5.00
Floder manila	1.00	4	4.00
Empastado	100	3	300
Sub total			457.00
Servicios			
Servicio de movilidad y refrigerio	20.00	5	100.00
Uso de turnitin	50.00	2	100.00
Internet	120	1	120.00
Servicio de uso del teléfono (celular)	45	2	90.00
Sub total			410.00
Taller de titulación			
Matrícula	300.00	1	300.00
Pensión	850.00	4	3,400.00
Sub total			3,700.00
<b>Total presupuesto desembolsable</b>			<b>4,567.00</b>
<b>Presupuesto no Desembolsable</b>			
Uso de internet (LAD)	10.00	4	400.00
Búsqueda de información en bases de datos	20.00	2	40.00
Soporte informático (ERP)	25.00	4	100.00
Publicación de artículo científico de repositorio virtual	50.00	1	50.00
Sub total			590.00
<b>Total presupuesto no desembolsable</b>			<b>590.00</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>			<b>5,157.00</b>

### Anexo 3: Muestra.

N°	CIU	ACTIVIDAD ECONOMICA	RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	RUC
1	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	ALFARO LAURENTE KATTY	MATICES & CAFE SALOON	10101706686
2	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	ANDAHUA NORABUENA MARIBELL PAULA		10316719363
3	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	BAZAN ZAMORA VICTOR HUGO	VICTOR HAIRS SALON	10192536231
4	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	BLAS FERNANDEZ NELLY ELIZABETH		10316673479
5	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	BLAS HUERTA JAIRO BILSON		10316677857
6	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	CAMONES CARRERA JOSE LUIS	SALON DE BELLEZA DIVAS	10316801370
7	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	CASTROMONTE VERGARA LUZ GIOVANNA	CAPRICO FASHON	10422958873
8	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	CHAVEZ GONZALES ERLINDA MAXIMINA	PELUQUERIA NUEVA JUVENTUD	10320350757
9	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	COLLAZOS ESPINOZA LILIA ESPERANZA	PELUQUERIA UNISEX	10157319979
10	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	DURAN COTILLO JUANA LASTENIA	X MICHELL D	10320250388
11	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	DURAN DE CHAPUIS MICHELE FAUSTA		10065293973
12	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	FERNANDEZ ANAYA MARIA SOLEDAD	PELUQUERIA MARIA DEL CIELO	10316720035
13	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	FIGUEROA DE CHAVEZ LUCILA	SALON DE BELLEZA A'MARIS	10316806151
14	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	FIGUEROA ROSA TERESA	PELUQUERIA UNISEX SOFIA	10326439512
15	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	GAMARRA GUIMARAY EDITH VERONICA	MANOS CREATIVAS	10421705157
16	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	GUZMAN LIVIAS SILVIA FLORMIRA	ESTETICA D'SILVIA UNISEX	10444077544
17	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	HEREDIA OSORIO CONSUELO	PELUQUERIA UNISEX CONSUELO	10316124424
18	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	HUAMAN LUNA EVANGELINA REBECA	PELUQUERIA UNISEX EVANS	10333412085
19	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	HUANAY BAYONA ELVI ELOISA	MULTISERVICIOS TU STYLO	10438564565
20	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	HUERTA BERNUY LIZ SOLEDAD		10316663210
21	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	HUERTA REYNALTE NAIDA MERCEDES	PELUQUERIA JULIAN FASHION	10442017561
22	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	JESUS CHINCHAY MARLENY ADELA	JOOSMAR	10402071716
23	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	JULCA SALAS NELIDA CRISTINA	PELUQUERIA CRISS	10426323350
24	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	LAZARO RODRIGUEZ ELADIA DIONICIA	PELUQUERIA UNISEX ELIS	10316622955
25	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	MAUTINO ROMERO DANIEL	PELUQUERIA DANIEL'S	10316749777
26	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	MAZA SANCHEZ ALBERTO		10090959315
27	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	MEDINA MINAYA MAXIMO	PELUQUERIA REY DAVID	10316735890
28	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	MEJIA HUARCA LISET MAGAIT	PELUQUERIA LISET	10431549684
29	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	MENDOZA CERNA NOELA LINA	SALON DE BELLEZA GLAMOUR	10316742063
30	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	MENDOZA LARICO FRANCISCA	PEINADOS FRANCY	10316735938
31	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	MENDOZA TINOCO MANUEL ALBERTO	ESTETICA UNISEX ELI	10316727536
32	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	ONCOY MOLINA FELICITAS	ESTETICA UNISEX KATY	10316277590
33	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	OSORIO TORRES ELENA	SALON DE BELLEZA DIVAS	10316640554
34	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	PALMA MILLA BIBIANA FELICITAS		10316740958
35	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	PARIAMACHI SALAS HILDA JUANA	PELUQUERIA UNISEX NUEVA IMAGEN	10316543826
36	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	PINEDA MORALES MIGUEL	PELUQUERIA PINEDA	10316020718
37	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	RAMOS CASTRO ANGELICA PATRICIA	IMAGENES SALON	17201376068
38	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	RAMOS CASTRO CARMEN ROSA	ESTETICA NAHUM'S	10094266471
39	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	REYES CHAVEZ ERIKA ELIZABETH	PELUQUERIA UNISEX	10413283758
40	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	RODRIGUEZ ATANACIO DORA CEFERINA	PELUQUERIA UNISEX LIMA	10316807131
41	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	RODRIGUEZ DE RODRIGUEZ ALICIA LAURA		10316500701
42	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	SALAZAR TOLEDO ADELINA ROSARIO	PELUQUERIA CHARITOS	10411512261
43	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	SANCHEZ ARANDA CELESTINO	PELUQUERIA LA JUVENTUD	10316271265
44	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	SANCHEZ BOLIVAR GUMERCINDA LEONCIA	NEW LOOKC	10316595796
45	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	VALDIVIA LIJARZA JOSE EDGAR	PELUQUERIA UNISEX EDGAR'S	10418474691
46	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	VALVERDE HUAMAN LUZMILA TEODOSIA	SALON DE BELLEZA BAZAR PAQUITA	10414358301
47	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	VARGAS RONCAL LELIS MARLENY		10182162669
48	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	VEGA CACHA FIDENCIO RUFINO	PELUQUERIA TONIS	10316591944
49	9302	PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA	ZANABRIA MACHICAO MAGUI ESTHER	ESTETICA Y MULTISERV. DIJ	10420083331

Fuente. Municipalidad de Huaraz – oficina de información y asistencia al turista (Perú)



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: La gestión de calidad con el uso de la motivación de Frederick Herzberg y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro corte de cabello peinados-salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018. Para obtener el título de licenciada en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

**I. GENERALIDADES**

**1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.**

**1. Edad.**

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

**2. Género.**

- a) Masculino      b) Femenino

**3. Grado de instrucción.**

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

**4. Cargo que desempeña**

- a) Dueño      b) Administrador

**5. Tiempo que desempeña en el cargo**

- a) 1 a 3 años      b) 4-6 años      c) 7 a más años

**1.2 REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DEL MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS**

**6. Tiempo que permanencia en el Mercado la empresa del rubro?**

- a) 1 a 3 año                      b) 4 a 6 años                      c) 7 a más años

**7. Número de Trabajadores**

- a) 1 a 5 trabajadores    b) 6 a 10 trabajadores    c) 11 a más trabajadores.

**8. ¿Cuánto es el aproximado de sus ingresos anuales el promedio?**

- a) Hasta 52.500  
b) Más de 52,500 hasta, 595.000  
c) Más de 595,000

**9. ¿Constitución de la empresa?**

- a).-EIRL  
b).-SRL  
c).-SAC  
d).-S en C.  
e).- SAA  
f).- Persona Natural

**10. ¿Cuál fue el objetivo de creación de la empresa?**

- a) Generar ganancia                      b) Subsistencia

## **II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTION DE CALIDAD.**

### **2.1 GESTION DE CALIDAD**

- 11. ¿Usted cómo analiza la situación de su empresa?**
- a) Realizando registros de las actividades empresariales
  - b) A través de información registrada
  - b) Analizando los resultados de las actividades empresariales
  - d) Ninguna de las anteriores
- 12. ¿Cómo analiza el entorno para determinar causas y efectos que implican en su empresa?**
- a) Determinando los principales problemas
  - b) Analizando los datos recopilados
  - c) Observando la experiencia personal
  - d) Realizando una lluvia de ideas
  - e) Ninguna de las anteriores
- 13. ¿De qué manera planifica y plantea soluciones para los problemas de su empresa?**
- a) Realizando una lista de soluciones
  - b) Estableciendo prioridades las causas
  - c) Elaborando un plan operativo
  - d) Todas las anteriores
  - e) Ninguna de las anteriores
- 14. ¿De qué manera implementa el plan de mejora para su empresa?**
- a) Realizando capacitaciones al personal
  - b) estableciendo nuevas responsabilidades
  - c) definiendo nuevas operaciones
  - e) Todas las anteriores

## **III. MOTIVACIÓN LABORAL BAJO EL ENFOQUE DE HERZBERG EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO CORTE DE CABELLO, PEINADOS-SALÓN DE BELLEZA, CIUDAD DE HUARAZ 2018.**

- 15. Dentro de su empresa cual es el canal de comunicación que más emplea para con sus colaboradores?**
- a) Escritos
  - b) Verbal
  - c) Redes sociales
  - d) Correo electrónico
  - e) Todas las anteriores

- 16. ¿A cada cuanto tiempo usted realiza la supervisión en su empresa?**
- a) Diario
  - b) Semanal
  - c) Quincenal
  - d) mensual
  - e) al año
- 17. ¿Considera usted que su empresa brinda la seguridad y limpieza adecuada para el bienestar y tranquilidad de sus colaboradores?**
- a) Nunca
  - b) Muy pocas veces
  - c) Algunas veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
- 18. ¿Usted considera las opiniones de sus colaboradores para la toma de decisiones de su empresa?**
- a) Nunca
  - b) Muy pocas veces
  - c) Algunas veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
- 19. ¿Usted de qué manera da a conocer el reconocimiento del desempeño de sus colaboradores?**
- a) Reconociendo como el colaborador del mes
  - b) Incentivos económicos
  - c) Acenso de puesto de trabajo
  - d) Capacitaciones constantes para el desarrollo profesional
  - e) Ninguna de las anteriores
- 20. ¿Cuál fue el mayor logro que usted obtuvo luego de las motivaciones brindadas a cada uno de sus colaboradores?**
- a) Mayor productividad
  - b) Fidelización de los clientes
  - c) Ambiente laboral cálido
  - d) Identificación de sus colaboradores
  - e) Todas las anteriores

**Muchas Gracias por su colaboración...;**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

### AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE ARTÍCULO CIENTÍFICO EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Mediante el presente documento declaro ser el autor del artículo de investigación titulado: **GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA MOTIVACIÓN DE FREDERICK HERZBERG Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO CORTE DE CABELLO PEINADOS-SALÓN DE BELLEZA EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2018.** y afirmo ser el único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre el mismo.

Autorizo a la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote a publicar el artículo científico en mención en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, de acuerdo a lo establecido en la Ley N° 30035, para su difusión, preservación y acceso a largo plazo.

Garantizo que el artículo científico es original y que lo elaboré desde el inicio al final, no he incurrido en mala conducta científica, plagio o vicios de autoría; en caso contrario, eximo de toda responsabilidad a la universidad y me declaro el único responsable y la faculto de tomar las acciones legales correspondientes.

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: **ELSA VERONICA POMAR GUERRERO**

Documento de Identidad: **46709691**

Domicilio: **CAS. ANTAHURAN DISTRITO DE JANGAS-HUARAZ**

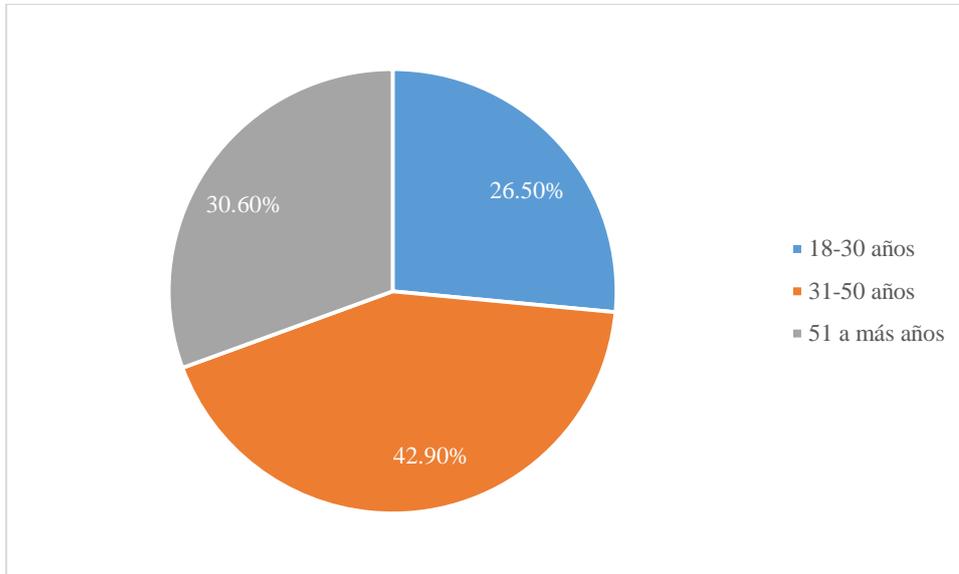
Correo Electrónico: **veronica\_10\_tk@hotmail.com**

Fecha: 25 / 11 / 2020

Anexo 6: Figuras

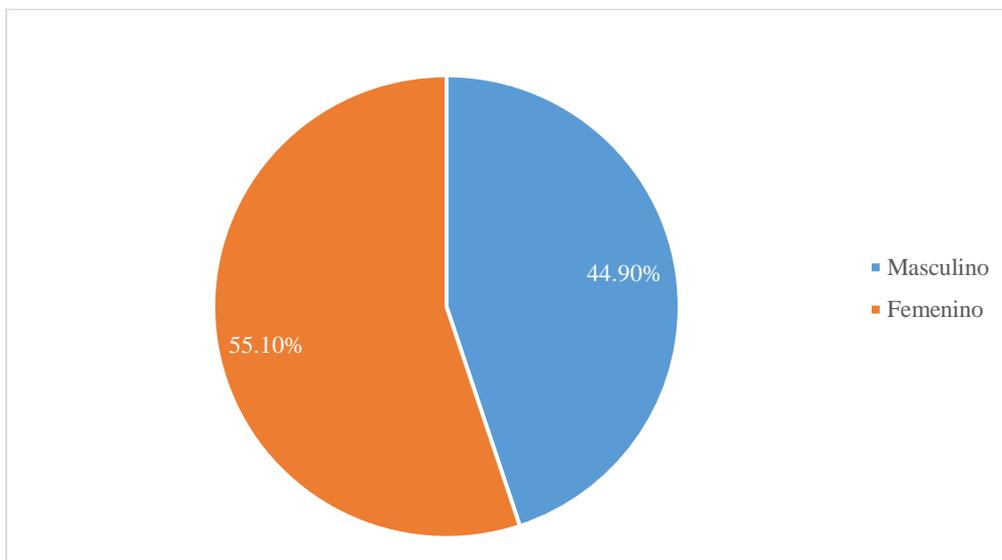
**Tabla 1**

**Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.**



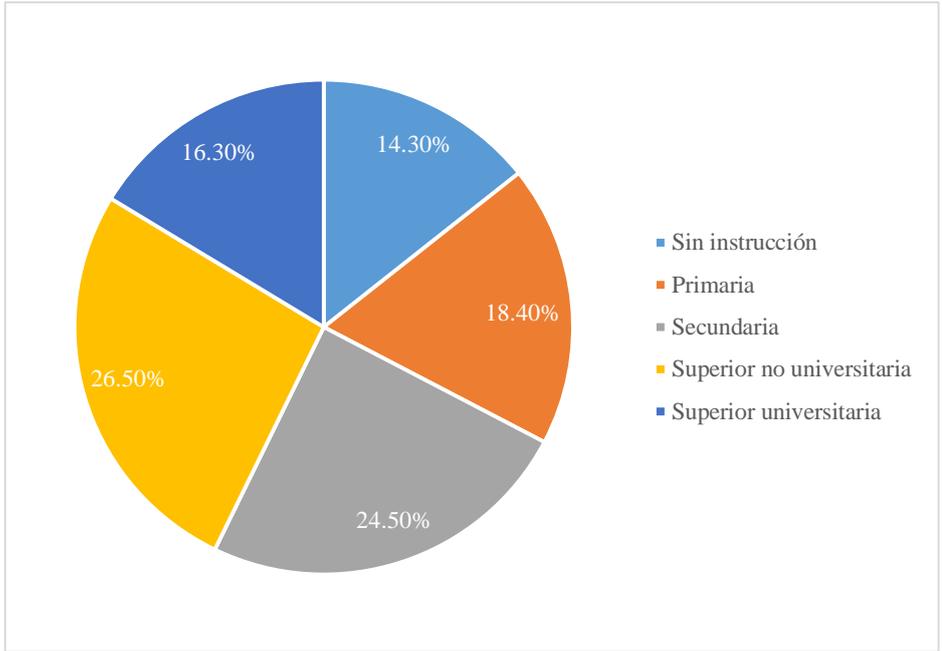
**Figura 1. Edad**

**Fuente. Tabla 1**

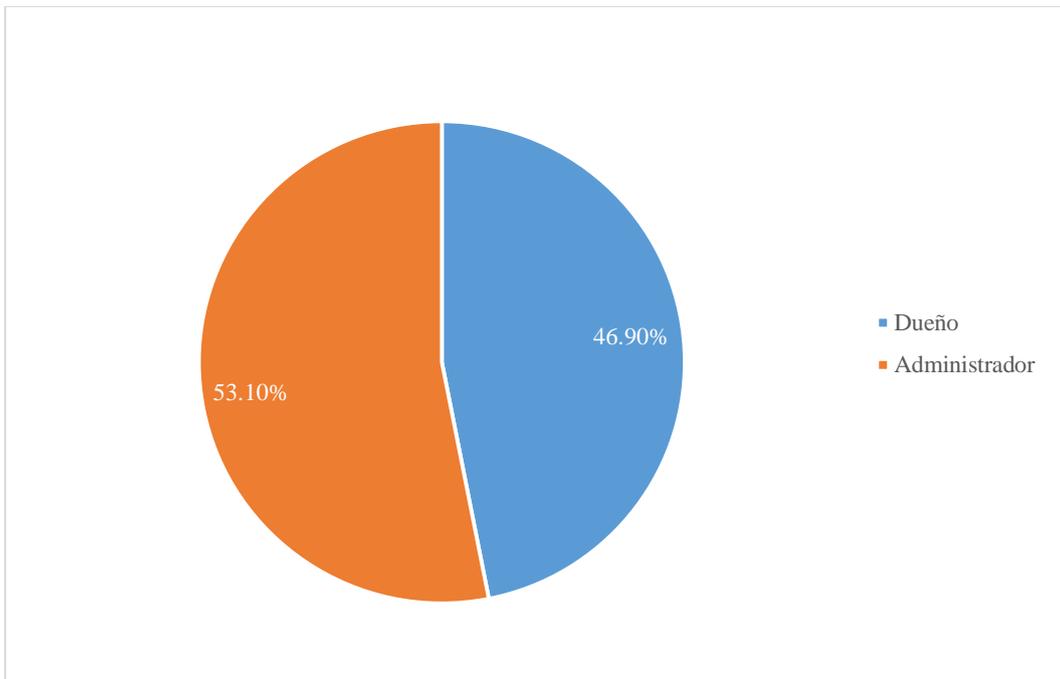


**Figura 2. Género**

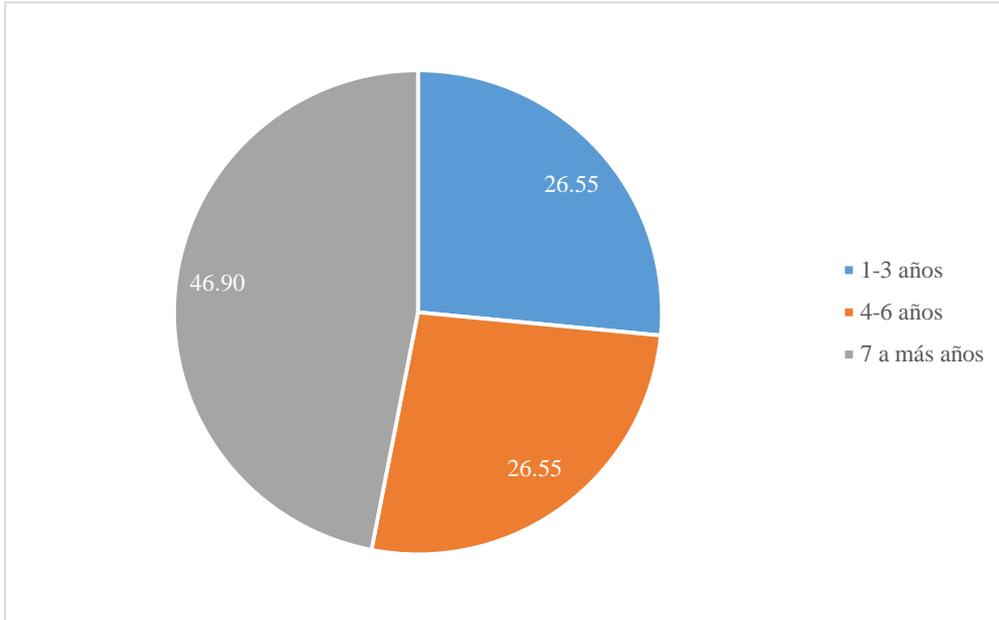
**Fuente. Tabla 1**



**Figura 3.** Grado de instrucción  
**Fuente.** Tabla 1

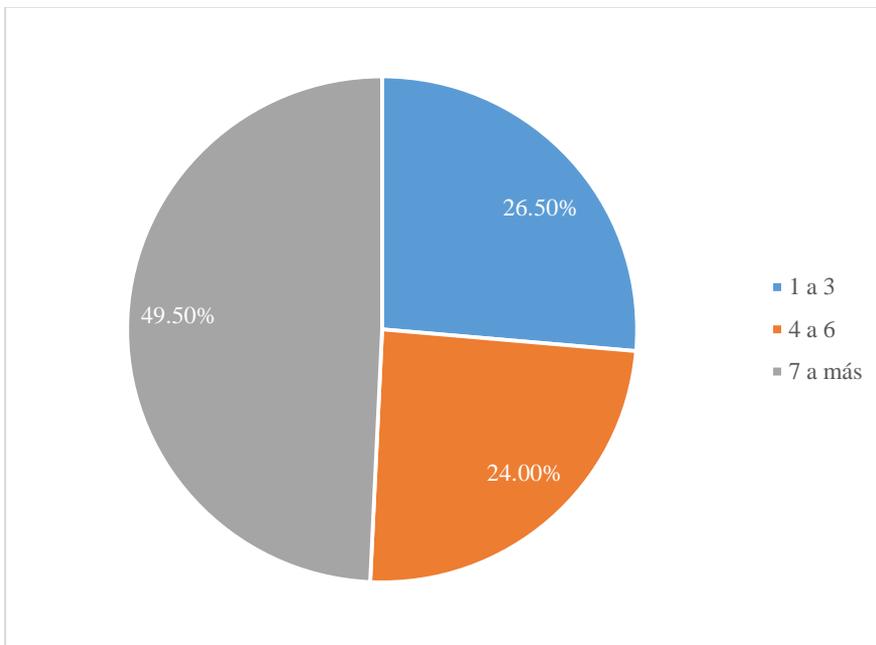


**Figura 4.** Cargo que desempeña  
**Fuente.** Tabla 1

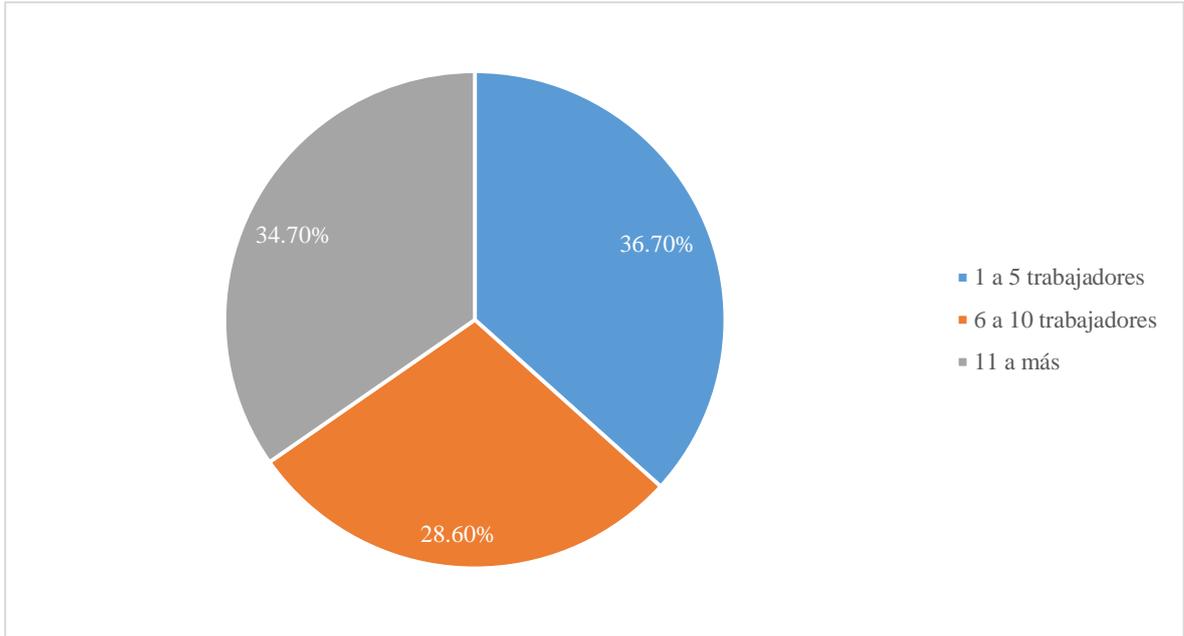


**Figura 5.** Tiempo de desempeño  
**Fuente.** Tabla 1

**Tabla 2**  
**Características de las micro y pequeñas empresas**

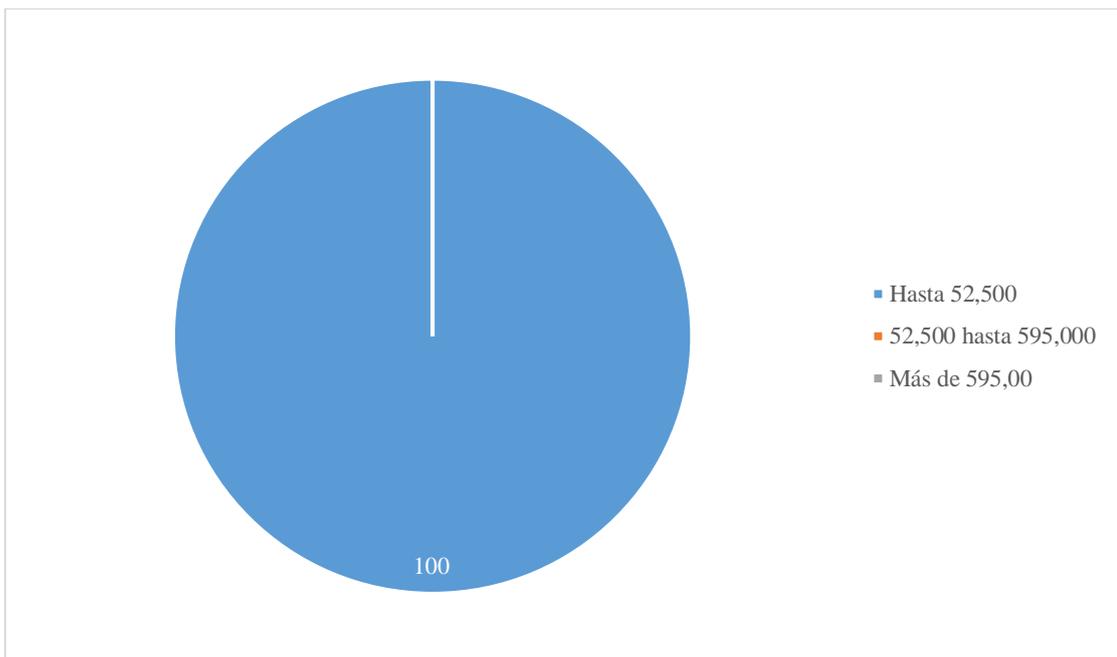


**Figura 6.** Tiempo de permanencia  
**Fuente.** Tabla 2



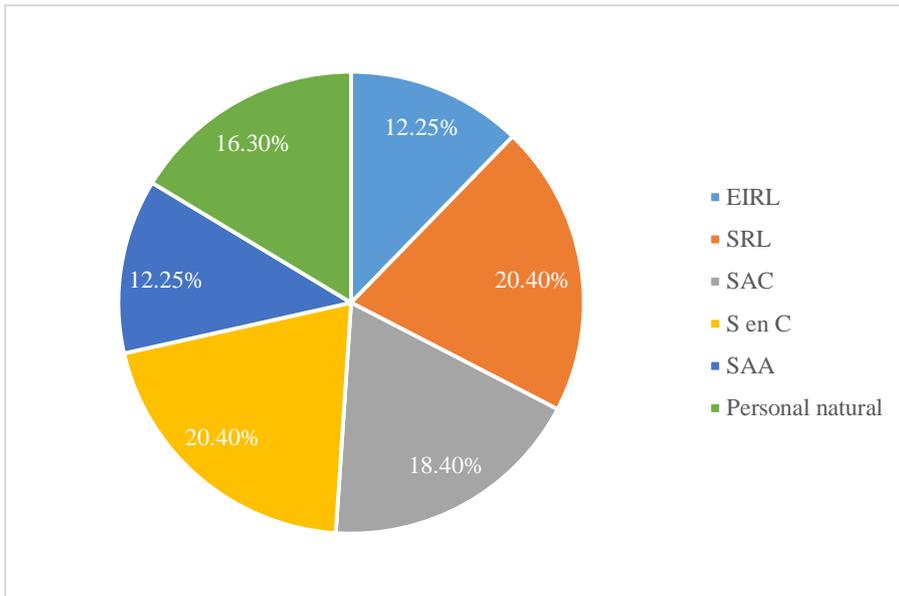
**Figura 7.** Número de trabajadores

**Fuente.** Tabla 2



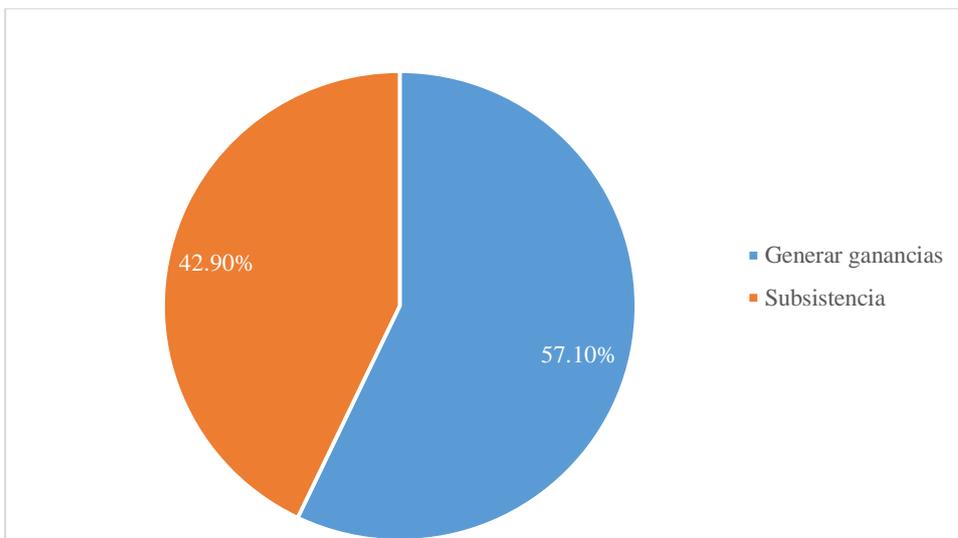
**Figura 8.** Ingresos mensuales

**Fuente.** Tabla 2



**Figura 9.** Constitución de la empresa

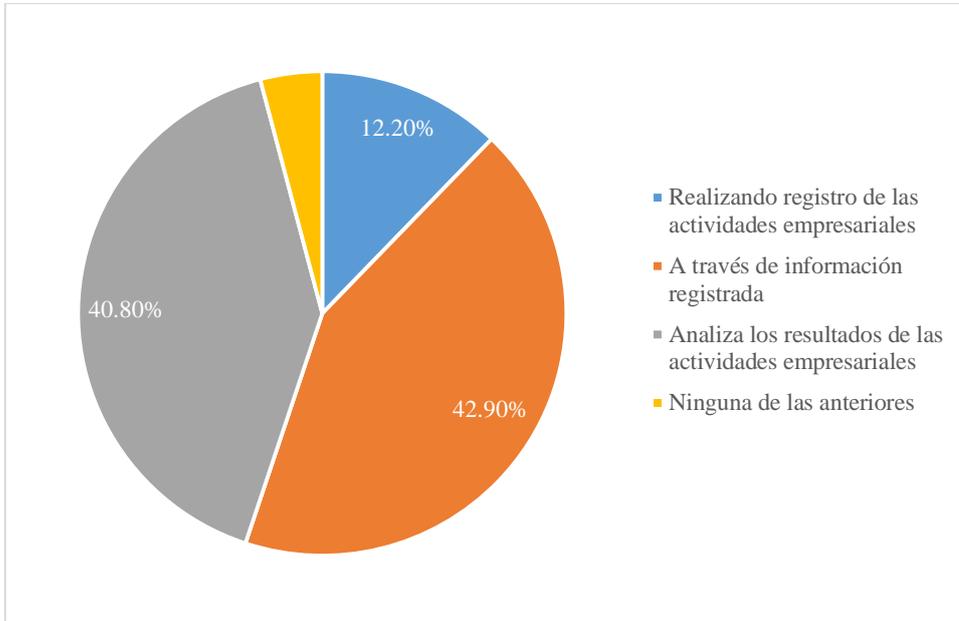
**Fuente.** Tabla 2



**Figura 10.** Objetivo de creación

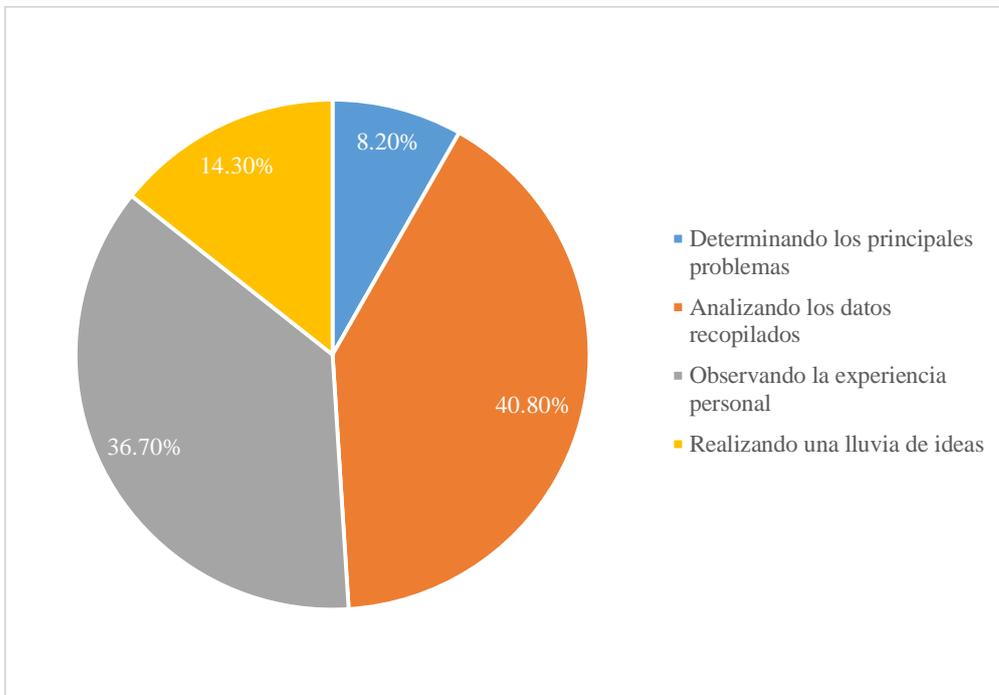
**Fuente.** Tabla 2

**Tabla 3**  
**Características de gestión de calidad y motivación**



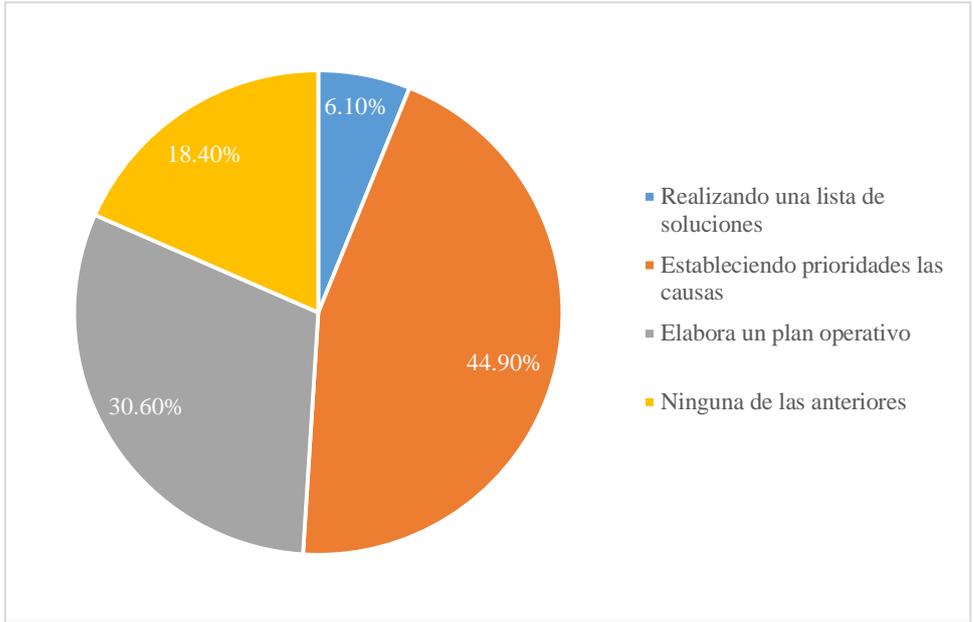
**Figura 11.** Situación de la empresa

**Fuente.** Tabla 3

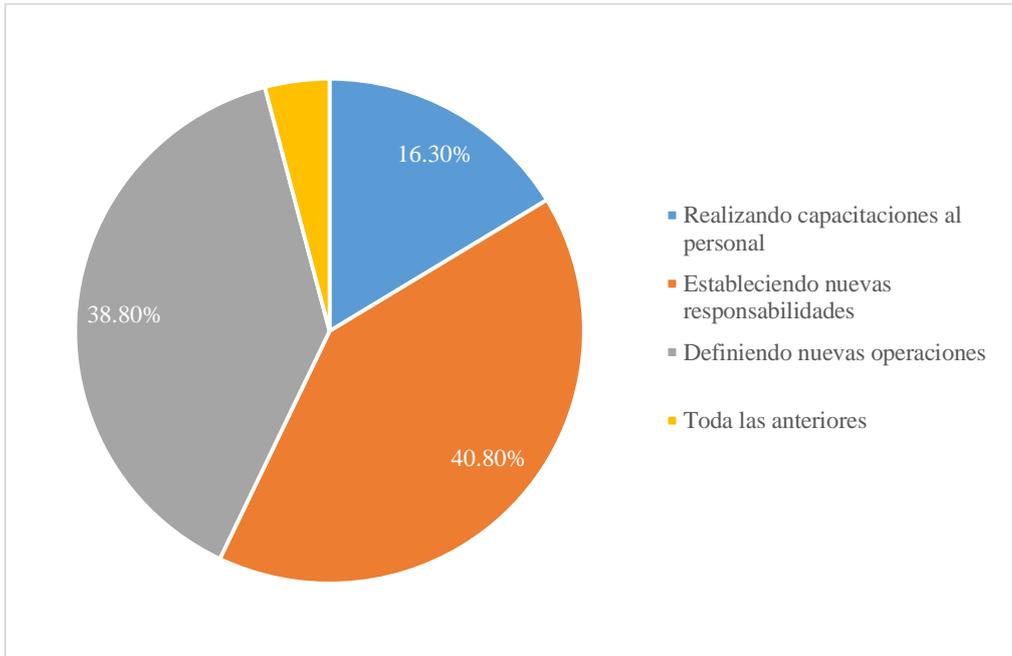


**Figura 12.** Causas y efectos

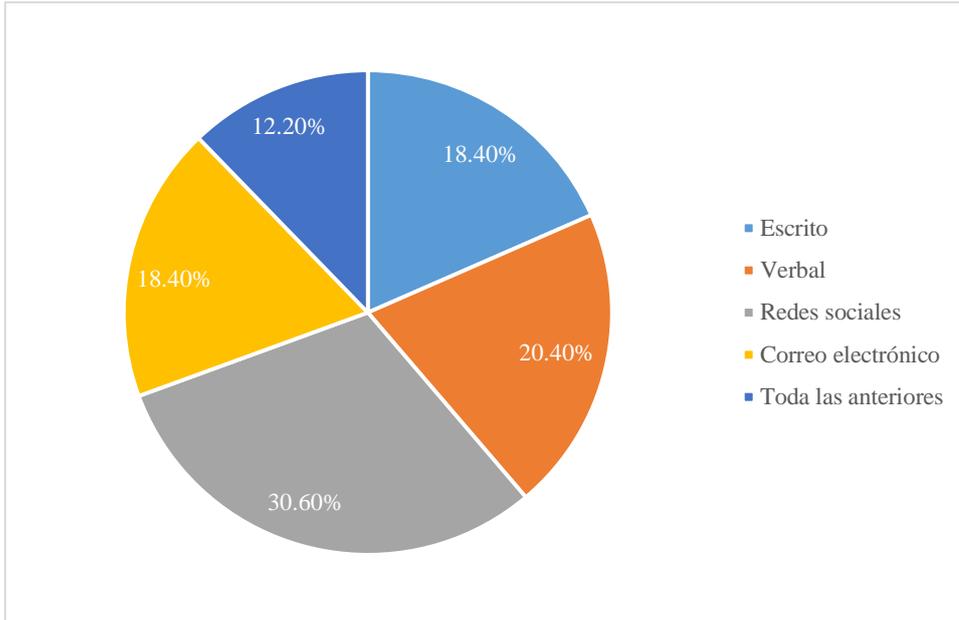
**Fuente.** Tabla 3



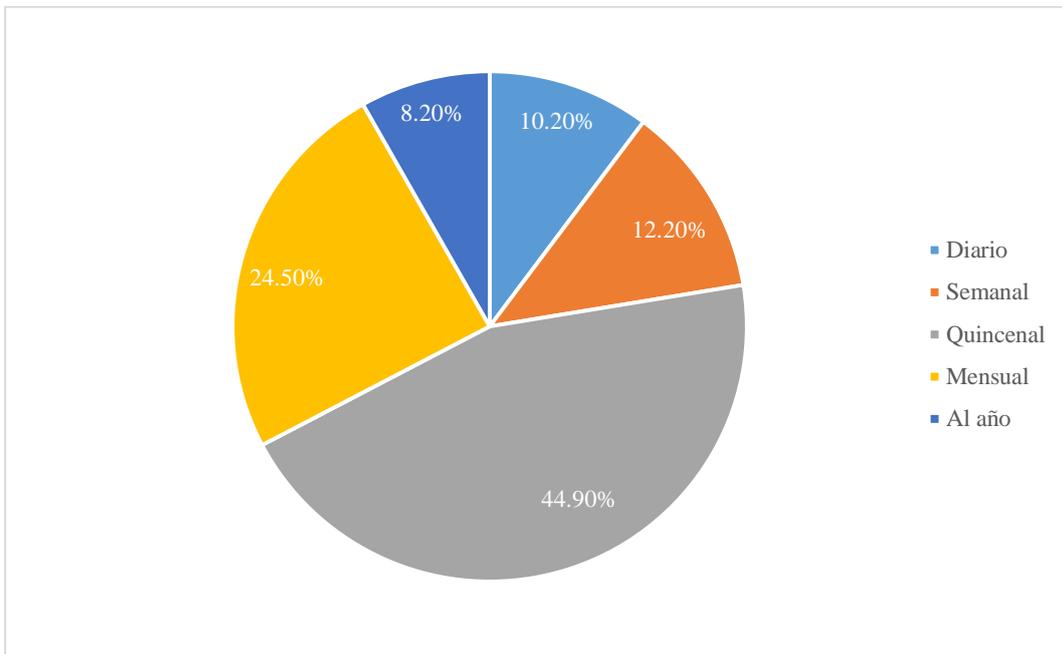
**Figura 13. Soluciones**  
**Fuente. Tabla 3**



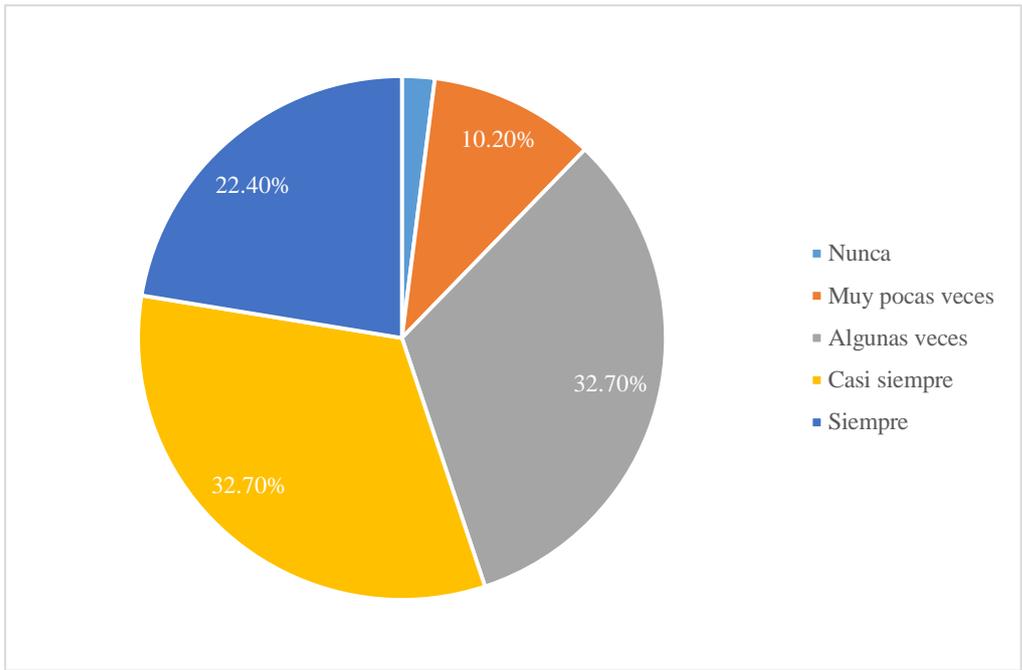
**Figura 14. Plan de mejora**  
**Fuente. Tabla 3**



**Figura 15.** Canal de comunicación  
**Fuente.** Tabla 3

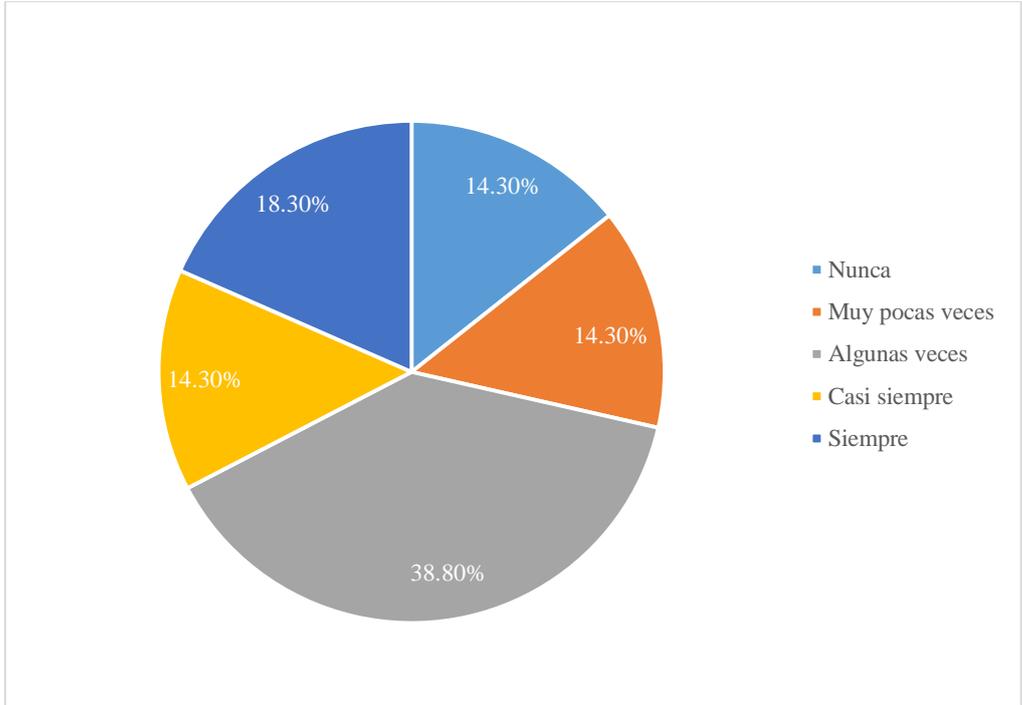


**Figura 16.** Supervisión  
**Fuente.** Tabla 3



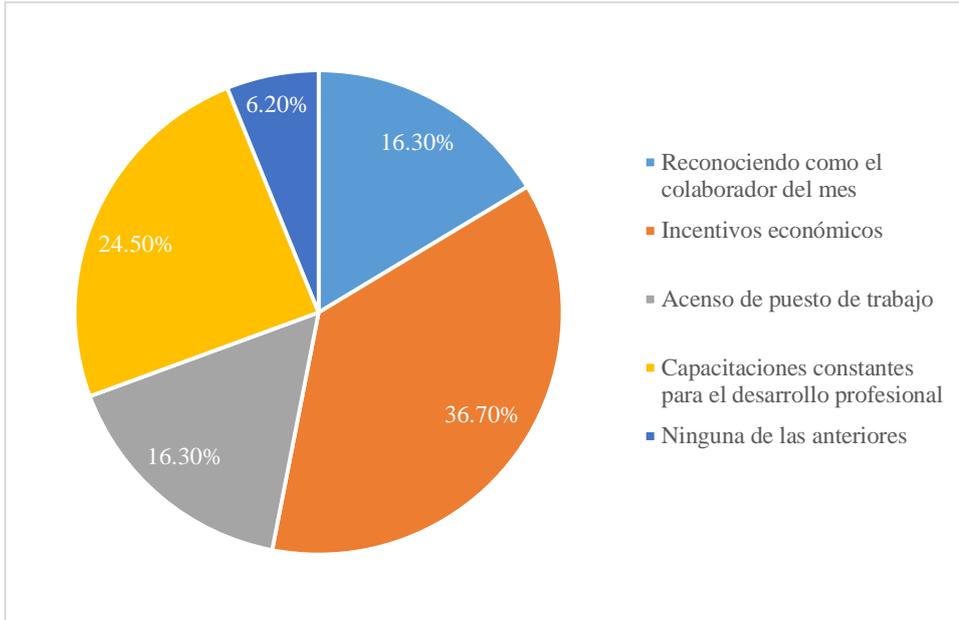
**Figura 17.** Bienestar y tranquilidad de los colaboradores

**Fuente.** Tabla 3

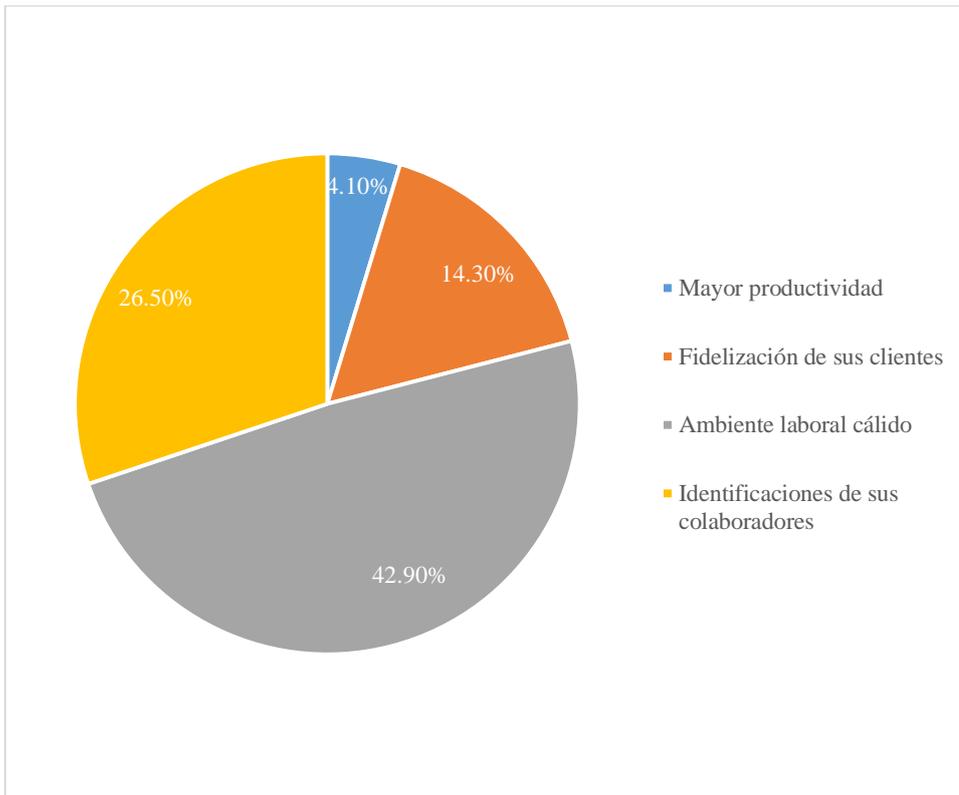


**Figura 18.** Opinión de los colaboradores

**Fuente.** Tabla 3



**Figura 19.** Desempeño de los colaboradores  
**Fuente.** Tabla 3



**Figura 20.** Logros  
**Fuente.** Tabla 3

## Resumen de Coincidencia turnitin

turnitin

ELSA VERÓNICA POMAR GUERRERO TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA MOTIVACIÓN DE FREDERICK HERZBERG Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO CORTE DE CABELLO PEINADOS-SALÓN DE BELLEZA EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2018.

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

**AUTORA**  
POMAR GUERRERO, ELSA VERÓNICA  
CODIGO ORCID: 0000-0003-2664-2485

**ASESOR**  
CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

Resumen de coincidencias

0 %

No existen fuentes comentadas para esta referencia.