



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES
RELEVANTES DE LA MOTIVACIÓN PARA LA
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO
VENTA AL POR MENOR DE CALZADO EN EL
DISTRITO DE YUNGAY, 2019

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

AUTORA

PEREZ BARROSO, JUDITH ROXANA

ORCID: 0000-0003-3831-0867

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Pérez Barroso, Judith Roxana

ORCID: 0000-0003-3831-0867

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

MORILLO CAMPOS YULY YOLANDA

Presidenta

LIMO VÁSQUEZ MIGUEL ÁNGEL

Miembro

CERNA IZAGUIRRE JULIO CESAR

Miembro

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS

Asesor

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento está dirigido a quien ha forjado mi camino y me ha dirigido por el sendero correcto, a Dios, el que en todo momento está conmigo ayudándome a aprender de mis errores y a no cometerlos otra vez. Eres quien guía el destino de mi vida. Te lo agradezco, padre celestial.

Gracias a Dios por darme salud y mucha bendición, también agradecer a la Universidad católica los Ángeles de Chimbote, a los docentes gracias por su apoyo incondicional, por brindarnos los conocimientos y experiencias, también agradecer a los representantes de las empresas del rubro de venta de calzado en el distrito de Yungay, para el logro de mis objetivos.

DEDICATORIA

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; recordarme que todo se puede lograr con perseverancia y esfuerzo. y muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que incluye este. Me formaron con reglas y valores, me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos, a mis hermanos por sus consejos y apoyo moral, muchas gracias madre, padre y hermanos.

Dedico mi tesis a mis padres Flora Barroso y Benedicto Pérez, por su apoyo incondicional, por haberme formado con buenos valores, constantemente recordarme que todo se puede lograr con perseverancia y esfuerzo. Agradecer siempre sus buenos consejos.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Incorporar las mejoras de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019. La investigación fue diseño no experimental – transeccional - descriptivo; la población y muestra está representada por 25 Mypes; utilizando el cuestionario estructurado por 28 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: el 52,00% de los representantes tienen entre 31-50 años de edad, el 64,00% de los representantes son femenino, el 28,00% de los representantes tienen el grado de superior no universitario, el 84,00% es dueño de las Mypes, el 56,00% desempeña el cargo más de 7 años, el 56,00% tienen más de 7 años en el mercado, el 100% de los representantes cuenta de 0-3 trabajadores, el 40,00% de los representantes establece objetivos, el 68,00% de los representantes planifica estrategias para el cumplimiento de sus objetivos. La investigación se concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas que fueron encuestados la mayoría es de sexo femenino con una edad entre 31 a 50 años y con un grado de instrucción secundaria completa y superior no universitaria, las 25 micro y pequeñas empresas son los mismos dueños quienes manejan el negocio, tienen 7 a más años tanto como en el cargo y permanencia en el mercado, así mismo su empresa está constituida como persona natural y quienes trabajan son familiares

Palabras clave: Gestión de calidad, Mejora, Motivación, Zapaterías

ABSTRACT

The general objective of the research was: To incorporate the improvements of the relevant factors of motivation for quality management in micro and small companies in the commerce sector, footwear retail sector in the Yungay district, 2019. The research was non-experimental - transectional - descriptive design; the population and sample is represented by 25 Mypes; using the questionnaire structured by 28 questions; obtaining the following results: 52.00% of the representatives are between 31-50 years of age, 64.00% of the representatives are female, 28.00% of the representatives have a non-university higher degree, the 84.00% owns the Mypes, 56.00% holds the position for more than 7 years, 56.00% have more than 7 years in the market, 100% of the representatives have 0-3 workers, 40.00% of the representatives establish objectives, 68.00% of the representatives plan strategies for the fulfillment of their objectives. The research concludes that the representatives of the micro and small companies that were surveyed are the majority of women with an age between 31 and 50 years and with a degree of complete secondary and non-university higher education, the 25 micro and small companies are the same owners who run the business, have 7 or more years as much as in the position and permanence in the market, likewise their company is constituted as a natural person and those who work are family members

Keywords: Quality management, Improvement, Motivation, Shoe stores

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Agradecimiento y dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
2.1. Antecedentes.....	7
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	15
III. HIPÓTESIS.....	36
IV. METODOLOGÍA.....	37
4.1. Diseño de la investigación.....	37
4.2. Población y muestra.....	37
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	40
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	41
4.5. Plan de análisis.....	41
4.6. Matriz de consistencia.....	42
4.7. Principios éticos.....	43
V. RESULTADOS.....	44
5.1. Resultados.....	44
5.2. Análisis de resultados.....	50
VI. CONCLUSIONES.....	65
Aspectos complementarios.....	66
Referencias Bibliográficas.....	67
Anexos.....	70

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019	51
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019	52
Tabla 3. Características de la gestión de calidad con el uso de la motivación en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019.....	53
Tabla 4. Plan de mejora de la motivación como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019.....	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad

Figura 2. Género

Figura 3. Grado de instrucción

Figura 4. Cargo que desempeña

Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo

Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro

Figura 7. Número de trabajadores

Figura 8. Tipo de constitución de la empresa

Figura 9. Ingreso promedio mensual

Figura 10. Vínculo con los trabajadores

Figura 11. Actividad que realiza para el cumplimiento de metas

Figura 12. Tipo de planificación para el cumplimiento de objetivos a largo plazo

Figura 13. La estrategia que utiliza para elaborar su plan de trabajo

Figura 14. Actividad que realiza para la propuesta de mejora

Figura 15. La estrategia que emplea para evaluar resultados

Figura 16. Verifica sus actividades planificadas

Figura 17. Que realiza frente al logro de sus beneficios deseados

Figura 18. Realiza la verificación de sus logros

Figura 19. Que motivación le impulsaría para el logro de sus objetivos

Figura 20. Requisitos para alcanzar un ascenso

Figura 21. Utiliza tácticas para el logro de la efectividad

Figura 22. Que realiza para buen ambiente laboral

Figura 23. Relación laboral con los colaboradores

Figura 24. Comprende las necesidades y problemas de sus colaboradores

Figura 25. El personal de su empresa está satisfecho

Figura 26. Posee el poder del experto

Figura 27. Aplica el control preventivo

Figura 28. Toma decisiones operativas

I. INTRODUCCIÓN

Luego de un período de expansión, la economía mundial entró en un período de crisis energética en la década de 1970, que para muchos países latinoamericanos significó un período de endeudamiento externo para cubrir sus déficits comerciales y financiar programas de inversión pública debido a la importancia de la economía estatal.

La importancia de las PYMES para el Perú fue de gran escala, dadas las limitaciones de su economía y la magnitud de la pobreza, por lo que en 1997 la contribución de las micro y pequeñas empresas a la creación de empleo representó el 75,9% del total de la población económicamente activa (PEA). De este 75,9%, el 95 por ciento de la creación de empleo se concentró en pequeñas empresas denominadas "microempresas" y sólo el 5,0% se concentró en pequeñas empresas.

Las PYMES son empresas con características distintivas y tienen dimensiones con ciertos límites profesionales y financieros establecidos por los estados. Las PYME juegan un papel importante en las economías de todos los países. En los países de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos), suelen tener entre el 70% y el 90% de los empleados en este grupo de empresas.

La gestión de calidad implica la satisfacción del cliente, pero también tiene que ver con la producción y/o prestación de servicios, que deben ser idóneos para el cliente que está en la búsqueda de satisfacer una necesidad; se sabe que las grandes empresas aplican políticas de gestión de calidad, las medianas empresas hacen lo mismo; pero la realidad nacional nos hace ver que en las micro y pequeñas empresas no se preocupan por este tema.

Presumimos que por desconocimiento de los beneficios a largo plazo que generan, otro factor es la informalidad con la que operan dichas organizaciones, también está la improvisación de los propietarios y administradores que poco o nada saben acerca de la gestión de calidad. En nuestra localidad también somos testigos de estas deficiencias pues no se tiene una visión empresarial y se manejan sin mayor criterio las micro y pequeñas empresas imposibilitando así su crecimiento y progreso.

La mejora es un proceso de carácter indispensable en toda organización empresarial, se pone énfasis en la capacidad que poseen las empresas para progresar y evolucionar de manera adecuada y eficiente en la búsqueda y obtención de la calidad en todos los procesos que implica.

Para lograr la optimización de los productos o servicios que ofrece una determinada empresa se debe prestar especial atención en cada una de las etapas de producción, es cierto que las empresas manufactureras son más meticulosos en este sentido pues están en la búsqueda constante de ahorrar costos de producción, sin embargo en la actualidad son muchas más organizaciones empresariales quienes vienen adoptando esta filosofía en vista de los efectos positivos que generan no solo en la empresa sino de manera indirecta en los clientes o usuarios, el entorno social y geográfico donde se ubica la organización, etc.

Podemos mencionar que el sector de empresas que prestan servicios no está ajeno a estos aspectos que conforman una adecuada política empresarial, ya que todo tipo de empresas ya sea de producción o de prestación de servicios, micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, están condicionados a mejorar día con día y colmar las expectativas principalmente de sus clientes.

La propuesta de mejora de la motivación como factor relevante para la gestión de calidad permite alcanzar posiciones de mercado, competitivas y financieras más fuertes. Simultáneamente, el proceso de difusión ha revelado una fructífera aproximación de la Gestión de la Calidad al resto de funciones empresariales y directivas, que se ha plasmado en la integración de sistemas de gestión varios que incluyen desde la Gestión de la Calidad a la gestión de la prevención de riesgos laborales, la gestión de los recursos humanos, la gestión ética y la gestión medioambiental y en la convergencia de la Gestión de la Calidad con la Dirección Estratégica (Camison, Cruz , & Gonzales, 2006)

Por lo mencionado líneas arriba surge de manera inevitable el planteamiento del problema el cual enunciamos de la siguiente manera:

¿Cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019?

Por ende, para responder a la interrogante planteada formulamos el siguiente objetivo general: Incorporar las mejoras de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019

Asimismo, para materializar nuestro objetivo general es necesario plantear los objetivos específicos siguientes:

- a) Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019.
- b) Identificar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019.
- c) Definir las principales características de la gestión de calidad con el uso de la motivación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019.
- d) Proponer un plan de mejora de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019.

El presente informe de tesis de investigación se justifica porque nos permitirá conocer las características más resaltantes del uso de la motivación en aplicación a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, está justificado porque nos brindará nuevos conceptos y definiciones de gestión de calidad, plan de mejora y su aplicación en las micro y pequeñas empresas para su crecimiento y desarrollo en los diferentes ámbitos donde se ubican.

Otra causa justificante es que permitirá a los gerentes de las micro y pequeñas empresas aplicar la gestión de calidad y plan de mejora con el uso de la motivación.

Factibilidad, nuestra investigación será útil para ampliar nuestro conocimiento y ampliar nuestra visión con respecto a los conceptos que manejamos en la actualidad de gestión de calidad plan de mejora y uso de la motivación, dichos conceptos serán aplicados y llevados a la práctica conforme a los requerimientos empresariales.

Viabilidad, esta investigación servirá como antecedente y base teórica para futuros trabajos de similar naturaleza. Esta investigación no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, por el contrario, la beneficiará, todo el proceso investigativo se llevará con estricta observancia y respeto de los principios éticos de confidencialidad.

La metodología de investigación fue de tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo porque describió la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretendió analizar, ya que consiste en plantear lo más relevante de un hecho o situación concreta. Además, examinó las características del tema a investigar, definirlo y seleccionar la técnica para la recolección de datos y las fuentes a consultar, y en la investigación se determinó las principales características de incorporar las mejoras en la motivación como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019 (Hernández 2014)

Los resultados El 52,0% de los representantes de las empresas de venta de zapatos tienen de 31 a 50 años de edad, resultado que coincide con Rojas (2018) que refiere que el 36,4% de los representantes tienen entre 31 a 40 años de edad; coincidiendo con Ore (2019) que el 71,4% de los representantes tienen 31 a 50 años de edad; coincide también con Marín (2017) que el 50,0% tienen 41 a 50 años; y coincide con Matías (2019) que el 37,3% de los representantes tiene 31 a 50 años de edad; contrastando con Cordova (2020) que el 66,7% de los representantes tienen de

51 a más años. En su mayoría los representantes de este tipo de negocios son personas adultas de 31 a 50 años de edad, con experiencia, compromiso, predisposición a los cambios y responsabilidad para administrar su negocio.

El 64,0% de los representantes de las MYPES son femeninos, el resultado concuerda con Rojas (2018) que el 52,7% de los representantes son femeninos, y coincide con Ore (2019) que el 64,3% de los representantes son femeninos, también coincidiendo con Flores (2019) que el 60,0% de los representantes son mujeres, contrastando con Marín (2017) que el 86,7% de los representantes son masculinos, con los resultados se puede concluir que hoy en día tenemos más representantes de las MYPES del sexo femenino. Se comprueba que la mayoría de los representantes son mujeres y podemos decir que las mujeres se están integrando al negocio de las micro y pequeñas empresas del rubro zapatería.

El 28,0% de los representantes tienen superior universitario, coincide con Marín (2017) que el 56,7% tienen superior universitario, y coincide con Rojas (2018) que el 50,0% tienen estudios universitarios y el 28,0% secundaria, coincidiendo con Cordova (2020) que el 55,6% tienen estudios secundarios, también coincide con Flores (2019) que el 46,7% tienen estudios secundarios, así mismo coincide con Ore (2019) que el 42,8% de los representantes tienen el grado de estudios secundarios y el 28,0% estudios primarios, coincide con Quispe (2019) que el 46,67% tienen estudios primarios, contrastando con Robles (2020) el 37,14% de los representantes tienen el grado de superior no universitario. Los representantes tienen estudio superior universitario, que ya tienen conocimientos administrativos para el crecimiento de su empresa, como también tenemos representantes con estudios secundarios y primarios que aun realizan una administración empírica.

En conclusión, los representantes de las micro y pequeñas empresas que fueron encuestados la mayoría es de sexo femenino con una edad entre 31 a 50 años y con un grado de instrucción secundaria completa y superior no universitaria.

Las 25 micro y pequeñas empresas son los mismos dueños quienes manejan el negocio, tienen 7 a más años tanto como en el cargo y permanencia en el mercado, así mismo su empresa está constituida como persona natural y quienes trabajan son familiares que son de 0 a 3 trabajadores.

Los representantes de las micro y pequeñas empresas establecen objetivos, organizan lluvia de ideas, reúne recursos para el cumplimiento de sus metas, así mismo planifica estrategias para sus objetivos a largo plazo, como también elabora su plan de trabajo para el crecimiento de su empresa, realiza nuevas estrategias para su propuesta de mejora también utiliza monitoreo, recolectar información, revisiones estadísticas para la evaluación de sus resultados, como también realiza el control, seguimiento y medición de desempeño para la verificación de las actividades planificadas.

Los representantes realizan la mejora continua en cada uno de sus beneficios deseados, el representante genera compromiso para la verificación de sus logros, la empresa fija metas para impulsar el logro de sus objetivos, se utiliza la creatividad, interés en aprender y un trabajo en equipo para poder obtener un ascenso, la calidad, la evaluación y el incremento de ingresos son tácticas que se emplea para el logro de la efectividad, así mismo la comunicación y los valores mantienen un buen ambiente de trabajo, también son buenas las relaciones en el centro de trabajo, casi siempre el representante comprende las necesidades y problemas de sus colaboradores, el representante siempre percibe si el personal se encuentra satisfecho en el centro de trabajo, así mismo a veces el representante posee un poder del experto como también siempre se realiza el control preventivo en la empresa, así mismo casi siempre se realizan decisiones operativas.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Pacheco (2019) en su investigación propuesta de mejora de la motivación laboral como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la calle derecha cuadra 1 a 9 del distrito de Huaral, 2018, tesis para optar el título profesional de licenciado en administración en la universidad católica los ángeles Chimbote, su objetivo general fue Proponer las mejoras de la motivación laboral como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Calle Derecha cuadra 1 a 9 del distrito de Huaral, 2018. La metodología se basa en un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, con un diseño no experimental y de corte transversal. La población y muestra estuvo conformada por 34 MYPE. A quienes se les aplicó una encuesta mediante un cuestionario de 24 preguntas. Se obtuvo los siguientes resultados: Representantes de las MYPE: 41% tienen entre 61 a 50 años de edad. 68% son de sexo femenino. 35% tienen educación secundaria. 79% son dueños de la MYPE. Sobre las MYPE: 50.0% tienen entre 4 a 6 años de permanencia en el mercado. 56.0% tienen 2 trabajadores. 35.0% son persona natural. Sobre la gestión de calidad: 62% algunas veces practican la gestión de calidad. 56.0% hace seguimiento muy pocas veces a los procesos. 65.0% muy pocas veces mejora la calidad. 62.0% muy pocas veces implementa técnicas de mejora continua. Sobre la motivación laboral: 62.0% casi siempre se identifican con la organización. 62.0% de los trabajadores algunas veces cumplen con los objetivos. 62.0% de las MYPE muy pocas veces promueve la premiación de trabajadores. 65.0% muy pocas veces recompensa a los trabajadores. 53.0% algunas veces hace reconocimientos en el cumpleaños de trabajador. 56.0% muy pocas veces promueve un buen ambiente laboral.

Cordova (2020) en su investigación caracterización de la motivación y atención al cliente en las Mype sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura año 2018, tesis para optar título profesional de licenciada en administración en la universidad católica los ángeles Chimbote, su objetivo general fue conocer los beneficios que genera la motivación y atención al cliente en las MYPE en el sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura departamento de Piura año

2018, se utilizó una metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. Las unidades de estudio económicas son 5 MYPE (Hoteles) es decir 30 trabajadores en total de las 5 MYPE y una muestra de 143 clientes, la técnica empleada fue de encuestas y el instrumento de recojo fue un cuestionario elaborado con diferentes preguntas, para trabajadores y clientes estas preguntas fueron de escala nominal agrupadas de acuerdo a las variables de la investigación motivación y atención al cliente. Se determinó que la mayoría de MYPE a las que se estudió sí brindan capacitaciones eventuales de motivación a sus colaboradores logrando que ellos se desempeñen satisfactoriamente en sus labores, por otro lado, respecto a los clientes la mayoría de estos indico que el personal encargado de la atención al cliente sí les brinda un buen servicio y de calidad. Actualmente las empresas trabajan mucho con el tema de la buena atención al cliente ya que es así que se puede generar la fidelidad de estos.

Marín (2017) en su investigación *motivación laboral y desempeño laboral en el centro de salud la Huayrona 2017*, Lima, tesis para optar el grado académico de maestra en gestión de los servicios de salud en la universidad César Vallejo, su objetivo general fue determinar la relación que existe entre la motivación laboral y el desempeño laboral en el centro de salud la Huayrona 2017. El tipo de investigación fue descriptivo, correlacional. El enfoque que presenta es cuantitativo. El diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal. La muestra fue constituida por 48 trabajadores del Centro de Salud la Huayrona. Para realizar la medición se destinó la aplicación de dos instrumentos, donde el primero fue para motivación laboral, que lleva por nombre test de motivación laboral y el segundo para el desempeño laboral, llamado de desempeño laboral. Estos mismos instrumentos fueron previamente validados por tres expertos en la materia.

Después de la etapa de recolección y procesamiento de datos, se realizó el correspondiente análisis estadístico, apreciando la existencia de una relación $Rho=0,806$ entre las variables: motivación laboral y desempeño laboral. Este grado de correlación indica que la relación entre las dos variables es positiva y es directamente proporcional, lo que quiere decir que, al aumentar el valor de una variable, también lo hará la otra y viceversa. En cuanto a la significancia de $p=0,000$ muestra que p es

menor a 0,05 lo que permite señalar que la relación es significativa, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Robles (2020) en su investigación *la motivación y el desempeño laboral, en la empresa: Belen motor's, Huánuco, 2020*, tesis para optar el título profesional de licenciada en administración en la universidad católica los ángeles Chimbote, su objetivo general fue Determinar cómo la motivación influye en el desempeño laboral, en la empresa BELEN MOTOR'S. Huánuco, 2020. El tipo de investigación que se desarrolló es cuantitativo a nivel descriptivo, al cual se le aplicó un diseño de investigación descriptivo – correlacional, El universo objeto de estudio, está conformado por 11 empleados de la empresa: BELEN MOTOR'S, la que también representa la muestra. Para recolectar los datos de nuestra investigación, se aplicó un cuestionario de 12 preguntas, la cuales abordan el análisis de 06 dimensiones que son: Recompensas extrínsecas, Recompensas intrínsecas, Calidad de vida en el trabajo, Productividad, Reconocimiento laboral y Comunicación en el ámbito laboral. Con la ayuda del programa de IBM SPSS v22, se procesaron los datos recogido y se elaboraron las tablas y figuras de los resultados. Estos resultados evidencian la relación positiva que existe entre la motivación y el desempeño laboral y las hipótesis planteadas se pudieron corroborar a través del estadístico del Chi Cuadrado de Pearson. Como conclusión general, podemos decir que se comprobó que la motivación influye de manera positiva en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa BELEN MOTOR'S, esto se corroboró a través de medios estadísticos como la aplicación del estadístico Chi – cuadrado de Pearson.

Matías (2019) en su investigación *motivación y el desempeño laboral en la empresa grifo racing E.I.R.L., distrito de amarilis, provincia y región Huánuco, 2019*, tesis para optar el título profesional de licenciada en administración en la universidad católica los ángeles Chimbote, su objetivo general fue determinar el grado de relación que existe entre la Motivación y el Desempeño Laboral en la empresa Grifo Racing E.I.R.L., Distrito de Amarilis, Provincia y Región Huánuco, 2019. La investigación es de tipo no experimental, nivel correlacional, el diseño empleado es descriptivo correlacional. La población se encuentra constituido por los colaboradores de la empresa “Grifo Racing E.I.R.L”, Distrito de Amarilis, Provincia y Región Huánuco, conformado por

el Gerente, Administrador, Contador, y operarios que suman un total de 16 colaboradores; la muestra es universal censal conformado por el total de población, la técnica utilizada es la encuesta y como instrumentos se tienen dos cuestionarios que midieron a la Motivación y el Desempeño laboral que se encuentran conformado por 9 ítems por cada uno de los mismos que fueron validados por juicios de los expertos cuyas alternativas de respuestas están en la escala de Likert, esta finalidad se determinó mediante el estadígrafo Alfa de Crombach. El resultado principal indica que la relación es significativa entre la Motivación y el Desempeño laboral en la empresa “Grifo Racing E.I.R.L”, el índice de correlación de Spearman indica que ambas variables están relacionadas en un 0.544 con un nivel de significancia del 0.000, lo cual indica que existe una alta relación, mientras más motivados se encuentren los colaboradores serán más productivos.

Diaz (2017) en su investigación *la motivación y el desempeño laboral de los trabajadores en la municipalidad distrital de Cajay-Huari, 2017*, tesis para optar el título profesional de licenciado en administración en la universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, su objetivo general fue determinar de qué manera la motivación incide en el desempeño laboral de los trabajadores en la Municipalidad Distrital de Cajay - Huari, año 2017. Métodos: La población de estudio fueron 44 trabajadores, profesionales, técnicos y auxiliares, se utilizó el instrumento de medición de actitudes de escala de Likert. Considerándose como dimensiones: Intensidad, dirección, persistencia. La confiabilidad de los instrumentos de medición fue validada mediante el coeficiente alfa de Cronbach. Resultados: A un nivel significativa de 0.01, con un valor de $P = 0.000$ y una correlación de Pearson de 79,5% de relación entre la motivación y el desempeño laboral. Conclusiones: los resultados obtenidos demuestran según la significancia asintótica (bilateral) de 0.000, donde es menor que 0.05, aceptando la hipótesis alterna, donde la motivación incide significativamente en el desempeño laboral, con una correlación positiva considerable de 79.5%, entre motivación y desempeño laboral.

Ore (2019) en su investigación *propuesta del manejo de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro recreos turísticos del barrio de Conchopata, distrito de Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2019*. Tesis para optar el

título profesional de licenciado en administración en la universidad católica los Ángeles Chimbote, filial Ayacucho, su objetivo general fue describir los factores relevantes de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro recreos turísticos del barrio de Conchopata, distrito de Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2019. La población está conformada por 10 recreos turísticos del barrio de Conchopata. Para la recolección de datos se aplicó el cuestionario, está elaborado por 18 preguntas cerradas, cuyas alternativas fueron sí, no y tal vez, del análisis de los datos se obtuvo que el 32.52% siente que trabaja por obligación, el 49.59% tiene una Buena relación con su jefe, el 60.98% no recibió palabras de felicitaciones o elogios por el trabajo que realiza, el 65.85% no cuenta con contrato de trabajo lo que genera que los trabajadores se sientan inseguros e inestables en sus puestos de trabajo. Conclusiones; la mayoría de los recreos turísticos del barrio de Conchopata no se preocupa por motivar a sus trabajadores, no elabora contratos de trabajo y esto genera que sus trabajadores no se comprometan al 100% con la empresa.

Salirrosas (2019) en su tesis titulada *Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las Mypes del sector comercial, rubro tienda de venta de calzado para damas, distrito de Callería, año 2019*, Universidad los Ángeles Chimbote sede Pucallpa, tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, tuvo como objetivo general determinar la gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las Mypes del sector comercial, rubro tienda de calzado para damas, distrito de Callería, año 2019; cuyo planteamiento de problema se enfocó en la gestión informal como modelo de dirección. La metodología de investigación fue de naturaleza mixta y de nivel descriptivo; el diseño de la investigación fue no experimental, transversal y descriptiva que permitió conocer detalles de la gestión y los procesos administrativos. Con la aplicación de la técnica de encuesta y un cuestionario estructurado de 17 preguntas se entrevistó a los microempresarios que en su mayoría son del sexo femenino (86,7%); la gestión carece de misión, visión y valores (60,0%); existe una orientación al cliente y mejora continua, pero sin trabajo en equipo; es decir, la coordinación de esfuerzos internos (empresa y colaboradores de la organización) y externos (la empresa con proveedores y otras entidades como las autoridades locales). Respecto a los procesos administrativos, las microempresarias consideran que el soporte “no existe” (66,7%) de planeación, organización, dirección

y control. Es ineficaz (20,0%) porque algunas Mypes dirigen sus procesos administrativos sin el seguimiento respectivo como por ejemplo el proceso de planificación y su respectiva retroalimentación (27,3%). Como conclusión de la investigación llegamos a que, si bien el aspecto comercial es prioritario, es necesario priorizar la calidad del proceso administrativo como principal soporte, el cual se limita por falta de conocimiento de los microempresarios.

Barrientos (2018) en su investigación *caracterización del liderazgo y la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de ropa femenina, distrito de Ayacucho, 2018*, Universidad Católica los Ángeles Chimbote sede Ayacucho, tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, tuvo como objetivo general Describir las principales características del liderazgo y la motivación laboral en las MYPE de venta de ropa femenina en el distrito de Ayacucho, 2018. Se empleó la metodología de investigación de tipo descriptivo, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a los objetivos. La población estuvo conformada por 20 MYPE, basado en una muestra para las variables liderazgo y motivación laboral de 20 representantes o líderes de las MYPE, se empleó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario de 22 preguntas para ambas variables. Como conclusión con respecto al liderazgo se determinó que el uso de las capacidades de la inteligencia emocional y la comunicación asertiva son muy importantes para los líderes para identificar las emociones correctamente con respeto y actitud para lograr mayores beneficios y satisfacción en el trabajo para lograr un objetivo común; en relación a los elementos de la motivación laboral se rescata que el trabajo en equipo, el clima organizacional y la motivación extrínseca e intrínseca son capacidades que tienen las empresas para mantener el estímulo positivo de sus empleados, respecto a realizar sus actividades con responsabilidad, disciplina, compromiso y calidad en un ambiente sin conflictos. Finalmente, se pudo concluir describiendo las características entre el liderazgo y motivación laboral de acuerdo a la percepción de los representantes de las MYPE y según las respuestas obtenidas de los instrumentos.

Flores (2019) en su investigación *propuesta de mejora de la motivación como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector*

comercio – rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del mercado virgen del Carmen, distrito de imperial, provincia de cañete, 2018, Universidad Católica los Ángeles Chimbote sede Lima, tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, tuvo como objetivo general Proponer las mejoras de la motivación como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del Mercado Virgen del Carmen, Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, 2018. La metodología de esta investigación fue de tipo Cuantitativa. El Nivel fue descriptivo, el diseño de la investigación fue No experimental y transversal, Para que, se llevara a cabo este estudio se tomó una muestra poblacional de 15 representantes de la MYPE del Mercado Virgen del Carmen, a quienes se le aplicó un cuestionario con 25 preguntas, a través de la encuesta se obtuvo los siguientes resultados: 60.0% de los representantes de las MYPES tienen de 31-50 años, el 60.0% son de sexo femenino, el 46.7% tienen secundaria como grado de instrucción, el 86.7% son los dueños de la empresa, el 60% tienen más de 9 años trabajando en la empresa. Sobre las Mypes, el 33.3% cuentan con 3 trabajadores en su empresa, el 100% de las empresas tienen como objetivo de generar ganancias, el 53.3% de las personas que laboran en la empresa son familiares y no familiares, el 66.7% de las empresas no están formalizadas. Sobre la Gestión de Calidad, el 40.0% planifica sus objetivos que desea conseguir en el último año, el 46.7% Cuenta con un Plan Estratégico, el 46.7% Cumple con un Plan de Gestión, el 53.3% realiza flujo de caja, el 73.3% realiza seguimientos a los procesos de venta, el 60.0% evalúa los resultados con lo planificado, el 46.7% realiza Plan de mejora Continua, el 66.7% controla la atención al cliente durante el proceso de venta, el 33.3% hace un reconocimiento al, cumplir con las metas, 53.3% cumple con el horario establecido en el trabajo, 46.7% brinda seguridad laboral brinda un trato digno a sus trabajadores, el 66.7% brinda beneficios sociales, el 53.3% Cumple puntualmente con las remuneraciones de acuerdo al puesto de trabajo, el 80.0% existe una buena relación con sus compañeros de trabajo.

Quispe (2019) en su investigación *gestión de calidad en la capacitación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura-rubro fabricación de calzado, distrito de Florencia de mora parte baja, 2018*, Universidad católica los Ángeles Chimbote sede Trujillo, tesis para optar el título profesional de licenciada en

administración, tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad y plan de mejora en la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector manufactura-rubro fabricación de calzado, distrito Florencia de Mora parte baja, 2018. El tipo de investigación es cuantitativa, nivel descriptivo y diseño no experimental-transversal-descriptivo. Se obtuvo una población de 20 Mypes y la muestra de 15 Mypes. Para la recolección de datos, se usó un cuestionario de 25 preguntas y se aplicó la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: 80% son dueños, 100% su objetivo es generar ganancias, 40% tienen poco conocimiento de gestión de calidad, 47% usa la evaluación para medir el rendimiento de su personal, 80% no se capacitó antes de crear su empresa, 53% no se ha capacitado en los últimos años, 80% se ha capacitado de 01 a 03 veces, 60% considera a la capacitación como inversión, 53% no capacita a su personal, 60% no utiliza ninguna técnica para capacitar a su trabajadores, el 67% no capacita por falta de dinero, el 53% no sabe si la capacitación mejora el rendimiento por que no capacita a su personal. Se llegó a la conclusión que los representantes tienen poco conocimiento sobre gestión de calidad por lo cual no conocen técnicas de gestión, pero son conscientes que la calidad de su producto debe mejorar, por último, no capacitan a su personal por falta de dinero, pero consideran que la capacitación es una inversión.

Rojas (2018) en su investigación *gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector textil rubro sastrería del centro comercial bahía center en la ciudad de Chimbote*, 2016, Universidad católica los Ángeles Chimbote, tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, su objetivo general fue determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil rubro sastrería del Centro Comercial Bahía Center en la ciudad de Chimbote. La investigación fue de tipo cuantitativo nivel descriptivo, diseño no experimental, I. Se obtuvo una muestra de 10 Micro y Pequeñas Empresas a quienes se aplicó un cuestionario de 15 preguntas, mediante técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados.: El 70% tiene entre 31 a 50 años, el 70% son de género masculino, el 50% tienen estudios superiores universitarios, el 90% son dueños del negocio y el 50% se desempeñan en el cargo de 07 a más años. El 60% tiene de 07 a más años de permanencia en el rubro, el 100% es formal, el 90 % tienen de 01 a 02 trabajadores, el 100% se crearon para generar

ganancias. El 100% conoce el término Gestión de Calidad, el 100 % conoce de la técnica de Gestión de Calidad de servicio de atención de calidad al cliente, el 70% aplicó mínimo una vez técnicas de Gestión de Calidad en el último año, el 100% percibe que aplicar la gestión de calidad ayuda en la productividad y posicionamiento de la empresa, el 100% ha logrado percibir mayores ingresos después de aplicar Gestión de Calidad.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Gestión de calidad

El sistema de gestión de la calidad beneficia a las empresas en la mejora de sus procesos, gracias al lema de mejora continua. Es un proceso formal que se utiliza para revisar las actividades, los productos y los servicios de una empresa para identificar áreas que pueden requerir mejoras de calidad. Esto es obligatorio en todas las líneas de negocio, independientemente del tamaño de la organización. QMS se basa en el principio de mejora continua. Cuando se implementa de manera efectiva, es posible aumentar de manera sostenible el valor económico y la calidad de lo que se ofrece a los clientes. Los sistemas de gestión de calidad (QMS) proporcionan una estructura para hacer las cosas con precisión, eficiencia y eficacia. Independientemente del tamaño de la empresa, ayudan a las estrategias a corto y largo plazo para que la empresa funcione sin problemas (DiMaria, 2016).

La gestión se entiende como la secuencia de acciones que realiza una organización con la misión de gestionar un negocio o resolver un problema. Cuando se trata de calidad, es una característica positiva que expresa superioridad sobre sus pares. Estos dos conceptos se combinan en procesos empresariales u organizativos para llamar a la gestión de calidad un aspecto esencial de la actividad empresarial para satisfacer a los clientes de forma eficiente. También conocido como sistema de gestión de la calidad, es un conjunto de actividades que se realizan sobre recursos, documentos, procedimientos coordinados con estándares que la empresa puede gestionar su calidad de manera organizada. Su misión se centra en la mejora continua de la calidad (Riquelme, 2017).

En el libro la gestión destacada de la calidad: las técnicas energéticas en el esquema de la ejecución, la perfección en un medio de gestión de calidad, así mismo brota en los años del 80s teniendo en cuenta nuevas orientaciones que tiene como consideración la calidad y un semblante más trascendental, teniendo como prioridad el progreso duradero de los métodos, así como en las insuficiencias y agrado de los consumidores, teniendo como oportunidad competitiva para la organización dentro del cual se tiene ventaja razonable y perdurable. Las nuevas concepciones de la gestión de calidad, emprende la calidad como nuevas oportunidades y latentes en todo el desarrollo de la compañía para perfeccionar y organizar la diferencia entre relaciones frente a sus competencias (Alvarees, 2016).

Además, la aplicación de herramientas de gestión de calidad asegura la lealtad del cliente, esto conduce al crecimiento del negocio y esto a su vez conduce a un mayor flujo de caja, empleados satisfechos, lugar de trabajo saludable, etc. Deshágase de los procesos innecesarios que hacen perder el tiempo de los empleados y no contribuyen en nada a la productividad de la empresa. En cambio, la gestión de la calidad hace que los empleados hagan su trabajo en menos tiempo, ayuda a reducir el desperdicio y el inventario, permite a los empleados trabajar en estrecha colaboración con los proveedores e integra el tiempo en su filosofía empresarial (Cuatrecasas, 2017).

Hoy, frente a las exigencias de un mercado cada vez más competitivo y dinámico, las empresas están obligadas a monitorear constantemente sus operaciones. La producción no es suficiente; necesitas analizar, revisar y mejorar. Estos procesos de mejora se conocen como sistemas de gestión de la calidad, que no son más que un conjunto de medidas que se toman dentro de una organización para incrementar la calidad de los productos o servicios. El sistema más conocido en el sistema de la familia ISO-9000, que es un referente mundial en este campo al establecer los estándares mínimos que deben cumplir las empresas en términos de calidad y eficiencia (Iso, 2017).

La gestión de calidad se lleva acabo las implantaciones en todo el desarrollo que realiza la empresa de manera que se realiza con una buena planificación, control, mejora y protección de la calidad, esto nos conlleva a realizar y utilizar un método muy amplio como un dispositivo del reloj, teniendo en cuenta que la calidad siempre está presente en los reglamentos y políticas de la organización, pero tendremos dificultades si

fallamos en el cumplimiento de las reglas y políticas que no cumplan la calidad requerida donde tendría una falencia para tener una gestión de calidad, por ende, la organización tiene que recurrir a los caudales más óptimos y viables que tenga y que les permita cumplir todas las políticas y trabajar con calidad en todas las áreas de la empresa (Griful, 2002)

La calidad posee como objetivo primordial que la organización desempeñe de manera congruente con todas las áreas y con ese carácter nos asegure que sus servicios y productos sean sujetos a una especificación y cumpla el estándar de calidad fijado previamente, que permiten a cada miembro de la empresa. Por ende, los colaboradores de la empresa logren estar en simultaneidad con los conceptos y su puesta en práctica deben ser conscientes y educados del equipo de negocios y de los objetivos que la empresa desea alcanzar con equipo (Iso, 2017).

La gestión de la calidad en la empresa es el conjunto de procedimientos que emprende la empresa con el fin de lograr los objetivos propuestos relacionados con la calidad de los productos ofertados. Es decir, es una parte de la administración de empresas que debe tener en cuenta otros aspectos como la gestión ambiental, la gestión social, la gestión financiera y la gestión de recursos humanos, entre otros. Cabe señalar que la gestión de la calidad de su empresa debe cumplir con las necesidades de la demanda, es decir, las necesidades de sus clientes, que el producto debe dominar y mejorar desde el punto de producción inicial hasta la distribución (Cuatrecasas, 2017).

La gestión de la calidad forma parte de la gestión empresarial, como la gestión financiera, la gestión de recursos humanos, la gestión medioambiental, etc. No debe considerarse un sistema aislado. Su objetivo es llevar a cabo medidas para implementar la política y lograr los los objetivos de la organización relacionados con la calidad, con una estrategia capaz de transformar la misión, visión y valores en políticas, así como lograr metas y procedimientos efectivos de mejora continua. Desde la decisión de implementar un sistema de gestión de calidad EMS para la organización, se deben planificar las fases del proyecto. Uno de los más arduos es el referido a la documentación de la organización, pues si no se mantiene un trabajo sistemático es su formación, entonces es agotador identificar las mínimas deficiencias en cada proceso para cumplir con los requisitos de NC-ISO.9001:2008 (Gil, 2010).

Importancia de la calidad

Castillo (2015) muestra que los beneficios deben definirse y que nos sirven para satisfacer todas las necesidades del cliente y hacer mejor las cosas.

- Características de gestión de calidad.
- Desde el principio se garantiza en el pleno cumplimiento del trabajo y en la compra de materiales.
- Los consumidores están dirigidos a sus necesidades, acuerdos y perspectivas, así como al servicio y diseño de cada producto.
- Se trata de las prioridades y el nivel de participación de los colaboradores en los términos y acata las nuevas innovaciones tecnológicas.

Estándares de calidad

La adopción de estándares de calidad es un factor crítico para el éxito en los mercados locales y globales. Ayuda a las empresas a sobrevivir en una economía altamente agresiva, que requiere la aplicación de estándares técnicos por parte de los fabricantes o empresas de servicios, en cualquier parte de la cadena de producción; si quieren lograr un posicionamiento comercial eficaz y eficiente de sus productos, los estándares de calidad, bien considerados, contribuyen a la libre circulación de bienes y servicios tanto a nivel nacional como internacional y a mejorar la competitividad empresarial (rugel, 2018).

Los estándares no son más que niveles mínimos y máximos deseados, o niveles aceptables de calidad que deben ser el resultado de un trabajo, actividad, programa o servicio. En otras palabras, el estándar es el estándar técnico que se utilizara como factor de evaluación de la calidad. Una vez que las actividades están programadas para resolver el problema de gestión, los departamentos de calidad deben definir los estándares de calidad para el resultado o los resultados esperados (Losavio, 2015).

Los miembros del equipo de coordinación de la gestión de la calidad de la unidad de salud y los representantes de los usuarios internos y externos del programa de atención integral en el que se identifiquen problemas deben participar en el desarrollo de los estándares. Se debe tener cuidado de que los estándares no se vean afectados por lo

que los empleados están haciendo actualmente, y ellos son responsables de administrar o implementar la actividad, componente o programa problemático. Los estándares deben ser monitoreados y evaluados periódicamente, y los indicadores deben ser aplicados para ver si la calidad está garantizada (Castillo, 2015).

Procesos de la calidad de Gestión

El estándar ISO 9000 es un manuscrito que reconoce los términos de los Sistemas de Gestión de Calidad. Los procesos especiales manejan las exigencias del estándar ISO 9001 2015 y, por definición, un proceso es un acumulado de acciones recíprocamente vinculadas o interactivas. Convertir elementos de entrada en resultados. Al igual que con cualquier otro negocio, existen diferentes procesos: casi cualquier persona puede contabilizarlo, comprar materiales de construcción, contratar a un empresario o aprobar ordenes de las compras de un cliente (Gonzalez, 2016).

La combinación para un proceso de ingreso, después de que se crea la salida, se realiza una serie de eventos utilizando esta entrada. Para el ejemplo contable anterior, el proceso contable recibirá gastos, ingresos, informes de compra y creará o modificará los registros de cuenta necesarios, y finalmente generarán informaciones financieras para la administración y la consideración de los socios (Gonzalez, 2016).

Indica los consiguientes procesos.

Evolución de la situación actual: Para tener una implantación exitosa desde el principio, es preciso saber la realidad de una empresa mediante los estudios. Teniendo en cuenta el lugar de partida, se debe determinar el objetivo de calidad a lograr mediante la implementación del sistema de gestión y establecer los objetivos.

Pautas para determinar las pautas a seguir en esta evaluación, ¿en qué etapa se encuentra la empresa? ¿Estás listo para un cambio? ¿Tienes un sistema de proceso? ¿Qué tan lejos quieres ir? Además, en esta época, se deberá escoger a una persona que tenga claras sus perspectivas de complacencia hacia el usuario para garantizar el cumplimiento, porque en última instancia son los objetivos que concluyente del sistema de gestión de calidad ISO 9001 (Gonzalez, 2016).

Análisis de los procesos de la empresa: Es preciso saber que se llevan a cabo los procesos dentro de la empresa y cómo se ven afectados por diferentes jurisdicciones; como también la protección de un sistema de gestión de calidad diseña mejorar las técnicas, de modo que cuando están bien definidos, se pueden realizar revisiones e itinerarios de calidad, lo que facilita el ajuste para lograr una mayor eficiencia (Cenobio y Méndez, 2016).

Documentación necesaria para la certificación: En la actual investigación de la norma ISO, existe un compromiso de preparar un Manual de calidad. Debe reflejar qué hacer con la política de calidad de la compañía en cualquier nivel y qué medidas tomar.

Comunicación y capacitación del personal: consiste en mantener una buena relación del personal administrativo y la gerencia de manera que se pueda sobrellevar una buena comunicación, así mismo realizar las capacitaciones necesarias y actualizar al personal para mayor logro de los objetivos (Gonzalez, 2016).

Auditoría interna y Revisión: Gonzalez (2016) después de que el sistema de gestión de calidad comienza a acumularse dentro de la empresa, se recomienda realizar una auditoría interna para verificar que está funcionando. La auditoría interna de calidad debe llevarse a cabo regularmente, pero es muy útil primero identificar cualquier error u oportunidad de mejora que pueda implementarse antes de la certificación, que puede implementarse dentro del sistema de gestión de calidad y para garantizar el bienestar del usuario.

Aplicación de medidas correctoras: En el proceso de que se detecten errores en las auditorías internas, se deben tomar medidas correctivas para eliminar las insuficiencias detectadas. En este sentido, la mejora continua es particularmente relevante para la norma ISO 9001. El objetivo es mejorar el rendimiento de la empresa mediante la identificación de alternativas para lograr los objetivos. Cuando parte del proceso se define como resultado positivo, asimismo debe fortalecerse (Cenobio y Méndez, 2016).

Curso de sistemas de gestión de calidad: La técnica primordial en la que se fundamenta el estudio y el valor de un sistema de gestión de calidad como un medio para perfeccionar la actividad de una empresa e incrementar el bienestar del cliente; así mismo responder a discreciones pedagógicas basadas en las posteriores regulaciones (Cenobio y Méndez, 2016).

Objetivos a cumplir con un curso de sistemas de gestión: El curso tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes los requisitos básicos de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001 2008. El estudiante también debe aprender los nueve principios que determina un sistema y también la gestión de la calidad será posteriormente definir los objetivos, el alumno comprenderá el sistema de gestión de calidad basado en:

La mejora continua de la prestación es el bienestar del usuario y la gestión de procesos: está diseñado específicamente para el profesional que desea aprender a utilizar un sistema de gestión de calidad, profesionales que desean estudiar el tema o aquellos que desean conocer estos conceptos. Quienes quieran renovar sus Sistemas de Gestión de Calidad y certificados (Gonzalez, 2016).

Certificado del sistema de gestión de calidad: Si la empresa efectúa las precisiones de la norma ISO 9001 porque no existe una no conformidad, recibirá la norma ISO 9001, por lo adverso, volverá a elegir tener un sistema de gestión de calidad certificado si se encuentran no conformidades dentro de los 30 días (Ochoa, 2016).

El movimiento del sistema de gestión de la organización tiene que someterse a auditoría periódica de inspección interno para verificar que no haya desviaciones de las exigencias de la norma ISO 9001. La certificación ISO 9001 es válida tres años antes, la norma de calidad debe renovarse cuando este período expire. Si necesita un certificado de su sistema de gestión de calidad, contáctenos. En CTMA, revisamos personalmente cada caso para cumplir con los requisitos de la norma ISO 9001 requeridos para optimizar su sistema de gestión en línea y obtener la certificación (Ochoa, 2016).

Fundamentos de la gestión de calidad

- Los objetivos primordiales de la empresa es ser el mismo, ser mejor y ser competitivo.
- El factor más relevante son los recursos humanos.
- La indagación, declaración y colaboración en todos los horizontes son esenciales.
- Significa monitoreo constante de resultados y metas de mejora continua.

Ventajas de la gestión de calidad

- Cuatrecasas (2017) en el libro de Gestión de calidad, define las ventajas de la gestión de calidad de la siguiente manera:
- Clientes para satisfacer las necesidades, expectativas e intereses de los usuarios.
- Se debe valorar lo que hacemos, cómo lo hacemos y bajo qué situaciones.
- Utilice ampliamente herramientas informáticas y métodos de gestión ampliamente probados.
- Todas las áreas de la empresa son incluidas.
- La concentración es muy motivadora.

Modelos de la gestión de calidad

- Camison, Cruz y Gonzales (2006) identifica que las normas ISO 9000 (2016) tienen los subsiguientes elementos:
- ISO 9000 especifica unos conceptos básicos de los sistemas de calidad y nos informa sobre las condiciones de estos sistemas.
- La norma ISO 9001 nos permite conocer los requisitos del sistema de calidad de una empresa, lo cual es necesario para demostrar su capacidad de entregar productos que satisfagan las necesidades que exigen los clientes de cualquier empresa.
- ISO 9004 es un grupo de indicadores que incluye tanto la efectividad como la eficacia de la ejecución del sistema de calidad y la esencia de esta regla es

perfeccionar la empresa y el bienestar del cliente, es señalar, que ambas partes se beneficiarán.

- ISO 19011 es una pauta para auditar e intervenir la calidad y los sistemas ambientales.
- El Premio Malcolm Baldrige fue creado en el Congreso de los Estados Unidos en 1987 como un cambio a la Ley de progreso tecnológico de 1980 y es un medio para difundir un estilo de embarazo porque los ganadores tienden a compartir cada experiencia. Hoy, los criterios de adjudicación han crecido para incluir la perfección empresarial o las predilecciones actuales en la Gestión de Calidad Total.
- El modelo EFQM está gestionado por la disposición actual en la gestión de calidad; En coordinación con los proveedores, la suma de personal como miembros clave, decisiones gestionadas bajo procesos y fenómenos, innovación, consistencia y liderazgo con objetivos, mejora continua, que conducen a deducciones y compromiso social.
- En el modelo de gestión medioambiental, existen dos opciones para implementar la gestión medioambiental en Europa: la gestión electrónica europea o la auditoría ecológica (EMAS) y la norma de la UNESCO en ISO 14001.

Principios de Gestión de calidad

Gestión de calidad (ISO 9001/2015) Según nuestro autor, describe que es una pieza fundamental que lidera con éxito una empresa que tiene como objetivo desarrollarse positivamente en todas las áreas. (Cenobio y Méndez, 2016)

Cenobio y Méndez (2016) que la gestión de calidad tiene ocho principios y se utilizará en la alta dirección para ayudar a la empresa a mejorar el rendimiento.

Principio 1. Enfoque al cliente: la organización promueve el contacto directo con los clientes y realiza la recopilación de informaciones sobre la expectativa del cliente, luego determinara la calidad que se le desea brindar, así mismo esta información está disponible internamente en la empresa y las diferentes actividades que realizan las personas (todas las personas, tanto proveedores como clientes, internos o externos). Todo el sistema de calidad debe centrarse en aumentar la satisfacción del cliente, que debe medirse de manera objetiva.

Principio 2. Liderazgo: El liderazgo se expresa en la participación activa y la reflexión de la gerencia al establecer buenos canales de comunicación y proporcionar los recursos necesarios para que el personal realice su trabajo adecuadamente.

Principio 3. Participación del personal: la buena gestión depende de las personas que son el núcleo de las organizaciones. El personal debe tener los conocimientos necesarios para beneficiar las metas de la organización.

Principio 4. Enfoque basado en los procesos: son conjuntos de dinámicas o acciones que traen capitales para transformar recursos en productos de valor agregado para clientes fuera de dentro de la empresa.

Principio 5. Enfoque de sistema para la gestión: define, comprende y gestiona los procesos relacionados como un sistema que contribuye la eficiencia y eficacia de la organización y el logro de objetivos.

Principio 6. Mejora continua: el objetivo de la empresa requiere un monitoreo periódico de los resultados y un ajuste continuo de los procesos en la búsqueda de la innovación.

Principio 7. Toma de decisiones basada en hechos: la decisión se debe definir en base a datos y el análisis de los datos en el sistema de la gestión de calidad; así mismo deben tomarse medidas y realizar una mejora continua de los procesos, y el sistema de calidad proporciona la información racional y efectiva requerida para esto.

Principio 8. Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: la empresa al tener buena relación con sus proveedores mejorará la actividad y compromiso de ambas partes y tener una estrecha comunicación con ello se creará valor interpersonal y mejorar la actividad económica de ambas partes.

El enfoque es relevante para:

- Identificación y selección de proveedores claves.
- Se compartirá informaciones y planes futuros.

- Aumentar la capacidad de la creación de valor para ambas partes.
- Mejorar costos y recursos.
- Incluir a los distribuidores en la asistencia de servicios.

TQM es una contribución importante para cualquier tipo de organización, ya que facilita el cambio cultural. Al aplicar sus principios, la empresa puede aclarar su misión, identificar y mejorar procesos y servicios, optimizar la utilización de recursos y aumentar la satisfacción del usuario (Iso, 2017).

Descripción del ciclo de Deming

Cuatrecasas (2017) explica que el ciclo de PHVA (planear, hacer, verificar y actuar) es muy útil para configurar y establecer cualquier proyecto jerárquico de mejora de la calidad y la eficiencia en una organización. En este período, también conocido como Shewhart, ciclo de Deming o ciclo de calidad, un plan (plan) se desarrolla objetivamente y se aplica en profundidad, aplicado a pequeña escala o como prueba. Se ajusta al resultado esperado (verifica) y actúa en consecuencia, de acuerdo con lo antepuesto, generalizando si el plan está funcionando y tomando medidas preventivas o reestructurando el plan para que la mejora no sea reversible. Porque los resultados no fueron satisfactorios porque el ciclo comenzó nuevamente (p. 38).

Cuatrecasas (2017) sostiene que los programas y proyectos de mejora deben estructurarse para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes mediante la obtención de procesos productivos con una teoría simple que contribuya a la gestión de una empresa (pág. 24).

Estrategias del ciclo PHVA

a) Planear: En esta etapa, se tuvieron en cuenta las siguientes actividades: en su lugar, se definieron la visión que establece el deseo u objetivos de la recuperación a largo plazo; especifique cuál es el objetivo y hacia dónde desea ir en un momento específico; Cuando se establece el objetivo, preparar un diagnóstico para conocer la situación en la que la empresa se encuentra actualmente en diferentes etapas, para caracterizar un problema o área de mejora; elegir el más efectivo y más relevante;

Más adelante: se establece que la teoría servirá para resolver el problema y contribuirá a la mejora óptima de los procesos; Posteriormente, se prepara un plan de trabajo y una aplicación relacionada; así mismo comprobar la teoría elegida para resolver los problemas (Cuatrecasas, 2017, pág. 32).

- b) Hacer:** Cuatrecasas (2017) establece que la segunda fase es básicamente un plan de trabajo cuidadosamente preparado, que controla el seguimiento y garantiza el cumplimiento del programa de mejora propuesto.
- c) Verificar:** Cuatrecasas (2017) los resultados se evalúan, confirman y comparan con las actividades planificadas; Después de la creación y visualización de los resultados, se estableció sistemáticamente.
- d) Actuar:** Se requiere una acción para completar estas etapas, llamado ciclo de Deming. Esto significa que, si se pueden obtener los beneficios deseados al evaluar los resultados, los cambios obtenidos para garantizar y mantener los beneficios obtenidos deben documentarse sistemáticamente. Si no se pueden lograr los resultados programados, algunas actividades se volverán a evaluar hasta que se logren los beneficios esperados (Cuatrecasas, 2017, pág. 46).

Ventajas del PHVA

Entre las ventajas que se pueden observar en la teoría PHVA están las siguientes: La mejora continua permite la prueba de procesos. El individuo o el equipo de trabajo tienen una gestión de rutina, contribuye al desarrollo de nuevos productos, permite el desarrollo del vendedor, contribuye eficazmente a la solución de problemas, promueve el desarrollo de recursos humanos, determina la calidad de la gestión de proyectos (Cuatrecasas, 2017, pág. 46).

Motivación

El término motivación se origina del latín movere (moverse). Sin embargo, esa palabra es obviamente inadecuada. Una breve selección de definiciones representativas indica cómo se usa el término, La motivación, según Harold Koontz es un término general

aplicado a una amplia gama de impulsos, deseos, necesidades y poderes similares (Koontz, 2015).

Actualmente, muchas organizaciones no se han dado cuenta de lo importante que es para ellos la motivación, ya que el alcance de sus objetivos depende en gran medida de esto, es un elemento clave para el éxito empresarial; a pesar de esto, hay muchas organizaciones que trabajan sin prestar atención al factor humano (Koontz, 2015).

La motivación es el impulso que empuja a la persona a actuar de cierta manera, es decir, conduce a un determinado comportamiento. Esta orientación a la acción logra ser desencadenada por una instigación externa, provenir del entorno o producirse interiormente por los procesos mentales de la persona. Es decir, un factor, elemento, cosa, situación, todo lo que es un individuo que hace que alguien se comporte así. La causa del comportamiento puede ser causada por la persona o el entorno circundante (Stoner, 2015)

Las definiciones anteriores tienen elementos comunes y para los propósitos de esta investigación, la motivación se define como un proceso que comienza con estímulos internos y/o externos y a menudo produce diversas acciones y respuestas en individuos con logros propios o empresariales. Por lo tanto, es extremadamente importante suponer que la motivación dentro de la organización es como un factor importante en el que es necesario indicar la necesidad de alentar a las personas y los grupos a lograr su mejor desempeño. Por otro lado, es de suma importancia que la motivación sea lo más positiva posible para satisfacer las necesidades tanto individuales como organizacionales (Stoner, 2015).

Chiavenato (2016) la motivación se define habitualmente como una actuación dirigida hacia un objetivo con un fin en particular, lo cual nos da como resultado la satisfacción. Define la motivación como el primer paso que nos lleva a la acción. Entiendo esta definición como que para que el individuo realice sus acciones este debe de estar motivado, de lo contrario hay que empujarlo al igual que un carro cuando este se apaga, para que pueda realizar las acciones.

Logro

Según (Chiavenato, 2016) son impulsos que estimula para la consecución de objetivos y metas, las personas miden su logro según sus éxitos o fracasos cuando muestran la competencia y en seguir alguna meta que se propone, con ello se puede agrupar a personas según los logros que desean alcanzar.

Afiliación

Según (Chiavenato, 2016) es un poder que tienen las personas para interrelacionarse con los compañeros que les rodean ya sea en el trabajo, sociedad, comunidad, familia y que tengan una comunicación eficiente entre ellos. Es un impulso para interrelacionarse socialmente con los compañeros de trabajo.

Poder

Según (Chiavenato, 2016) incidir en las personas, asumiendo riesgos tomando las riendas y cambiando situaciones dentro de la organización. El poder es una capacidad de influir en las personas es la forma que un líder extiende su poder e influencia en los demás y se logra con responsabilidad.

La motivación en el trabajo

La motivación en los colaboradores de una empresa es vital porque se la darán a todos para un propósito personal u organizacional. La motivación laboral se da sobre la relación entre recompensa y desempeño; porque tales incentivos agregan valor o reconocimiento a las tareas asignadas. Un personal altamente motivado aporta ideas creativas e innovadoras a la empresa que pueden traer éxito a la organización (Chiavenato, 2016).

Causas de motivación

Los motivos pueden agruparse en diversas categorías:

- a) Primero, hay razones racionales y emocionales.
- b) Las razones pueden ser egocéntricas o altruistas.

- c) Las razones pueden ser atractivas o rechazadas dependiendo de si dejan de hacer algo por los demás o si dejan de hacer algo que se está haciendo o se podría hacer

Características de la Motivación

Entre las principales características de la motivación, que pueden mencionarse fácilmente están:

- A medida que aumenta el deseo o la necesidad, aumentará la motivación. - La motivación supera las razones.
- El comportamiento individual y el comportamiento son factores que afectan directamente el nivel de motivación e individual.
- La motivación permite el desarrollo de nuevas soluciones y creatividad.
- A través de la motivación, es posible crear nuevos planes de interacción entre individuos.
- De hecho, en base a estas cinco características, se puede decir efectivamente que un buen líder debe saber cómo motivar a su subcoordinador.

Evolución histórica de la motivación laboral

Motivación laboral, en el viejo mundo europeo, en 1700, donde decenas y cientos de viejos talleres artesanales fueron producidos por máquinas de trabajo, convertidas en fábricas; las relaciones fáciles y simples entre el maestro y sus asistentes fueron complejas y las numerosas tareas tuvieron que ser coordinadas por un gran número de personas, y cada una pensó de manera diferente, comenzó la baja productividad y la falta de trabajo. Se refiere a unos pocos como una alternativa a los conflictos, falta de comprensión entre las personas, falta de motivación, baja productividad e indiferencia; es una opción que proporciona mediaciones entre el interés del empleador y las expectativas o necesidades de los colaboradores, porque cuando hay pocas personas trabajando, las relaciones son complicadas y debe usarlo para reflejar su mente, tomar decisiones y comunicarse (Torres, 2015).

A principios del siglo XVIII, con el inicio de la industrialización y la desaparición de los talleres artesanales, esto condujo a una mayor complejidad en las relaciones

personales en el lugar de trabajo, una deducción en el rendimiento y un aumento en la falta de motivación de los colaboradores (Torres, 2015).

Para aliviar las circunstancias, había que alcanzar un equilibrio entre los intereses de los empleadores y los intereses de los trabajadores. En 1920, cuando se creó la Organización Internacional del Trabajo (OIT), comenzó a tenerse en cuenta lo importante que es el bienestar de los colaboradores y comenzó la reglamentación sobre las situaciones de trabajo (Torres, 2015).

Para la Classic School of Management, la motivación empresarial era un problema fácil de resolver porque se supone que un ser humano racional y está impulsado por el deseo de escapar del hambre y aumentar las ganancias. Por lo tanto, si se puede establecer una herramienta para combinar el beneficio con el rendimiento, se puede obtener un mecanismo de motivación altamente eficiente; así mismo la Escuela de Relaciones Humanas revela mayores diferencias en este sentido, al comprender la complejidad, la socialización y la amplitud de las necesidades, y se detalla una parte importante de la primordial teoría de la motivación humana en esta Escuela (Torres, 2015).

Casi todo el comportamiento humano está motivado. Las necesidades y los impulsos crean situaciones de tensión interna que actúan como entradas para que el organismo analice su entorno e intente satisfacer esa necesidad; aunque los patrones de comportamiento cambian (necesidades individuales, valores sociales y capacidad individual), el proceso es el mismo para todas las personas: causa comportamiento (causa interna o externa, herencia y/o entorno); el comportamiento está motivado por impulso, deseo, necesidad o disposición, y el comportamiento siempre se dirige hacia un propósito. Debemos agregar que no hay una persona promedio. Los individuos son únicos; tienen diferentes necesidades, diferentes ambiciones, diferentes actitudes, diferentes responsabilidades, diferentes niveles de conocimiento y habilidades, diferentes potenciales; debe comprender la amplitud y particularidad de las personas (Torres, 2015).

Importancia de la motivación laboral

La motivación se define como un proceso en el lugar de trabajo que activa, dirige, energiza y mantiene las actitudes de las personas hacia el logro de los objetivos esperados; la motivación se convierte en un factor importante para guiar los esfuerzos, la energía y el comportamiento general de los empleados hacia el logro de objetivos que conciernen a la empresa y a la misma persona (Torres, 2015).

Por lo tanto, es importante conocer las razones que fomentan el movimiento humano en el lugar de trabajo, ya que, al manejar la motivación, los gerentes o administradores, entre otras cosas, el funcionamiento adecuado de sus organizaciones e integrantes se sienten más orgullosos (Torres, 2015).

Clasificación de las teorías motivacionales

Se han hecho muchas definiciones sobre la motivación laboral, variables que motivan a las personas a realizar una tarea. Inclusive en las mismas clasificaciones hechas a partir de estas teorías aparecieron en la década de 1950, un periodo productivo en el perfeccionamiento de estas definiciones de la motivación; durante este tiempo, se crearon las teorías más conocidas sobre la motivación de los empleados (Torres, 2015).

Hay dos clasificaciones de contenido y teorías de proceso detalladas a continuación:

Teorías de contenido

Concentran su atención en principios de cada una de las personas; responde la pregunta ¿Por qué causa motivación? Estas teorías explican la satisfacción laboral, el comportamiento del trabajador y los sistemas de recompensa (privado) para identificar las necesidades individuales; existen las siguientes teorías en esta clasificación.

Teoría de la Jerarquía de Maslow

Es una de las teorías motivacionales más populares propuestas por Abraham Maslow en 1943, afirmando que existe una jerarquía de cinco necesidades humanas: fisiológica, seguridad, social, respeto y autorrealización; una vez que se satisfaga una

de estas necesidades, ya no será un elemento de motivación para el individuo, y la otra será la dominante.

- a) Necesidades fisiológicas; estos incluyen alimentación, líquidos, refugios, satisfacciones sexuales y otras demandas físicas; se trata de persistencia.
- b) Necesidades de seguridad, resguardo contra riesgo físico y emocional y trata de buscar protección contra amenazas y/o privaciones y evitar el riesgo.
- c) Necesidades de relación o conformidad; amor sentido de pertenencia, tolerancia y amistad.
- d) Necesidad de estima. Se necesita respeto y los factores internos de la autoestima, la autonomía y los logros, estos incluyen factores de pronóstico externo como el reconocimiento y la atención; estos están relacionados con la autopercepción y evaluación de un individuo.
- e) Necesidades de autorrealización. Expresa crecimiento, alcanzando el máximo potencial de cada individuo, la autosatisfacción son las mayores necesidades; esto sucede solo cuando otras necesidades están relativamente satisfechas.

Para Maslow, (1954) citado por (Rivera, 2015) estas categorías de relación están posicionadas jerárquicamente de modo que una de las necesidades se habilita solo después de que se cumpla el nivel inferior; solo cuando la persona logra satisfacer las necesidades más bajas, las más altas ingresan gradualmente, sin embargo, la motivación está habilitada para satisfacerlas.

Teoría X-Y de McGregor (1960)

Douglas McGregor propuso dos posiciones diferentes para ver personas: una es básicamente negativa, la teoría X y la otra es básicamente positiva y según autor.

La teoría X está respaldada por tres supuestos:

- a) A las personas no les gusta el trabajo y lo evitan tanto como sea posible.
- b) Como no les gusta trabajar; deben ser forzados, controlados y amenazados por sanciones para lograr los objetivos establecidos.
- c) Las personas derivadas de lo anterior preferirán ser tratadas para evitar la seguridad, con poca ambición y sobre buscar seguridad.

La teoría Y está respaldada por seis supuestos:

- a) Los empleados pueden tomar el trabajo como algo natural, como descansar o entretenerse.
- b) Tanto los hombres como las mujeres practicarán una buena autodirección y autocontrol siempre que se comprometan con los objetivos de la organización.
- c) Este compromiso se otorgará en proporción a la importancia de las recompensas o premios otorgados por su cumplimiento.
- d) Las personas buscan y aceptan responsabilidad siempre que estén en condiciones suficientes.
- e) Usan un alto grado de imaginación, ingenio y creatividad en la resolución de problemas.

Micro y Pequeñas Empresas

Las micro y pequeñas empresas, es una unidad económica que consiste en una persona real o jurídica bajo cualquier organización o gestión empresarial destinada a llevar a cabo sus actividades, extracción, conversión, producción, comercialización o prestación de servicios previstos en legislación vigente (Stumpo, 2018).

Características de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

En este sentido las micro, pequeñas y medianas empresas deben determinar la categoría de negocio correspondiente de acuerdo con sus niveles de ventas anuales:

- a) **Microempresa:** ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- b) **Pequeña empresa:** ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- c) **Mediana empresa:** ventas anuales superiores a 587917.

Tipos de microempresa

La microempresa posee una clasificación otorgada por el Libro Blanco de la Microempresa, que la divide en tres grupos:

- a) **Microempresa de subsistencia:** se considera una micro iniciativa de subsistencia, aquellos que tienen baja eficiencia en sus ejercicios que cubren solo el consumo instantáneo; la micro iniciativa de subsistencia es la más común en América Latina y en el caso de Perú, subempleo y evasión fiscal (Dongo, 2018, pág. 7).
- b) **Microempresa de acumulación simple:** las microempresas acumulativas son generadoras de ingresos que cubren los costos son proporcionar un retorno suficiente al emprendedor para realizar nuevas inversiones, por lo general una microempresa que comienza sus actividades está en este grupo (Dongo, 2018, pág. 7).
- c) **Microempresa de acumulación ampliada:** las microempresas con acumulaciones son empresas de alta eficiencia que les permiten realizar nuevas inversiones para desarrollar la empresa; se caracterizan por aumentar su productividad al invertir en innovaciones tecnológicas y trabajadores expertos (Dongo, 2018, p.42).

2.3. Marco conceptual

Calidad

Es el conjunto de características y propiedades de un producto o servicio que brinda la capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias; y satisfacer las expectativas del consumidor, tales características o propiedades son entradas utilizadas, diseño, presentación, estética, protección, durabilidad, servicio al cliente, servicio postventas, etc. (Plazuela, 2018).

Gestión

El término se utiliza para referirse al conjunto de acciones a procedimientos que permiten realizar cualquier actividad o deseo; en otras palabras, una administración se refiere a todos los procedimientos llevados a cabo para resolver una situación para implementar un proyecto; la gestión en un entorno comercial o empresarial está relacionada con la gestión de una empresa (Riquelme, 2017)

Gestión empresarial

Es una empresa que intenta aumentar el rendimiento y la competitividad de una organización o negocio; la gestión empresarial es esencial en la dinámica de una economía de mercado, ya que las empresas tienen la oportunidad de analizar diferentes escenarios que respalden a una rentabilidad óptima reflejada en la producción de bienes y servicios (Riquelme, 2017)

Comercio al por menor

Comprende la reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos, destinados para consumo o uso personal o doméstico (consumidor final). Este sector comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin transformación) de bienes de consumo final para ser vendidos a personas y hogares, así como unidades económicas dedicadas solamente a una parte de este proceso (la compra o la venta) (Stumpo, 2018).

Micro empresa

Es una organización pequeña que regularmente produce, comercializa y ofrece servicios con un pequeño número de trabajadores.

Pequeña empresa

Las pequeñas empresas son un activo independiente que no es dominante en su sector, sus ventas anuales en valores no exceden un cierto límite, y la cantidad de personas que las crean es tan rentable como cualquier empresa lo desea; realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras que permitan dedicarse a la producción, conversión y/o prestación de servicios para satisfacer algunas necesidades y deseos existentes en la comunidad (Stumpo, 2018).

III. HIPÓTESIS

En el presente informe de investigación, no se realiza hipótesis, ya que la investigación es de tipo descriptivo y la redacción dependen del factor clave que compuso el alcance inicial estudiado; las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son estas que determinan que su alcance será relacional o ilustrativo, y en otros casos tienen que describirse el propósito de predecir un hecho o un número. El informe de investigación actual es descriptivo, pero, sin embargo, el diseño de correlación no se utilizó en la investigación o explicativos y se esperan mucho menos números; de lo contrario se centran en la descripción de las características, es decir revelan las características de la variable, y por esa razón no se plantea hipótesis (Hernández, 2014)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño fue no experimental y transeccional, porque no se efectuó manipulación intencional alguna de las variables. Según (Hernández 2014) definen a los diseños no experimentales como estudios que se realizan sin manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Además, presentó un diseño no experimental y transeccional, ya que el recojo de datos se realizó en un solo momento, también la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo porque describió la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretendió analizar, ya que consiste en plantear lo más relevante de un hecho o situación concreta.

Según (Hernández 2014) definen la investigación no experimental y transeccional como la recolección de datos en un solo momento y tiempo único donde su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento. Se caracteriza por recoger información una única vez en un periodo delimitado en el tiempo y de una población definida.

4.2. Población y muestra

La población y la muestra censal nos servirá para el estudio a realizar a las empresas que están constituidas por todos los involucrados en el proceso de investigación que tenemos a los 25 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019. La información se obtuvo de la municipalidad provincial de Yungay, área administración tributaria y rentas-2020.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Datos complementarios	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes	Es la persona natural que está encargada de la empresa de administrar, dirigir y planificar estrategias para el crecimiento económico de la empresa.	Edad	- 18 – 30 años - 31 – 50 años - 51 a más años	Cuantitativa
		Género	- Masculino - Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	- Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitaria - Superior universitaria	Nominal

Datos complementarios	Definición conceptual	Dimensiones	indicadores	Medición
Características de las micro y pequeñas empresas	Las PYMES son empresas con características distintivas y tienen dimensiones con ciertos límites profesionales y financieros establecidos por los estados. Las PYME juegan un papel importante en las economías de todos los países. En los países de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos), suelen	Cargo que desempeña	- Dueño - Representante	Cuantitativo
		Tiempo que desempeña en el cargo	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	
		Tiempo de permanencia en el rubro	- 0 a 3 trabajadores - 4 a 6 trabajadores - 7 a más trabajadores	
		Número de trabajadores	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	

tener entre el 70% y el 90% de los empleados en este grupo de empresas.	Tipo de constitución de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - E. I. R. L. - S. A. C. - Persona natural - S. A. A. - S. R. L. 	Nominal
	Ingreso promedio mensual	<ul style="list-style-type: none"> - S/1.00 a S/65, 000.00 - Más de 65, 000.00 hasta 75,000.00 - Más de 75, 000.00 	Cuantitativo
	Vínculo con los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - Familiares - Personas no familiares 	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Gestión de calidad con el uso de la motivación	<p>El sistema de gestión de la calidad beneficia a las empresas en la mejora de sus procesos, gracias al lema de mejora continua. Es un proceso formal que se utiliza para revisar las actividades, los productos y los servicios de una empresa para identificar áreas que pueden requerir mejoras de calidad (DiMaria, 2016)</p> <p>Koontz (2015) sostiene que según McClelland, la motivación del poder, logro y afiliación, incitan a las personas a comportarse en cierto sentido.</p>	Actividad que realiza para el cumplimiento de metas	<ul style="list-style-type: none"> - Establece objetivos - Organiza lluvia de ideas - Reúne recursos necesarios - Todos 	
		Tipo de planificación para el cumplimiento de objetivos a largo	<ul style="list-style-type: none"> - Normativa o tradicional - Situacional - Estratégica - Táctica operacional 	
		La estrategia que utiliza para elaborar su plan de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - Integración - Diversificación - Defensivas - Crecimiento - Estabilidad 	
		Actividad que realiza para la propuesta de mejora	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevas estrategias - Nuevos proveedores - Captación de clientes - Todos 	
		La estrategia que emplea para evaluar resultados	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoreo - Recolectar información - Revisiones estadísticas - Todos 	
		Verifica sus actividades planificadas	<ul style="list-style-type: none"> - Seguimiento - Control - Medición de desempeño - Todos 	
		Que realiza frente al logro de sus beneficios Deseados	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso gerencial - Mejora continua 	

			<ul style="list-style-type: none"> - Seguimiento y medición - Todos 	Nominal
		Realiza la verificación de sus logros	<ul style="list-style-type: none"> - Se identifica con la empresa - Genera compromiso - Busca mejorar de calidad - Todos 	
		Que motivación le impulsaría para el logro de sus objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Fijar metas - Elegir objetivos - Dividir metas - Todos 	
		Requisitos para alcanzar un ascenso	<ul style="list-style-type: none"> - Creatividad - Interés en aprender - Trabajo en equipo - Todos 	
		Utiliza tácticas para el logro de la efectividad	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad - Evaluación del clima laboral - Incrementar ingresos - Todos 	
		Que realiza para buen ambiente laboral	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Empatía - Valores - Respeto - Todos 	
		Relación laboral con los colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> - Mala - Muy mala - Buena - Muy buena 	
		Comprende las necesidades y problemas de sus colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Casi nunca - Algunas Veces - Casi siempre 	

			- Siempre	
		El personal de su empresa está satisfecho	- Nunca - Casi nunca - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	
		Posee el poder del experto	- Nunca - Casi nunca - A veces - Siempre	
		Aplica el control preventivo	- Nunca - Casi nunca - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	
		Toma decisiones operativas	- Nunca - Casi nunca - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Encuesta: es una técnica para la investigación social por excelencia, debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que con ella se obtiene se utilizara para optar información sobre los factores relevantes, de las micro y pequeñas empresas, y la motivación que manejan o utilizan los gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro calzado en el distrito de Yungay (p.314).

Cuestionario: se define que es un instrumento utilizado para la recolección de datos, consta de un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente. Para la obtención de información necesaria y relevante que nos brindara el gerente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro calzado, que con ello obtendremos la información necesaria para analizar en nuestro estudio de investigación (p.315).

4.5. Plan de análisis.

Los datos fueron obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos, acudiendo a los informantes o fuentes los cuales fueron ingresados a los programas especiales de cómputo como MS Word, MS Excel y el programa estadístico SPSS 25 para el procesamiento de datos, la presentación en tablas, figuras y el análisis estadístico.

4.6. Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos	Plan de análisis
<p>¿Cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019?</p>	<p>Objetivo general: Incorporar las mejoras de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019</p> <p>Objetivos específicos - Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019. - Identificar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019.</p>	<p>Gestión de calidad con el uso de la motivación</p>	<p>La población y la muestra censal nos servirá para el estudio a realizar a las empresas que están constituidas por todos los involucrados en el proceso de investigación que tenemos a los 25 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019. La información se obtuvo de la municipalidad provincial de</p>	<p>El diseño fue no experimental (Hernández 2014) definen a los diseños no experimentales como estudios que se realizan sin manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.</p>	<p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>	<p>Los datos fueron obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos, acudiendo a los informantes o fuentes los cuales fueron ingresados a los programas especiales de cómputo como MS Word, MS Excel y el programa estadístico SPSS 25 para el procesamiento de</p>

	<p>- Definir las principales características de la gestión de calidad con el uso de la motivación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019.</p> <p>- Proponer un plan de mejora de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019.</p>		<p>Yungay, área administración tributaria y rentas-2020.</p>	<p>Además, presentó un diseño no experimental y transeccional, ya que el recojo de datos se realizó en un solo momento, también la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo porque describió la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretendió analizar, ya que consiste en plantear lo más relevante de un hecho o situación concreta.</p>	<p>datos, la presentación en tablas, figuras y el análisis estadístico.</p>
--	--	--	--	---	---

4.7. Principios éticos

La investigación, no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario, beneficiará siendo un propósito favorable para las MYPES del distrito de Yungay orientada al éxito.

En la presente investigación se tiene en cuenta los siguientes principios éticos en todo el trabajo de estudio:

Protección a las personas: Se respetó la identidad de los elementos de la muestra, su diversidad, lingüística, su opinión se guardó con absoluta confidencialidad y privacidad, considerando que solamente se utilizaron para efectos de la investigación.

Asimismo, se respetó su participación voluntaria en el estudio, según la información prestada de acuerdo a los objetivos del instrumento de medición, respetando sus derechos fundamentales y en algunos respetando su situación de vulnerabilidad

Beneficencia y no maleficencia: Se aseguró el bienestar de las personas que participaron en el trabajo de investigación; se cuidó de no dañar a las personas, maximizando los beneficios de su información.

Justicia: Comprendió el trato justo antes, durante y después de su participación, se tuvo en cuenta:

La selección justa de participantes. El trato sin prejuicio a quienes rehúsan de continuar la participación del estudio. El trato respetuoso y amable siempre enfocando el derecho a la privacidad.

Integridad científica: Este principio se extendió a todos los trabajadores de las MYPES del Sector Comercio, venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay; que sirvieron como muestra; con base a los principios deontológicos de la profesión de administrador, evitando riesgos potenciales, promoviendo el beneficio del conocimiento a todos los que participaron en el presente estudio

Consentimiento informado y expreso. Se respetó la manifestación libre y voluntaria, informada, inequívoca y específica informándoles que los resultados de la investigación serán de uso solamente para el presente trabajo de investigación.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019

Característica de los representantes	N	(%)
Edad		
18 – 30 años	6	24,0
31 – 50 años	13	52,0
51 a más años	6	24,0
Total	25	100,0
Género		
Masculino	9	36,0
Femenino	16	64,0
Total	25	100,0
Grado de instrucción		
Superior universitaria	7	28,0
Superior no universitaria	4	16,0
Secundaria	7	28,0
Primaria	7	28,0
Sin instrucción	0	0,0
Total	25	100,0
Cargo que desempeña		
Dueño	21	84,0
Representante	4	16,0
Total	25	100,0
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	5	20,0
4 a 6 años	6	24,0
7 a más años	14	56,0
Total	25	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las zapaterías

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019

De la empresa	N	(%)
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	5	20,0
4 a 6 años	6	24,0
7 a más años	14	56,0
Total	25	100,0
Número de trabajadores		
0 a 3 trabajadores	25	100,0
4 a 6 trabajadores	0	0,0
7 a más trabajadores	0	0,0
Total	25	100,0
Tipo de constitución de la empresa		
E. I. R. L.	2	8,0
S. A. C.	3	12,0
Persona natural	20	80,0
S. A. A.	0	0,0
S. R. L.	0	0,0
Total	25	100,0
Ingreso promedio mensual		
S/1.00 a S/65, 000.00	25	100,0
Más de 65, 000.00 hasta 75, 000.00	0	0,0
Más de 75, 000.00	0	0,0
Total	25	100,0
Vínculo con los trabajadores		
Familiares	24	96,0
Personas no familiares	1	4,0
Total	25	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las zapaterías

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de la motivación en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019

Gestión de calidad con el uso de la motivación	N	(%)
Actividades que realiza para el cumplimiento de metas		
Establece objetivos	10	40,0
Organiza lluvia de ideas	1	4,0
Reúne recursos necesarios	0	0,0
Todos	14	56,0
Total	25	100,0
Tipo de planificación para el cumplimiento de objetivos a largo plazo		
Normativa o tradicional	4	16,0
Situacional	3	12,0
Estratégica	17	68,0
Táctica operacional	1	4,0
Total	25	100,0
La estrategia que utiliza para elaborar su plan de trabajo		
Integración	8	32,0
Diversificación	2	8,0
Defensivas	0	0,0
Crecimiento	12	48,0
Estabilidad	3	12,0
Total	25	100,0
Actividad que realiza para la propuesta de mejora		
Nuevas estrategias	11	44,0
Nuevos proveedores	1	4,0
Captación de clientes	1	4,0
Todos	12	48,0
Total	25	100,0
La estrategia que emplea para evaluar resultados		
Monitoreo	5	20,0
Recolectar información	5	20,0
Revisiones estadísticas	2	8,0
Todos	13	52,0
Total	25	100,0
Verifica sus actividades planificadas		
Seguimiento	6	24,0
Control	8	32,0
Medición de desempeño	3	12,0
Todos	8	32,0
Total	25	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las zapaterías

Gestión de calidad con el uso de la motivación	N	(%)
Que realiza frente al logro de sus beneficios deseados		
Compromiso gerencial	0	0,0
Mejora continua	15	60,0
Seguimiento y medición	0	0,0
Todos	10	40,0
Total	25	100,0
Realiza la verificación de sus logros		
Se identifica con la empresa	1	4,0
Genera compromiso	11	44,0
Busca mejorar la calidad	5	20,0
Todos	8	32,0
Total	25	100,0
Qué motivación le impulsa al logro de sus objetivos		
Fijar metas	11	44,0
Elegir objetivos	5	20,0
Dividir metas	1	4,0
Todos	8	32,0
Total	25	100,0
Requisitos para alcanzar un ascenso		
Creatividad	2	8,0
Interés en aprender	2	8,0
Trabajo en equipo	9	36,0
Todos	12	48,0
Total	25	100,0
Utiliza tácticas para el logro de la efectividad		
Calidad	6	24,0
Evaluación del clima laboral	3	12,0
Incrementar ingresos	4	16,0
Todos	12	48,0
Total	25	100,0
Que realiza para buen ambiente laboral		
Comunicación	3	12,0
Empatía	2	8,0
Valores	3	12,0
Respeto	1	4,0
Todos	16	64,0
Total	25	100,0
Relación laboral con los colaboradores		
Mala	0	0,0
Muy mala	0	0,0
Buena	14	56,0
Muy buena	11	44,0
Total	25	100,0

Continúa.....

Gestión de calidad con el uso de la motivación	N	(%)
Comprende las necesidades y problemas de sus colaboradores		
Siempre	8	32,0
Casi siempre	10	40,0
Algunas Veces	5	20,0
Casi nunca	1	4,0
Nunca	1	4,0
Total	25	100,0
El personal de su empresa está satisfecho		
Siempre	10	40,0
Casi siempre	8	32,0
Algunas Veces	4	16,0
Casi nunca	3	12,0
Nunca	0	0,0
Total	25	100,0
Posee el poder del experto		
Siempre	1	4,0
Casi siempre	9	36,0
A veces	11	44,0
Nunca	4	16,0
Total	25	100,0
Aplica el control preventivo		
Siempre	9	36,0
Casi siempre	7	28,0
Algunas Veces	8	32,0
Casi nunca	1	4,0
Nunca	0	0,0
Total	25	100,0
Toma decisiones operativas		
Siempre	7	28,0
Casi siempre	9	36,0
Algunas Veces	6	24,0
Casi nunca	3	12,0
Nunca	0	0,0
Total	25	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las zapaterías

Tabla 4

Plan de mejora de la motivación como factor relevante de la Gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019

Problemas encontrados	Causa	Acción de mejora	Responsable
El 45,00% de los representantes le falta conocimiento sobre gestión de calidad, motivación.	Falta de tiempo y por pensamientos que ya no están en la edad de aprender.	Fomentar la lectura por parte de los representantes, adquiriendo folletos y trípticos con información de gestión de calidad, como tratar a sus clientes y colaboradores.	Representante
No realizan un trabajo en equipo y por costumbre y un trato no adecuado al cliente se pierde una oportunidad de venta.	Poca iniciativa de un buen servicio al cliente.	Tratar al cliente como a uno le gustaría que le traten y capacitar al personal para brindar un mejor servicio, así poder acoger más clientes.	Representante
El 50,00 % de las representantes solo invierte en publicidad.	Piensen que es una inversión que será beneficiosa todavía largo plazo.	Realizar inversiones publicitarias, radiales, televisivas y por redes sociales.	Representante
El 60,00% de los representantes casi no conocen estrategias y control de sus ventas.	Por falta de información y conocimiento de realizar el control de sus ventas y generar rentabilidad para su empresa.	Pedir información a familiares o un especialista que sea de apoyo.	Representante

5.2. Análisis de resultados

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

El 52,0% de los representantes de las empresas de venta de zapatos tienen de 31 a 50 años de edad, resultado que coincide con Rojas (2018) que refiere que el 36,4% de los representantes tienen entre 31 a 40 años de edad; coincidiendo con Ore (2019) que el 71,4% de los representantes tienen 31 a 50 años de edad; coincide también con Marín (2017) que el 50,0% tienen 41 a 50 años; y coincide con Matías (2019) que el 37,3% de los representantes tiene 31 a 50 años de edad; contrastando con Cordova (2020) que el 66,7% de los representantes tienen de 51 a más años. En su mayoría los representantes de este tipo de negocios son personas adultas de 31 a 50 años de edad, con experiencia, compromiso, predisposición a los cambios y responsabilidad para administrar su negocio.

El 64,0% de los representantes de las MYPES son femeninos, el resultado concuerda con Rojas (2018) que el 52,7% de los representantes son femeninos, y coincide con Ore (2019) que el 64,3% de los representantes son femeninos, también coincidiendo con Flores (2019) que el 60,0% de los representantes son mujeres, contrastando con Marín (2017) que el 86,7% de los representantes son masculinos, con los resultados se puede concluir que hoy en día tenemos más representantes de las MYPES del sexo femenino. Se comprueba que la mayoría de los representantes son mujeres y podemos decir que las mujeres se están integrando al negocio de las micro y pequeñas empresas del rubro zapatería.

El 28,0% de los representantes tienen superior universitario, coincide con Marín (2017) que el 56,7% tienen superior universitario, y coincide con Rojas (2018) que el 50,0% tienen estudios universitarios y el 28,0% secundaria, coincidiendo con Cordova (2020) que el 55,6% tienen estudios secundarios, también coincide con Flores (2019) que el 46,7% tienen estudios secundarios, así mismo coincide con Ore (2019) que el 42,8% de los representantes tienen el grado de estudios secundarios y el 28,0% estudios primarios, coincide con Quispe (2019) que el 46,67% tienen estudios primarios, contrastando con Robles (2020) el 37,14% de los representantes tienen el grado de superior no universitario. Los representantes tienen estudio superior universitario, que ya tienen conocimientos administrativos para el crecimiento de su

empresa, como también tenemos representantes con estudios secundarios y primarios que aun realizan una administración empírica.

El 84,0% de los representantes de las MYPES son dueños, coincide con Robles (2020) quien afirma que el 60,00% son dueños, también coincide con Matías (2019) que el 60,1% son dueños, coincidiendo con Flores (2019) que el 86,7% son dueños, el resultado coincide con Quispe (2019) que el 80,00% son dueños, y coincide con Rojas (2018) que el 90,0% son dueños, coincidiendo con Diaz (2017) que el 93,3% son dueños, contrastando con Ore (2019) que el 85,7% son administradores del negocio. Se tiene de conocimiento que la mayoría son dueños de las micro y pequeñas empresas del rubro zapaterías en el distrito de Yungay.

El 56,0% tiene de 7 a más años en el cargo, coincide con Robles (2020) que el 37,14% de los representantes tienen de 4 a 7 años en el cargo, también coincide con Quispe (2019) que el 60,0% tienen más de 7 años en el cargo, contrastando con Diaz (2017) el 66,7% tienen de 4 a 6 años en el cargo. En la presente investigación nos permite afirmar que las empresas de venta de calzado en el distrito de Yungay tienen como dueños a personas con experiencia y conocen su mercado.

Características de la gestión de calidad con el uso de la motivación

El 56,0% de las empresas realizan todas las actividades necesarias para el cumplimiento de sus metas, contrastando con Cenobio y Méndez (2016) la buena gestión depende de las personas que son el núcleo de las organizaciones, el personal debe tener los conocimientos necesarios para beneficiar las metas de la organización.

El 68,0% utiliza la estrategia, coincide con Flores (2019) quien refiere que el 40,0% algunas veces planifica sus objetivos, también coincide con Diaz (2017) quien manifiesta que el 40,0% casi siempre realiza la distribución según sus planes para alcanzar los objetivos, contrastando con Cenobio y Méndez (2016) señala que se debe comprender, gestionar los procesos relacionados como un sistema que contribuye la eficiencia y eficacia de la organización y el logro de sus objetivos.

El 48,0% de los representantes realiza la estrategia de crecimiento para su plan de trabajo, contrastando con Flores (2019) quien refiere que el 46,7% de los representantes solo algunas veces cuenta con un plan estratégico, contrastando

DiMaria (2016) en su libro los sistemas de gestión de calidad proporcionan una estructura para hacer las cosas de manera adecuada eficiente y efectiva también asisten las estrategias a corto y largo plazo para lograr que el negocio funcione sin inconvenientes.

El 48,0% de las micro y pequeñas empresas realiza actividades utilizando la estrategia para su plan de mejora, contrastando con Robles (2020) que el 60,0% de los representantes algunas veces realizan un plan de mejora, también contrastando con Flores (2019) que el 46,7% de los representantes solo algunas veces realiza un plan de mejora, contrastando con Cenobio y Méndez (2016) en su libro la empresa requiere un monitoreo periódico de los resultados y un ajuste continuo de los procesos en la búsqueda de la innovación.

El 52,0 % de los representantes utilizan todas las estrategias para evaluar sus resultados, coincide con Rojas (2018) quien refiere que el 43,6% realiza casi siempre la comparación de sus resultados, contrastando con Robles (2020) que el 60,0% de los representantes nunca comprueba sus resultados, en contraste con Iso (2017) en su libro un mercado cada vez más competitivo y dinámico, las empresas están obligadas a realizar seguimiento permanente de sus procesos.

El 32,0% de las empresas realiza el control de sus actividades planificadas y el 32,0% realiza todas las actividades para la verificación de su planificación, contrastando con Flores (2019) que el 60,0% de los representantes solo algunas veces evalúa el resultado de su planificación, contrastando con Cuatrecasas (2017) en su libro los resultados se evalúan, confirman y comparan con las actividades planificadas; después de la creación y visualización de los resultados.

El 60,0% de los representantes realiza la mejora continua frente al logro de sus beneficios, existe una similitud con Stoner (2015) la motivación dentro de la organización es como un factor importante y sea lo más positivo posible para satisfacer las necesidades tanto individuales como organizacionales.

El 44,0% de los representantes genera más compromiso al momento de verificar sus logros, coincide con Stoner (2015) que la motivación es el impulso que empuja a la

persona a actuar de cierta manera conduce a un determinado comportamiento que puede ser causada por la persona o el entorno circundante.

El 44,0% de los representantes fija metas para el logro de sus objetivos, existe similitud con Koontz (2015) que señala que es importante la motivación, ya que el alcance de sus objetivos dependen en gran medida de esto y es un elemento clave para el éxito, contrastando con Chiavenato (2016) son impulsos que estimula para la consecución de objetivos y metas, las personas miden su logro según sus éxitos o fracasos cuando muestran la competencia y en seguir alguna meta que se propone, con ello se puede agrupar a personas según los logros que desean alcanzar.

El 48,0% tienen que cumplir todos los requisitos para un ascenso, existe una similitud con Flores (2019) que el 46,7% de los representantes muy pocas veces contribuyen al crecimiento profesional de sus trabajadores, contraste con

El 48,0% de las tácticas para la efectividad en su empresa, contrastando con Torres (2015) nos indica en su libro que la motivación se define como un proceso en el lugar de trabajo que activa, dirige, energiza y mantiene las actitudes de las personas hacia el logro de los objetivos esperados; la motivación se convierte en un factor importante para guiar los esfuerzos, la energía y el comportamiento general de los empleados hacia el logro de objetivos que conciernen a la empresa y a la misma persona.

El 64,0% de todos los representantes tienen un buen ambiente de trabajo en su empresa, existe una similitud con Flores (2019) que el 46,7% de los representantes casi siempre le brindan trato digno a sus trabajadores, también existe una similitud con Barrientos (2018) que el 100,0% tiene una comunicación asertiva, contraste con Chiavenato (2016) la afiliación es un poder que tienen las personas para interrelacionarse con los compañeros que les rodean ya sea en el trabajo, sociedad, comunidad, familia y que tenga una comunicación eficiente entre ellos.

El 56,0% de las relaciones interpersonales en su empresa son buenas, existe una similitud con Flores (2019) que el 80,0% tienen una buena relación en la empresa, contrastando con Torres (2015) nos señala que es importante conocer las razones que fomentan el grupo humano en el lugar de trabajo, ya que, al manejar la motivación, los

gerentes o administradores, entre otras cosas, el funcionamiento adecuado de sus organizaciones e integrantes se sienten más orgullosos.

El 40,0% de los representantes casi siempre comprenden los problemas y necesidades de los trabajadores, contrastando con Torres (2015). Nos manifiesta que, para aliviar las circunstancias, había que alcanzar un equilibrio entre los intereses de los empleadores y los intereses de los trabajadores. En 1920, cuando se creó la Organización Internacional del Trabajo, comenzó a tenerse en cuenta lo importante que es el bienestar de los colaboradores y comenzó la reglamentación sobre las situaciones de trabajo.

El 40,0% de los representantes siempre percibe que el personal este satisfecho en el trabajo, contrastando con Chiavenato (2016) la motivación en los colaboradores de una empresa es vital porque se la darán a todos para un propósito personal u organizacional; la motivación laboral se da sobre la relación entre recompensa y desempeño; porque tales incentivos agregan valor o reconocimiento a las tareas asignadas.

El 44,0% de los representantes a veces posee el poder del experto, contrastando con Chiavenato (2016) el poder es incidir en las personas, asumiendo riesgos, tomando las riendas y cambiando situaciones dentro de la organización. El poder es una capacidad de influir en las personas, es la forma que un líder extiende su poder e influencia en los demás y se logra con responsabilidad.

El 36,0% de los representantes siempre aplica el control preventivo en su empresa, el 32,0% casi nunca realiza el control preventivo en su empresa, el 28,0% casi siempre realiza el control preventivo en su organización y el 4,0% de los representantes nunca realiza con control preventivo.

El 36,0% de los representantes casi siempre toman decisiones operativas en la organización, el 28,0% siempre realizan la toma de decisiones operativas, el 24,0% algunas veces realizan decisiones operativas y el 12,0% casi nunca realizan decisiones operativas.

Plan de mejora de la motivación como factor relevante de la Gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019

Plan de Mejora

1. Datos Generales

Nombre o razón social: MYPES del rubro calzado

Dirección: Distrito de Yungay

Nombre del Representante: Representantes de las zapaterías

2. Misión

Construir una relación de confianza con los clientes que requieran elegancia y variedad en calzado, para damas, caballeros y niños de todas las edades, ofreciendo productos de calidad, a precios justos, con las mejores condiciones de pago y excelente servicio de atención por parte de los colaboradores de la empresa. Todo ello nos permitirá seguir creciendo en el tiempo de manera sostenida y reafirmar la permanencia de nuestra empresa en el mercado.

3. Visión

Ser la empresa reconocida del callejón de Huaylas, con personal profesional y un proceso organizativo fortalecido y afianzado en todas las áreas y en nuevos mercados a través de las actuales y nuevas sucursales ubicadas estratégicamente, cumpliendo con la plena satisfacción del cliente y una política de responsabilidad, respeto, cumplimiento hacia los clientes y empleados.

4. Objetivos empresariales

La empresa ofrece la venta de calzados para damas, caballeros y niños, productos de calidad, excelente servicio y satisfacer las necesidades de sus clientes. Posicionarnos como la mejor tienda en venta de calzado de cuero peruano para damas, caballeros y niños, ofrecer los mejores calzados.

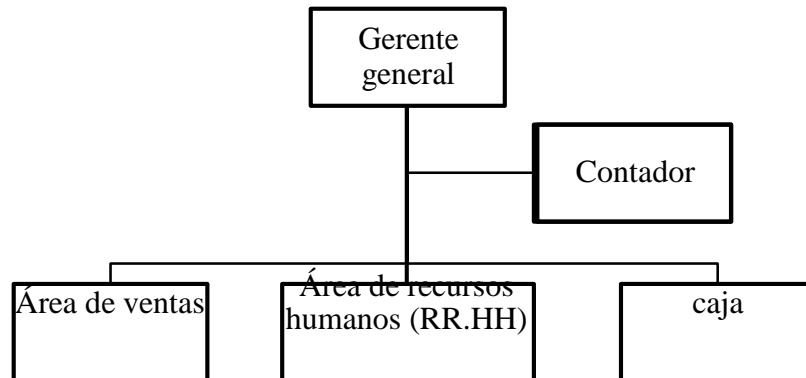
- contar con precios accesibles para nuestros clientes.

- Elevar nuestra cartelera de clientes.
- Contar con la mejor atención hacia nuestros clientes.
- Brindar excelente servicio.
- Motivar a los trabajadores.
- Incentivar a los clientes.

5. Servicio

Ofrece calzados para damas, caballeros y niños, incursionando siempre a los cambios e innovación de la moda y siempre ofreciendo buena calidad para el público en general y cubriendo las expectativas del cliente.

6. Organigrama de la empresa



6.1. Descripción de funciones

Cargo	Gerente general
Perfil	Licenciado en administración de empresas
Funciones	Planificar, organizar, dirigir, controlar y asegurar el crecimiento de la empresa.

Cargo	Contador
Perfil	Estudios universitarios o técnico y experiencia en labores contables

Funciones	Verificar la situación financiera de la empresa, los ingresos y gastos que incurre la empresa.
-----------	--

Cargo	Área de ventas
Perfil	Estudios universitarios y/o técnicos
Funciones	Encargado de realizar, verificar y control de las ventas diarias

Cargo	Área de recursos humanos (RR.HH)
Perfil	Estudios universitarios y/o técnicos y experiencia laboral en el área.
Funciones	Es reclutar, seleccionar y contratar al personal y controlar los deberes y derechos del colaborador.

Cargo	Área de finanzas
Perfil	Estudio universitario y/o técnicos
Funciones	Tener en control las operaciones contables y que se manejen correctamente.

6.2. Diagnostico empresarial

FACTORES INTERNOS	FORTALEZA	DEBILIDADES
FACTORES EXTERNOS	F1 Servicio excelente F2 Calzados de calidad F3 Precios accesibles F4 Clientes fidelizados	D1 Desinterés por la empresa D2 Falta de innovación en la moda de calzados D3 Falta de motivación a sus colaboradores D4 Ausencia de autoridad en la empresa D5 Poca publicidad
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1 Nuevos clientes O2 Competencia con baja calidad de servicio O3 Convenio con empresas que complementen el servicio O4 Ubicación accesible y fácil de llegar O5 En fechas festivas mayor incremento de ventas	F1.O1.O4 Ofrecer buenos servicios para así poder captar nuevos clientes, con una ubicación accesible para el cliente. F3.O3. Al realizar un convenio con otra empresa tendremos clientes fidelizados y motivar con algunas promociones y precios accesibles. F4.F2.O5.O2. Realizar promociones, sorteos en las fechas festivas, ofreciendo calzados de calidad.	D1.D4.O1.O3.O2. Buscar empresas o realizar convenios para completar el servicio que ofrece y así tener más interés y crecimiento de las ventas. D2.O5. Buscar nuevos proveedores y estar al día en la moda así poder incrementar las ventas. D3.D5.O4.Fijar metas para los colaboradores así estén motivados, realizar mayor publicidad para que el cliente tenga mayor referencia.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1 nuevas competencias A2 Publicidad agresiva A3 Costos bajos de la competencia A4 Promoción de las otras competencias A5. Nuevos proveedores	F4.F2.A2.A1.Siempre satisfacer la necesidad del cliente, ofrecer calzados de calidad, así mismo estar al nivel de la competencia. F1.F3.A3.A4. Ofrecer productos de calidad a precios accesibles para diferenciarse de la competencia.	D3.D1.A1. Realizar innovación y cambios para mejorar la empresa y enfrentar a las nuevas competencias. Así mismo motivar a los colaboradores y se sientan identificados y trabajan en equipo. D2.D4.A3.A5. Buscar nuevos proveedores para seguir innovando en calidad y moda y los precios sean accesibles. D5.A2. Realizar publicidades para promocionar la empresa y utilizar diferentes redes de publicidad.

7. Indicadores de Gestión

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de la MYPE
Cumplimiento de metas	Los representantes realizan actividades como establecer objetivos, organizar lluvia de ideas para el cumplimiento de sus metas.
Logro de objetivos a largo plazo	Se realiza planificaciones normativas o tradicionales, situacional, estratégica y táctica operacional para el cumplimiento de objetivos a largo plazo.
Elaborar plan de trabajo	Los representantes al realizar su plan de mejora utilizan estrategias de integración, diversificación, crecimiento y estabilidad.
Propuestas para mejorar	Los representantes de las MYPES realizan nuevas estrategias, buscar nuevos proveedores y captación de clientes para mejorar.
Evaluación de resultados	Las MYPES utilizan estrategias de monitoreo, recolección de información, revisiones estadísticas para la evaluación de sus resultados.
Actividades planificadas	Los representantes realizan la verificación de sus actividades planificadas.

8. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Cumplimiento de metas	Tener desconocimiento de las estrategias administrativas para el cumplimiento de metas	Que los representantes no tengan conocimiento de las estrategias administrativas y no tengan el interés de aprender
Logro de objetivos a largo plazo	Los representantes tienen desinterés para el logro de objetivos a largo plazo	No tienen interés en establecer objetivos o ponerse metas para el crecimiento de su empresa a largo plazo.
Elaborar plan de trabajo	Desconocimiento de cómo realizar un plan de trabajo para el ejercer actividades es su empresa	No realizan su plan de trabajo y realizan sus actividades cotidianas o diarias.

Propuestas para mejorar	Falta de compromiso de los representantes para realizar una propuesta de mejora para su empresa	El representante no tiene interés en realizar cambios o seguir innovando en variedad de modelos de calzados para realizar una propuesta de mejora.
Evaluación de resultados	Los representantes no tienen una estrategia específica para la evaluación de resultados	No evalúan sus resultados ya que tampoco realizan un plan de trabajo para el cumplimiento de sus objetivos y así no tienen posibilidades de realizar una evaluación de resultados
Actividades planificadas	Los representantes muy pocas veces realizan el diagnóstico de sus actividades planificadas	Los representantes tienen deficiencia al realizar una evaluación al no cumplir en realizar sus actividades planificadas

9. Establecer soluciones

9.1. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Cumplimiento de metas	Tener desconocimiento de las estrategias administrativas para el cumplimiento de metas	Los representantes tienen que realizar una planificación de metas y objetivos y cumplir en un determinado tiempo.
Logro de objetivos a largo plazo	Los representantes tienen desinterés para el logro de objetivos a largo plazo	Realizar propuestas y planificación de objetivos a largo plazo, con eso determinar una visión para mejorar y el crecimiento de la empresa.
Elaborar plan de trabajo	Desconocimiento de cómo realizar un plan de trabajo para el ejercer actividades en su empresa	Realizar un plan de trabajo y cumplir todas las actividades planificadas y se podrán incorporar a sus colaboradores.
Propuestas para mejorar	Falta de compromiso de los representantes para realizar una propuesta de mejora para su empresa	Realizar una propuesta de mejora en tiempos determinados le ayudara a saber la situación de su empresa.

Evaluación de resultados	Los representantes no tienen una estrategia específica para la evaluación de resultados	Se tendrá que utilizar varias estrategias para poder evaluar si su empresa está generando ganancias o pérdidas y así poder realizar la evaluación de resultados.
Actividades planificadas	Los representantes muy pocas veces realizan el diagnóstico de sus actividades planificadas	Cumplir las actividades planificadas es un logro para la empresa.

9.2. Estrategias que se desean implementar







N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Los representantes tienen que realizar una planificación de metas, objetivos y cumplir en un determinado tiempo.	No tener tiempo e interés en realizar sus metas y objetivos.	5 meses	Planificar sus metas y objetivos le ayudaran a crecer mas	Realizar sus metas y objetivos, para mejorar y
2	Realizar propuestas y planificación de objetivos a largo plazo, con eso determinar una visión para mejorar y el crecimiento de la empresa.	Tener desconocimiento de realizar una planificación de objetivos.	6 meses	Motivar a los colaboradores y trabajar en equipo para el crecimiento de la empresa	Fijar objetivos a mediano y largo plazo, cumplir con todas las actividades planificadas.
3	Realizar un plan de trabajo y cumplir todas las actividades planificadas y se podrán incorporar a sus colaboradores.	No tener un plan de trabajo específico y dificultad de trabajar con sus colaboradores.	7 meses	El plan de trabajo permitirá a la empresa cumplir con sus objetivos y metas.	Elaborar un plan de trabajo de todas las actividades a realizar y cumplirlas.

4	Realizar una propuesta de mejora, en tiempos determinados le ayudara a saber la situación de su empresa.	Falta de compromiso del representante y sus colaboradores para una propuesta de mejora.	1 año	Al trabajar en equipo generara mayor compromiso para mejorar la empresa, también motivar a los colaboradores.	Realizar propuestas de mejora para la empresa y poder cumplir los objetivos y metas y verificar la situación de la empresa.
5	Se tendrá que utilizar varias estrategias para poder evaluar si su empresa está generando ganancias o pérdidas y así poder realizar la evaluación de resultados.	No utilizar estrategias de evaluación de resultados y así desconocer la rentabilidad de la empresa	8 meses	No saber si la empresa está generando ganancias o pérdidas al no realizar una evaluación adecuada	Realizar estrategias de evaluación a corto y largo plazo.
6	Cumplir las actividades planificadas es un logro para la empresa.	No poder trabajar junto a los colaboradores y por falta de compromiso con la empresa.	8 meses	Trabajar junto a los colaboradores, motivarlos y cumplir los objetivos.	Motivar a los empleados para cumplir metas y obtener beneficios e incorporarlos en las actividades de la empresa.

9.3. Recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Realizar sus metas y objetivos, para mejorar y	Administrador y recursos humanos	S/. 1,000 mensuales	Local de la empresa, tiempo, computadora.	5 meses
2	Fijar objetivos a mediano y largo plazo, cumplir con todas las actividades planificadas.	Administrador y recursos humanos	S/. 1,000 mensuales	Computadora, tiempo, recursos materiales y recursos humanos	6 meses
3	Elaborar un plan de trabajo de todas las actividades a realizar y cumplirlas.	Administrador y recursos humanos	S/. 1,500 mensuales	Computadora, tiempo, recursos materiales y recursos humanos	7 meses
4	Realizar propuestas de mejora para la empresa y poder cumplir los objetivos y metas y verificar la situación de la empresa.	Administrador y recursos humanos	S/. 1,200 mensuales	Computadora, tiempo, recursos materiales y recursos humanos	1 año
5	Realizar estrategias de evaluación a corto y largo plazo.	Administrador y recursos humanos	S/. 1,500 mensuales	Computadora, tiempo, recursos materiales y recursos humanos	8 meses
6	Motivar a los empleados para cumplir metas y obtener beneficios e incorporarlos en las actividades de la empresa.	Administrador y recursos humanos	S/. 1,300 mensuales	Computadora, tiempo, recursos materiales y recursos humanos	8 meses

10. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Enero – Diciembre
1	Realizar sus metas y objetivos, para mejorar	01-01-2020	31-05-2020	
2	Fijar objetivos a mediano y largo plazo, cumplir con todas las actividades planificadas.	01-01-2020	30-06-2020	
3	Elaborar un plan de trabajo de todas las actividades a realizar y cumplirlas.	01-01-2020	31-07-2020	
4	Realizar propuestas de mejora para la empresa y poder cumplir los objetivos y metas y verificar la situación de la empresa.	01-01-2020	30-12-2020	
5	Realizar estrategias de evaluación a corto y largo plazo.	01-01-2020	31-08-2020	
6	Motivar a los empleados para cumplir metas y obtener beneficios e incorporarlos en las actividades de la empresa.	01-01-2020	31-08-2020	

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas que fueron encuestados es de sexo femenino con una edad entre 31 a 50 años y con un grado de instrucción secundaria completa y superior no universitaria.

Las 25 micro y pequeñas empresas son los mismos dueños quienes manejan el negocio, tienen 7 a más años tanto como en el cargo y permanencia en el mercado, así mismo su empresa está constituida como persona natural y quienes trabajan son familiares que son de 0 a 3 trabajadores.

Los representantes de las micro y pequeñas empresas establecen objetivos, organizan lluvia de ideas, reúne recursos para el cumplimiento de sus metas, así mismo planifica estrategias para sus objetivos a largo plazo, como también elabora su plan de trabajo para el crecimiento de su empresa, realiza nuevas estrategias para su propuesta de mejora también utiliza monitoreo, recolectar información, revisiones estadísticas para la evaluación de sus resultados, como también realiza el control, seguimiento y medición de desempeño para la verificación de las actividades planificadas.

Los representantes realizan la mejora continua en cada uno de sus beneficios deseados, el representante genera compromiso para la verificación de sus logros, la empresa fija metas para impulsar el logro de sus objetivos, se utiliza la creatividad, interés en aprender y un trabajo en equipo para poder obtener un ascenso, la calidad, la evaluación y el incremento de ingresos son tácticas que se emplea para el logro de la efectividad, así mismo la comunicación y los valores mantienen un buen ambiente de trabajo, también son buenas las relaciones en el centro de trabajo, casi siempre el representante comprende las necesidades y problemas de sus colaboradores, el representante siempre percibe si el personal se encuentra satisfecho en el centro de trabajo, así mismo a veces el representante posee un poder del experto como también siempre se realiza el control preventivo en la empresa, así mismo casi siempre se realizan decisiones operativas.

Aspectos complementarios

Recomendaciones

Realizar la implementación de la gestión de calidad con el uso de la motivación adquirir conocimientos de especialidades, empaparse de información con la oportunidad que se tiene ahora también del internet y las redes y que exista una relación extraordinaria con los trabajadores y clientes ya que ellos son el cliente interno y externo más valioso y el representante debe establecer nuevos objetivos y metas para que su empresa tenga mejores logros.

Mejorar la motivación laboral de un trabajador es conocer sus objetivos, si es posible, en el trabajo y lo personalidad. Sobre la base de que todos estamos trabajando hacia algo, sabemos que es con eso que una persona quiere alcanzar sus metas personales. En el caso de algunos, reconocimiento laboral, promoción y desarrollo profesional.

Ejecutar el plan de mejora elaborado en base a los resultados del estudio de investigación y con todas estas recomendaciones se pretende que las micro y pequeñas empresas en el mercado de venta al por menor de calzado se denota mucha demanda y con ello el representante mejorar cada día y ofrecer un mejor servicio al cliente Yungaino.

Referencias Bibliográficas

- Alvarees, G. (2016). *Implementación de un sistema de gestión de la calidad para una empresa textil*. Ecuador.
- Barrientos, B. E. (2018). *Caracterización del liderazgo y la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de ropa femenina, distrito de ayacucho*. ayacucho.
- Camison, C., Cruz S., & Gonzales, T. (2006). *GESTIÓN DE CALIDAD*. MADRID: PEARSON EDUCACION S.A.
- Castillo, M. (2015). *Estándares de calidad de los suelos del campo de Montiel (Ciudad Real) en función del contenido en metales pesados, Sociedad Española de la Ciencia del Suelo*, . ProQuest Ebook Central.
- Cenobio y Méndez. (2016). *Implantación de un sistema de gestión de la calidad en procesos de servicios y productivos, Instituto Politécnico Nacional*. México: ProQuest Ebook Central,.
- Chiavenato. (2016).
http://www.tenerife.es/wps/PA_1_CD5HDFH20OK0F0I6GE6E1LJN53/contentfiles/e8ace70043fc2616bc72be7d45d2f97a/Archivo1/Gu_a_orientativa_3.pdf.
- Cordova, M. C. (2020). *Caracterización de la motivación y atención al cliente en las Mype sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura año 2018*. Piura.
- Cuatrecasas, L. y. (2017). *Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación*. Barcelona : Porfit Editorial.
- Diaz, G. D. (2017). *La motivación y el desempeño laboral de los trabajadores en la municipalidad distrital de Cajay-Huari, año 2017*. Huacho.
- DiMaria, J. (2016). *Improving Your Business with Management System Standards" Quality Magazine*.
- Dongo, A. P. (2018). *SITUACION DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS. digital, 7*.
- Flores, T. J. (2019). *Propuesta de mejora de la motivación como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio - rubro venta de prendas de vestir para caballeros, del mercado virgen del carmen, distrito de imperial*. Lima.
- Gil, S. (2010). *Implementación del sistema de gestión de la calidad en una empresa*. recuperado de <https://www.gestiopolis.com/implementacion-delsistema-de-gestion-de-la-calidad-en-una-empresa/>.

- Gonzalez, H. (2016). *ISO 9001:2015. Elaboración de mapas de procesos Calidad & gestión.*
- Griful, E. y. (2002). *Gestión de calidad.*
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación Científica.* Mexico: Investigación Científica Prentice Hall.
- Iso. (2017). *gestión de calidad.* España.
- Koontz, H. (2015). *Administración, una perspectiva global.* Mexico: McGraw Hill.
- Losavio, F. Y. (2015). *Proceso dirigido por objetivos para análisis de dominio bajo estándares de calidad, Red Enlace.* ProQuest Ebook Central,.
- Marín, J. S. (2017). *Motivación laboral y desempeño laboral en el centro de salud la Huayrona 2017.* Lima.
- Matías, E. J. (2019). *Motivación y el desempeño laboral en la empresa grifo racing E.I.R.L., distrito de amarilis, provincia y región Huánuco, 2019.* Huánuco.
- Ochoa, M. y. (2016). *Nueva gestión clínica enfocada a la calidad, gobernanza de microsistema management basado en la evidencia y aplicativos refinados por procesos.* Ediciones Díaz de Santo.
- Ore, S. L. (2019). *Propuesta del manejo de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro recreos turísticos del barrio de conchopata, distrito de andres avelino caceres dorregaray, Ayacucho, 2019.* Ayacucho.
- Pacheco, R. P. (2019). *Propuesta de mejora de la motivación laboral como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la calle derecha cuadra 1 a 9 del distrito de Huaral, 2018.* Lima.
- Plazuela, L. (2018). *introduccion al control de calidad.* Madrid: alianza universidad.
- Quispe, P. A. (2019). *Gestión de calidad en la capacitación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura-rubro fabricación de calzado, distrito de florencia de mora parte baja.* Trujillo. Riquelme, M.
- (2017). *¿Qué Es La Gestión De Calidad?* Web y Empresas.
- Rivera, R. (2015). “ *Uso de las Teorías Motivacionales de Herzberg y McClelland para la mejora del desempeño laboral de los trabajadores de la empresa J.E Construcciones Generales S.A*”.
- Robles, G. J. (2020). *La motivación y el desempeño laboral, en la empresa: Belen motor`s, Huanuco, 2020.* Lima.

- Rojas, Q. L. (2018). *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector textil rubro sastrería del centro comercial bahia center en la ciudad de chimbote* . Chimbote .
- rugel, J. (2018). *uladech.edu.pe*. Obtenido de
file:///C:/Users/Administraciòn/jhudit/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_RUGEL_AGUIRRE_JENNIFER_MARILYN.pdf
- Salirrosas, R. R. (2019). *Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector comercial, rubro tienda de venta de calzado para damas, distrito de callería* . Pucallpa .
- Stoner, J. (2015). *Administración*. mexico: Pearson Educación.
- Stumpo, M. D. (2018). *Mejores políticas para las micro, pequeñas y medianas empresas de América Latina*. Europa: Cepal.
- Torres, Z. (2015). *Relacion entre la motivacion al trabajo y el rendimiento laboral del profesional de enfermeria del Hospital de Yarinacocha*. pucalpa.

Anexos

Anexo 01. Cronograma de Actividades

Actividades	2021				
	julio	Agosto	Septiembre		
	11-07-2021	08-08-2021	03-09-2021	04-09-2021	05-09-2021
Inicio de clases	•				
Prebanca		•			
Levantamiento de observaciones			•		
Sustentación				•	
Termino de clases					•

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
Impresiones	0.20	25	5.00
Fotocopias	0.10		
Empastado			
Papel bond A-4 (500 hojas)	14	1	14.00
Lapiceros g	1.00	4	4.00
Servicios			
Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información	4	2	8.00
Sub total			131.00
Total de Presupuesto desembolsable			

Anexo 3: Hoja de consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La presente investigación se titula: propuesta de mejora de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019 y es dirigido por Pérez Barroso Judith Roxana, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es incorporar las mejoras de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019

Para ello, se le invita a participar en una encuesta online que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de mi número de celular 998071557. Si desea, también podrá escribir al correo judithrox243@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

Nota: Por encontrarnos en estado de emergencia por el Covid 19, el cuestionario será online, por tal motivo, su aceptación al cuestionario informado, será llenando sus datos y respondiendo al correo con un SI ACEPTO.

Anexo 4: Directorio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de calzado en el distrito de Yungay

N°	NOMBRES Y APELLIDOS/RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	RUBRO
1	Venta de ropa, calzados y otros afines a su actividad	Av. arias grazziani s/n - Yungay (frente a la comisaria de Yungay)	Zapatería
2	Venta de calzados	Urbanización santa rosa mz. f lote 18 jr. santa rosa - Yungay	Zapatería
3	Venta al por menor de prendas de vestir, calzados y artículos	Urbanización zona comercio mz. e lote 03 - 04 campo ferial	Zapatería
4	Bazar y zapatería	Zona comercio mz. d lote 13 campo ferial - Yungay	Zapatería
5	Venta al por menor de prendas de vestir, calzados y accesorios	Sector pampac av. arias grazziani - Yungay	Zapatería
6	Venta al por menor de prendas de vestir, calzados y accesorios	Urbanización santa rosa mz d lote 12 jr. comercio - Yungay	Zapatería
7	Venta al por menor de prendas de vestir, calzados y accesorios	Urbanización santa rosa mz. ll lote 6 - a av. arias grazziani - Yungay	Zapatería
8	Tienda dedicada a la venta de mercería y productos de bazar	Campo ferial s/n – Yungay	Zapatería
9	Renovadora y zapatería villar e hijos	Campo ferial lado norte s/n - Yungay	Zapatería
10	Bazar zapatería y regalos “Diana”	Av. 28 de julio s/n - Yungay	Zapatería
11	Renovadora de calzados y otros afines a su actividad	Campo ferial lado norte-Yungay-Áncash	Zapatería
12	Zapatería Joelito	Campo ferial lado norte-Yungay-Áncash	Zapatería
13	Bazar novedades Reyna	Mercado central puesto n° 15	Zapatería
14	Zapatería Duramas	Mercado central puesto n° 06	Zapatería
15	Inversiones Waldo	Mercado central puesto n° 07	Zapatería
16	Zapatería Nancy	Mercado central puesto n° 10	Zapatería
17	Zapatería Ushicho	Mercado central puesto n° 04	Zapatería
18	Zapatería Tony	Mercado central puesto n° 12	Zapatería
19	Galería Abraham Prudencio	Campo ferial lado norte-Yungay-Áncash	Zapatería
20	Zapatería Rubí	Mercado central puesto n° 01	Zapatería
21	Zapatería Sosa	Mercado central puesto n° 03	Zapatería
22	Zapatería Kiara	Campo ferial lado norte-Yungay-Áncash	Zapatería
23	Bazar novedades Estasy	Mercado central puesto n° 05	Zapatería
24	Zapatería López	Mercado central puesto n° 21	Zapatería
25	Mírela fashion	Jr. 28 de julio s/n costado cooperativa Áncash	Zapatería

Fuente: Municipalidad provincial de Yungay / área administración tributaria y rentas-2020

Anexo 5: Cuestionario Online

Cuestionario dirigido al representante P-001



¡Buen día!, soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles Chimbote de la escuela profesional de administración, facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, en esta oportunidad me encuentro realizando una investigación que es de suma importancia para el desarrollo de la tesis: “PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA MOTIVACIÓN PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA AL POR MENOR DE CALZADO EN EL DISTRITO DE YUNGAY, 2019”, cuyo objetivo es: “Incorporar las mejoras de los factores relevantes de la motivación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el distrito de Yungay, 2019”. Marque con un aspa (X) la respuesta que usted considere correcta, los datos recopilados serán utilizados únicamente para la presente investigación, se le agradece ante mano por la información brindada.

I. CARACTERÍSTICA DE LOS REPRESENTANTES

- | | |
|------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Edad | 4. Cargo que desempeña |
| a) 18 – 30 años b) | a) Dueño |
| 31 – 50 años c) | b) Representante |
| 51 a más años | 5. Tiempo que desempeña en el cargo |
| 2. Género | a) 0 a 3 años |
| a) Masculino | b) 4 a 6 años |
| b) Femenino | c) 7 a más años |
| 3. Grado de instrucción | II. REFERENTE A LA MYPE |
| a) Sin instrucción | 6. Tiempo de permanencia en el rubro |
| b) Secundaria | a) 0 a 3 años |
| c) Superior no universitaria | b) 4 a 6 años |
| d) Superior universitaria | c) 7 a más años |

7. Número de trabajadores
- 0 a 3 trabajadores
 - 4 a 6 trabajadores
 - 7 a más trabajadores
8. Tipo de constitución de la empresa
- E. I. R. L.
 - S. A. C.
 - Persona natural
 - S. A. A.
 - S. R. L.
9. Ingreso promedio mensual
- S/1.00 a S/65, 000.00
 - Más de 65, 000.00 hasta 75,000.00
 - Más de 75, 000.00
10. Vínculo con los trabajadores
- Familiares
 - Personas no familiares
- III. REFERENTE A LA GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA MOTIVACIÓN
11. Actividad que realiza para el cumplimiento de metas
- Establece objetivos
 - Organiza lluvia de ideas
 - Reúne recursos necesarios
 - Todos
12. Tipo de planificación para el cumplimiento de objetivos a largo plazo
- Normativa o tradicional
 - Situacional
 - Estratégica
 - Táctica operacional
13. La estrategia que utiliza para elaborar su plan de trabajo
- Integración
 - Diversificación
 - Defensivas
 - Crecimiento
 - Estabilidad
14. Actividad que realiza para la propuesta de mejora
- Nuevas estrategias
 - Nuevos proveedores
 - Captación de clientes
 - Todos
15. La estrategia que emplea para evaluar resultados
- Monitoreo
 - Recolectar información
 - Revisiones estadísticas
 - Todos
16. Verifica sus actividades planificadas
- Seguimiento
 - Control
 - Medición de desempeño
 - Todos
17. Que realiza frente al logro de sus beneficios deseados
- Compromiso gerencial
 - Mejora continua
 - Seguimiento y medición
 - Todos
18. Realiza la verificación de sus logros
- Se identifica con la empresa
 - Genera compromiso
 - Busca mejorar de calidad

- d) Todos
19. Que motivación le impulsaría para el logro de sus objetivos
- a) Fijar metas
 - b) Elegir objetivos
 - c) Dividir metas
 - d) Todos
20. Requisitos para alcanzar un ascenso
- a) Creatividad
 - b) Interés en aprender
 - c) Trabajo en equipo
 - d) Todos
21. Utiliza tácticas para el logro de la efectividad
- a) Calidad
 - b) Evaluación del clima laboral
 - c) Incrementar ingresos
 - d) Todos
22. Que realiza para buen ambiente laboral
- a) Comunicación
 - b) Empatía
 - c) Valores
 - d) Respeto
 - e) Todos
23. Relación laboral con los colaboradores
- a) Mala
 - b) Muy mala
 - c) Buena
 - d) Muy buena
24. Comprende las necesidades y problemas de sus colaboradores
- a) Nunca
 - b) Casi nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Casi siempre
 - e) Siempre
25. El personal de su empresa está satisfecho
- a) Nunca
 - b) Casi nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Casi siempre
 - e) Siempre
26. Posee el poder del experto
- a) Nunca
 - b) Casi nunca
 - c) A veces
 - d) Siempre
27. Aplica el control preventivo
- a) Nunca
 - b) Casi nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Casi siempre
 - e) Siempre
28. Toma decisiones operativas
- a) Nunca
 - b) Casi nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Casi siempre
 - e) Siempre

Anexo 6: solicitud presentada a la municipalidad

“AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD”

**SOLICITO: RELACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS FORMALES
DE VENTA AL POR MENOR DE CALZADO Y ARTÍCULOS
DE CUERO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS (CALZADO)**

SEÑOR, ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE YUNGAY.

Yo, PÉREZ BARROSO JUDITH ROXANA, identificada con DNI N° 48071264 con domicilio en jr. Mariano melgar - Independencia. Me dirijo a usted con el debido respeto y expongo lo siguiente:


Que en mi condición de estudiante UNIVERSITARIA solicito la referida relación de establecimientos de venta al por menor de calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado), antes citados para realizar un trabajo de investigación.


En tal sentido recuro a la consideración de su digno despacho para solicitar se me acepte de EXPEDIRME toda la relación de dichos establecimientos de venta al por menor de calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado), formales como se puede indicar con la que cuenta con la licencia respectiva y su RUC. De esta comuna provincial de Yungay.

POR TANTO:

A Ud., señor alcalde ruego acceder mi petición, por ser de suma urgencia, que espero alcanzar, le agradezco por anticipado la atención a la misma le reitero mi estima personal y quedo a su pronta respuesta.

Yungay, 09 de julio del 2020.


PEREZ BARROSO JUDITH ROXANA
D.N.I N° 48071264

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL YUNGAY PLAZA DE ARMAS S/N 20193334262	HOJA DE TRAMITE	Hora Recep.: 16:39:36 Fecha de Recep.: 09/07/2020
N° Expediente: 00003690	Administrado: PEREZ BARROSO JUDITH ROXANA	
Asunto: SOLICITO RELACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS FORMALES DE VENTA AL POR MENOR DE CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO EN...	Documento: SOLICITUD - Nro de Folios: ****2	
Destino: ADMINISTRACION TRIBUTARIA Y RENTAS	Observaciones:	
Recibido por: DOLORES ESPINOZA CARMEN ISABEL En: MESA DE PARTES		Consulte su trámite en: muniyungay.gob.pe

Anexo 7: evidencia fotográfica



PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES
RELEVANTES DE LA MOTIVACIÓN PARA LA
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO
VENTA AL POR MENOR DE CALZADO EN EL
DISTRITO DE YUNGAY, 2019

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

AUTORA

PÉREZ BARROSO, JUDITH ROXANA

ORCID: 0000-0003-3831-0867

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-4052-5018

Resumen de coincidencias

5 %

< >

1 repositorio.uladech.ed... 5 % >
Fuente de Internet