



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**  
GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA MOTIVACIÓN  
LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS  
RUBRO ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y DE  
SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS EN LA CIUDAD DE  
HUARAZ, 2018

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

**AUTORA**

FLORES SANCHEZ, JENSY JANNEL

ORCID: 0000-0003-4491-1503

**ASESOR**

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE- PERÚ**

**2020**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Flores Sanchez, Jensy Jannel

ORCID: 0000-0003-4491-1503

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

### **ASESOR**

Centurion 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

### **JURADOS**

Morillo Campos, Yuli Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vasquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

**Hoja de firma del jurado evaluador y asesor**

Morillo Campos, Yuli Yolanda

Presidenta

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

Asesor

## **Agredicimiento y/o dedicatoria**

A mis padres por dar todo para lograr mi formación profesional, por darme siempre consejos y enseñanzas que estarán siempre presentes.

Dar gracias a la Universidad Católica los Ángeles Chimbote como a los docentes por su constante apoyo y orientación, que permitieron mi formación profesional, que contribuiré en la sociedad y permitirá mi éxito en la vida.

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a mis padres,  
por estar siempre presentes y darme  
su apoyo incondicional en todo  
momento.

Por estar siempre ahí cuando más los  
necesite, formar parte de mis logros,  
ayudarme a cumplir mis objetivos y  
por siempre motivarme.

## Resumen

En la actualidad existen muchos cambios que afectan a las micro y pequeñas empresas (MYPES), las cuales a pesar de ser abundantes no poseen un ciclo de vida prolongado. Por su parte los restaurantes atraviesan diferentes problemas, como la mala la prestación de servicios entre otros, los cuales ocasionan la extinción de estas. Por ello, el objetivo general fue describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurante y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018. La investigación fue no experimental-transversal, utilizando como instrumento el cuestionario, se contó con una muestra de 246 MYPES de una población de 685 MYPES. Los resultados fueron: el 54.10% tienen entre 31 a 50 años de edad, el 63.40% son de sexo femenino, el 47.60% están en el rubro de 0 a 3 años, el 54.10% cuentan con un plan para detectar problemas, el 54.90% realizan modificaciones para mejorar esos problemas, el 54.10% consideran las participaciones en la toma de decisiones, el 60.60% no implementan programas para el desarrollo del personal. En conclusión, los representantes en su mayoría son mujeres que laboran en el rubro entre 0 a 3 años, a su vez detectan problemas para solucionarlos considerando la participación del colaborador en las decisiones, pero carecen en implementaciones de programas para su desarrollo. Finalmente, estos están dispuestos a realizar cambios para crecer y generar mayores aportes a la sociedad.

**Palabras clave:** colaborador, gestión de calidad, microempresas y motivación.

## **Abstract**

At present there are many changes that affect micro and small companies (MYPES), which despite being abundant do not have a long life cycle. For their part, restaurants go through different problems, such as poor service provision among others, which cause the extinction of these. Therefore, the general objective was to describe the main characteristics of quality management with the use of work motivation in micro and small companies in the field of restaurant and mobile food service activities in the city of Huaraz, 2018. The research was Non-experimental-transversal, using the questionnaire as an instrument, a sample of 246 MYPES from a population of 685 MYPES was counted. The results were: 54.10% are between 31 and 50 years of age, 63.40% are female, 47.60% are in the category 0 to 3 years, 54.1% have a plan to detect problems, the 54.9% make modifications to improve these problems, 54.1% consider participation in decision-making, 60.6% do not implement programs for staff development. In conclusion, the majority of the representatives are women who work in the field between 0 and 3 years, in turn detect problems to solve them considering the participation of the collaborator in the decisions, but they lack in implementation of programs for their development. Finally, they are willing to make changes to grow and generate greater contributions to society.

Keywords: collaborator, quality management, microenterprises and motivation.

## Contenido

1. Título de tesis.....	i
2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Hoja de firma del jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Agredicimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract .....	vi
6. Contenido .....	viii
7. Indice de tablas y figuras.....	ix
I.    Introducción .....	1
II.   Revisión de la literatura .....	12
III.  Hipótesis .....	39
IV.  Metodología .....	40
4.1. Diseño de la investigación.....	40
4.2. Población y Muestra.....	40
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	42
4.4. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos.....	44
4.5. Plan de análisis.....	44
4.6. Matriz de consistencia.....	45
4.7. Principios éticos .....	46
V.   Resultados .....	49
5.1. Resultados .....	49
5.2. Análisis de resultados.....	54
VI.  Conclusiones .....	64
Referencias bibliográficas .....	68
Anexos.....	75

## Indice de tablas y figuras

### Tablas

Tabla 1. <i>Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas, en la ciudad de Huaraz, 2018.</i> .....	49
Tabla 2. <i>Características de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018.</i> .....	50
Tabla 3. <i>Características de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas, en la ciudad de Huaraz, 2018.</i> .....	51
Tabla 4. <i>Características de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas, en la ciudad de Huaraz, 2018.</i> .....	52

## **Figuras**

<i>Figura 1:</i> Edad .....	100
<i>Figura 2:</i> Género .....	100
<i>Figura 3:</i> Grado de instrucción. ....	101
<i>Figura 4:</i> Cargo. ....	101
<i>Figura 5:</i> Tiempo de permanencia .....	102
<i>Figura 6:</i> Número de trabajadores.....	102
<i>Figura 7:</i> Personas que trabajan en su empresa. ....	103
<i>Figura 8:</i> Plan para detectar problemas.....	103
<i>Figura 9:</i> Modificaciones para mejorar problemas. ....	104
<i>Figura 10:</i> Verificación de objetivos de acuerdo a lo planeado.....	104
<i>Figura 11:</i> Realización de acciones correctivas de acuerdo a los resultados obtenidos	105
<i>Figura 12:</i> Ambiente de trabajo con confianza, cooperación y compañerismo .....	105
<i>Figura 13:</i> Relación de respeto con los trabajadores .....	106
<i>Figura 14:</i> Participación en la toma de decisiones.....	106
<i>Figura 15:</i> Importancia a los resultados obtenidos por el trabajador. ....	107
<i>Figura 16:</i> Claridad hacia donde pretende llegar la empresa. ....	107
<i>Figura 17:</i> Implementación de programas para el desarrollo de habilidades.....	108
<i>Figura 18:</i> Retroalimentación sobre los puntos de mejora.....	108
<i>Figura 19:</i> Reuniones para solucionar problemas entre los trabajadores.....	109
<i>Figura 20:</i> Agradecimiento por los esfuerzos realizados .....	109
<i>Figura 21:</i> Reconocimiento de los esfuerzos .....	110
<i>Figura 22:</i> Celebración del éxito.....	110

## **I. Introducción**

En estos últimos años se están observando grandes cambios dentro del mercado entre ellos las exigencias de los consumidores, la aparición de nuevos ofertantes y los cambios económicos que han exigido de manera drástica a los representantes de las micro y pequeñas empresas (MYPES) a adaptarse a ellas, por lo cual para hacer frente a dichos cambios tienen que tomar decisiones importantes, que traigan como resultado el crecimiento de la empresa en el mercado. Araúz, Díaz, Vásquez y Gonzáles (2018) afirman que los trabajadores de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de la ciudad de Panamá, donde identificó aspectos en los cuales debe mejorar la empresa uno de estos el reconocimiento, debido a que los trabajadores se muestran en desacuerdo sobre los pocos reconocimientos que se realizan por los esfuerzos realizados, ocasionando el bajo desempeño en su puesto de trabajo. Es así que la motivación laboral es fundamental para los trabajadores, ya que les ayudara a reforzar sus actividades y generar un mejor desempeño laboral en su puesto de trabajo, es entonces, que la motivación es un aspecto importante dentro del trabajador, ya que si estos no son tratados pueden originar que el trabajador se vaya a otra empresa (rotación de personal) y sentido de pertenencia. Para respaldar lo expuesto, se presentan los resultados hallados por Macías (2013) quien indicó que los principales problemas que afronta los restaurantes es la escasa atención al cliente, la falta de especialización en la mano de obra para una correcta prestación de servicio a los comensales. A su vez, se halló que el 75% de los establecimientos de la restauración en Montañita desconocen sobre el sistema de gestión de calidad, entonces es necesario recalcar que el sistema de gestión de calidad contribuye en el proceso de manejo de la empresa para lograr la satisfacción de las necesidades del cliente.

Tras una entrevista realizada a Francisco Maya, Gerente Senior de Marketing de Nescafé México, habló sobre un nuevo enfoque digital que contenga modernidad e innovación, dejando de lado al clásico ritual del café, con el objetivo de cubrir las exigencias que demanda el mercado, sobre todo el público millennial que busca contenidos novedosos y son leales a las marcas que aportan lo que ellos necesitan. Por el cual, se apostó por los “Propósitos compartidos”, una estrategia para motivar a los consumidores a cumplir con los propósitos que ellos tienen en mente, identificándose los 300 propósitos más buscados por los millennial como ir a espectáculos, tomar clases de baile, entre otros (Maya, 2020). Esto, recalca los esfuerzos realizados por parte de la empresa y el desenvolvimiento por parte de los trabajadores para brindar un servicio de calidad, que llegue a cubrir las expectativas de sus clientes, adaptándose a las características cambiantes que tienen los clientes. Para respaldar lo expuesto, tras una entrevista realizada al fundador del grupo Virgin, Richard Branson habló sobre la importancia y prioridad que se les da a sus trabajadores, pues a diferencia de otras empresas que dan prioridad a sus clientes, el grupo Virgin hace todo lo contrario poniendo en primer lugar a los trabajadores, luego al cliente y después a los accionistas, ya que las personas no son recursos sino agentes de cambio. A su vez, se refirió a que si un trabajador es infeliz puede arruinar la experiencia de marca de varios clientes. Por el cual, implemento la política de acceso a horarios flexibles para motivar a sus trabajadores y que logren encontrar un equilibrio entre su vida personal y en la de su trabajo que tiene como resultado que estos se encuentren más felices y sean más productivos (McGee, 2017). Esto muestra los grandes cambios que se están realizando para mejorar el comportamiento del trabajador dándoles la confianza y el respeto que ayudará a impulsar y mejorar su potencial generando grandes beneficios a la empresa.

Por otro lado, en Argentina se puede observar que se está incitando la motivación, empezando por la idea de tener trabajadores felices (cultura de felicidad), tras las declaraciones de Adriana Villanueva gerente de Recursos Humanos del Grupo Servicemen, que realizó a la revista Infobae, habló de que tener trabajadores felices tiene como ventaja que estos trabajen más en equipo y el nivel de ausentismo sea menor. Recalcado a su vez, la importancia de las relaciones interpersonales como: el respeto y buen trato, además de considerar las ideas propuestas por el personal, la aplicación de políticas de beneficio y generar un espacio de contención en la organización, acotando a ello habló sobre la flexibilidad en los horarios laborales, si tienen una mala comunicación puede ser un punto en contra para la compañía. A su vez, una encuesta realizada por parte de la Federación Argentina de Empresas de Trabajo (FAETT) dio a conocer que si un empleado se siente feliz en su lugar de trabajo es más productivo en un 50%, están comprometidos con la empresa 30%, está más motivado en un 10% y afianza su sentido de pertenencia en un 10%. Sin embargo, se mostraron indicadores que contrarrestan con el enfoque: el mal trato de los superiores en un 60% y las deficientes relaciones interpersonales en un 40%. Este enfoque es aplicado por organizaciones multinacionales en un 70% y Pymes en un 30%. Recalcando la falta de interés por parte de los gerentes en la comodidad del trabajador los cuales, influyen en el rendimiento dificultando el desenvolvimiento en su puesto de trabajo que afecta a la prestación de servicio hacia el cliente. (Villanueva, 2018)

En el Perú, el sector de restaurantes mostró un incremento del 3.04% en el mes de abril, impulsado por la creciente actividad de los establecimientos de pollerías, restaurantes, entre otros. En efecto, las promociones y descuentos, la atención

personalizada y nuevas propuestas gastronómicas, lograron la acogida de nuevos comensales (Instituto Nacional de Estadísticas e Informática, 2018). Para reforzar lo dicho, el país cuenta con más de 35 mil restaurantes formalmente constituidos, los cuales tuvieron una mayor participación en fiestas patrias incrementando un 5% en ventas comparadas al periodo anterior, siendo impulsadas por el sector turismo. Esto recalca la gran importancia de gestionar la calidad en cuanto a la prestación de servicio y poder cubrir las expectativas del cliente y lograr una buena experiencia con el servicio. Además, hacer partícipes a los trabajadores en los logros de la empresa, que influenciará a tener un mayor desempeño y lograr los objetivos propuestos por la empresa (Retail, 2018). No obstante, las Micro y pequeñas empresas afrontan problemas que ponen en riesgo su permanencia en el rubro dentro del mercado unas más riesgosas que otras las cuales causan un fuerte impacto poniendo en riesgo su estabilidad, ya que estas muestran deficiencias al momento de brindar el servicio al cliente. Tras haberse realizado una encuesta por Global Research Marketing (GRM) sobre las apariencias que generan un mayor rechazo al servicio se obtuvo que: (a) El 67% de los encuestados no regresarían si tienen una mala experiencia en el servicio, (b) Con respecto al libro de reclamaciones el 60% manifestaron pedir el libro de reclamaciones para calificar el servicio, (c) Con respecto al tiempo de demora en la atención el 73.40% manifestaron que no vuelven a adquirir el servicio por la demora al momento de adquirir el servicio, y (d) El 24.30% manifestaron no recibir un trato cordial (Ochoa, 2018). Es por esta razón que las empresas ingresan a una zona roja ya que pueden perder clientes, reducción de ventas y el prestigio. Entonces, es necesario tener un control de calidad para una correcta comunicación y atención al cliente. Además, la motivación también influye en estos casos, en cuanto a la mala experiencia

en los servicios, tras una entrevista realizada a Cecilia Ibarra, Country Manager de Ackermann International, habló que las empresas ahora buscan no solo priorizar la experiencia del cliente sino también la experiencia del mercado porque todo se inicia dentro de la empresa tras la última encuesta de satisfacción laboral nacional, solo el 24% es feliz en su trabajo (La República, 2020). Entonces, si las empresas no muestran interés por tener a sus trabajadores motivados, esta no podrá causar una buena impresión al cliente, dado que la atención brindada será deficiente. En efecto, se debe identificar los posibles problemas que dificultan la comodidad del trabajador con la empresa, tal vez el clima laboral donde se encuentra, la falta de oportunidades para capacitarse, entre otros factores que ponen en riesgo la permanencia del trabajador en la empresa.

Por otro lado, cada vez es más la búsqueda de un servicio de calidad hacia el cliente, un estudio realizado por Global Research Marketing (GRM) mostró que los consumidores (limeños) con un 60% respondieron que la calidad del servicio tiene que ver mucho al momento de realizar alguna compra. En tal sentido, es importante que las empresas identifiquen y consideren las características más importantes de estos, para llegar a dar una buena atención. Además, de capacitar a los trabajadores para que tengan un mejor desenvolvimiento al momento de atender a un cliente, que sepa todo acerca del servicio que ofrece la empresa para poder atender bien (JL. Consultores, 2019). Así mismo, Tobías Bessone Director General de Adjunto de Wavetec indicó sobre la implementación de un sistema de retroalimentación, para poder impulsar a las distintas marcas a mejorar la experiencia de compra. Dado, que se estima que un 91% de los clientes insatisfechos no volverían al mismo establecimiento tras una pésima experiencia, por lo cual, se creó “Opinión Plus”, un recurso para conocer las

retroalimentaciones de los clientes y poder implementarlas en el servicio (Diario Gestión, 2015).

Por consiguiente, es necesario que las empresas manejen un plan de servicio que le permita hacer un seguimiento a las actividades que realizan para poder identificar las fallas e implementar las mejoras necesarias que ayuden a fortalecer su servicio. En una encuesta se dio a conocer que el 3% de las empresas peruanas cuentan con un plan de servicio (protocolo de atención al cliente, estrategias en redes, entre otros). A su vez, el 57.40% reconocen que el servicio brindado hacia el cliente es regular (Inga, 2017).

Por lo tanto, si el gerente no busca impulsar la actitud del trabajador, no se podrá mejorar el servicio, creando bajas expectativas hacia el cliente ocasionando que no vuelvan a adquirir el producto. Para respaldar lo expuesto, en el Perú se realizó una encuesta a los trabajadores sobre su satisfacción laboral en la empresa donde el 52% manifestaron encontrarse insatisfechos en el trabajo, debido a que no valoran las ideas que estos aportan hacia la empresa. Además, se hizo preguntas sobre algunas formas de motivar a los trabajadores obteniendo como resultado que el 52% logran motivarse por el reconocimiento, a su vez, el 49% manifestaron que se debe realizar constantes capacitaciones, el 48% manifestaron que se debe mejorar la comunicación, el 45% manifestaron que se debe mejorar el trato laboral y el 39% manifestaron que se debe percibir un aumento de salario, los cuales van a influir en la producción del trabajador (Diario Gestión, 2014). Es por tal, que los gerentes de las MYPES deben fortalecer sus estrategias, ser más competitivos, fomentar la comunicación entre los trabajadores, impulsar la participación de los trabajadores, hacerles ver lo importante que son para la empresa, hacerlos participes en las actividades, darle incentivos, entre otros. Por

ello, se debe motivar al trabajador, pero en su mayoría los representantes solo le ofrecen incentivos dinerarios dejando de lado lo que en verdad motiva al trabajador, puesto que, cada trabajador tiene diferentes características y no siempre lo que le motiva a uno, le va a motivar a otro. Según el diario Gestión (2018) redactó sobre los resultados de un seminario hecho por Aptitus, relacionado a las nuevas tendencias en cultura y clima laboral, donde el 58% de ejecutivos consideran que el bienestar laboral trae efectos positivos..

Acotando a esto, es alarmante ver información por parte de fuentes secundarias la permanencia que tienen los trabajadores en una empresa, debido a problemas dentro de la empresa, ocasionados por parte de sus jefes, y a su vez entre trabajadores, los cuales generan incomodidad en su lugar de trabajado. Los datos encontrados fueron: que los trabajadores laboran entre 1 a 3 años en una empresa, debido a la incomodidad que sienten en su lugar de trabajo. Además, dieron a conocer que una de las grandes barreras que impide la satisfacción laboral son los horarios inflexibles y la insatisfacción puede llegar hasta un nivel del 30%. Es por ello, que los representantes deben tomar como un factor importante al trabajador, debiendo hacerles sentir parte de la empresa, buscar soluciones ante sus dificultades puesto que esto influirá mucho en el servicio que se brinda a los clientes, si esto mejora se podrán cumplir los objetivos de manera eficiente, se llegara a dar un servicio de calidad que logre conquistar al cliente (El correo, 2016).

En la ciudad de Huaraz, los restaurantes han mostrado deficiencias en cuanto gestionar la calidad, según los resultados indagados por Bojórquez (2018) muestra que un 75% de los restaurantes no plantean objetivos para ejecutar una correcta gestión de

calidad, a su vez, para dar soluciones a los clientes en cuanto a sus reclamos solo el 43.75% a veces siguen procedimientos para dar solución a estas. Como se pueden observar, la falta de planes en cuanto a la prestación de servicio son deficientes ya que, no se plantean objetivos para llegar a satisfacer al cliente. Aunando a esto, la falta de una buena prestación de servicio en los restaurantes se ha ido reflejando cada vez más, cabe resaltar que uno de los factores que influyen a dar un mal servicio son los trabajadores, quienes tienen una comunicación defectuosa con el cliente, la falta de un buen trato hacia el cliente que ocasionan la incomodidad del cliente, en efecto, las empresas presentan deficiencias las cuales impiden el crecimiento. Por tal, es importante que los restaurantes se enfoquen en identificar puntos importantes para fortalecer la prestación de servicio. En ese mismo contexto, es necesario que los trabajadores sean motivados y capacitados para brindar una buena prestación de servicio, una mejor comunicación con los clientes que a la larga traera mejoras para la empresa.

Por todo lo anteriormente indicado, el enunciado del problema de investigación fue el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018?

Para dar respuesta al problema, se planteó el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018.

Para poder conseguir el objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018. Identificar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018 y Describir las principales características de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018.

Por lo tanto, la investigación se justifica porque permitió conocer las principales características de la motivación laboral rubro actividades de restaurantes y servicio móvil de comida en la ciudad de Huaraz, 2018. Para lo cual, la presente investigación se ejecutó con el objetivo de dar a conocer a los representantes las características de la motivación laboral que influyen en los trabajadores, para obtener un mayor desempeño, generar mayor eficiencia al momento de realizar actividades, cumplir los objetivos planeados y brindar un servicio de calidad los cuales darán como resultado una mayor concurrencia de clientes, el aumento de ganancias y el fortalecimiento de las MYPES, además, con los trabajadores que mejorarán su estilo de vida, y por último la demanda de proveedores (Hernández, Fernández y Bapista, 2014).

La presente investigación fue viable porque se contó con una población dispuesta a contribuir con el estudio. Así mismo, fue relevante para los representantes tener conocimientos sobre la motivación laboral en los trabajadores, ya que de ello depende

el cumplimiento de objetivos y demuestren todas sus capacidades para ser más competitivos en la empresa.

Así mismo, es importante que el gerente tome conciencia en la motivación de los colaboradores, los cuales pueden ser impulsados mediante la implementación de técnicas para poder ayudar a motivarlos, realizar reuniones que contribuyan al desarrollo de capacidades y habilidades, el manejo del clima laboral entre otros. Estos aspectos generarán un cambio en los trabajadores dado que, depende de ellos el logro de objetivos, la expansión y el aumento monetario de la empresa.

Por otro lado, la MYPE es uno de los grandes aportadores a la economía del Perú, es por tal que se realizó el estudio para identificar las diferentes características de la variable en estudio, con el fin de brindar recomendaciones que ayuden a mejorar su gestión, ya que si estas crecen traerá mayores beneficios para los gerentes que tendrán mayores ingresos monetarios, como también para los colaboradores que tendrán mayores oportunidades de empleo y de esta manera mejorar su estilo de vida, además de beneficiar a los proveedores pues, si la empresa crece necesitara más materiales e insumos el cual generará mayores ventas de los proveedores. Por lo que se ha ido observando los problemas que tienen los restaurantes son cuando no te llegan a brindar un buen servicio y ocasiona que no regreses a comprar, pues sus colaboradores al momento de atender a un cliente no lo hacen bien y da como resultado que los restaurantes no logren permanecer en el rubro.

En esta investigación la metodología fue cuantitativo, descriptivo, con un diseño no- experimental, pues, los datos recolectados se dieron en tiempo real, a su vez, es transeccional, a consecuencia de que los datos obtenidos fueron en un tiempo

determinado en su estado natural, es decir, no se intervino en ellas. En esta investigación se contó con una población de estudio conformada por 685 micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, por lo cual, se eligió a 246 MYPES. Por consiguiente, se aplicó como técnica la encuesta y su respectivo instrumento el cuestionario para la recolección de datos, los cuales fueron introducidos en el programa SPSS 25, que facilitó la recopilación, tabulación y análisis estadístico de las respectivas preguntas realizadas en la encuesta (Hernández, Fernández y Baptista 2014).

Tras la ejecución de la encuesta se obtuvieron los resultados siguientes: referente a gestión de calidad, el 54.10% manifestaron contar con un plan que les ayuda a detectar problemas, el 54.90% manifestaron hacer modificaciones una vez detectado el problema, el 51.60% opinaron verificar los objetivos que se alcanzaron según el plan elaborado y el 53.70% opinaron realizar acciones correctivas frente a los resultados. Así mismo, se obtuvieron respuestas sobre la motivación laboral, donde el 52.40% de los encuestados manifestaron que existe un ambiente de trabajo que contenga confianza, cooperación y compañerismo, el 53.30% opinaron manejar una relación de respeto con los trabajadores, el 54.10% opinaron que los trabajadores son participes en la toma de decisiones, el 55.30% manifestaron dar importancia a los resultados obtenidos por parte de los trabajadores, el 51.60% manifestaron que los trabajadores no tienen bien en claro a donde pretende llegar la empresa, el 60.60% manifestaron no implementar programas que ayuden en el desarrollo de habilidades, el 62.20% manifestaron hacer retroalimentaciones a los trabajadores, el 51.20% manifestaron no realizar reuniones con el objetivo de solucionar problemas, el 58.50% manifestaron agradecer a sus trabajadores, a su vez el 51.20% manifestaron reconocer sus esfuerzos

y por último el 68.70% manifestaron celebrar los éxitos de la empresa junto a sus trabajadores. En conclusión, los gerentes de las MYPES utilizan procesos que les ayude a mejorar la calidad de servicio, junto a sus trabajadores quienes tienen que mejorar sus actitudes y desempeño frente a sus actividades y poder llegar a satisfacer al cliente. Así mismo, son participes en todas las actividades dentro de la organización, ya que los gerentes fomentan un ambiente donde el colaborador se sienta cómodo e importante por las participaciones que realiza y fomentar una buena relación con ellos, a su vez, los restaurantes carecen en la implementación de programas para mejorar las habilidades del colaborador, además, de no realizar reuniones para solucionar problemas debido a la falta de tiempo, por el cual posponen las charlas.

## **II. Revisión de la literatura**

### **2.1. Antecedentes**

#### **Internacional**

Chamorro y Proaño (2018) en su trabajo de investigación *Identificación del perfil motivacional general del personal de Adecco Ecuador sucursal Quito*, presentado en la Universidad del Ecuador, elaborado para la obtención de Titulación modalidad Proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Psicólogo Industrial, el trabajo tuvo como objetivo la identificación del perfil motivacional general del personal de Adecco Ecuador sucursal Quito, la metodología utilizada fue: cuantitativo, descriptivo con un diseño no-experimental, el instrumento de la investigación fue la recopilación de información y el análisis del perfil motivacional (APM), con métodos estadísticos y técnicas, donde se contó con una población de 46 trabajadores de Adecco Ecuador sucursal Quito. Como resultado de la investigación se tomó uno de los cuadros estadísticos que son el perfil motivacional del área de selección de personal

de Adecco Ecuador Sucursal Quito, donde los más importantes en el perfil son: afiliación 4.54%, poder 5.02%, logro 5.16%, exploración 4.85% y contribución 5.1%. También podemos observar que los motivos de menos importancia que presentan en el perfil son: autonomía 3.51%, cooperación 3.23%, hedonismo 2.49%, seguridad 3.13% y conservación 82.08%. Teniendo como conclusión, que el personal de Adecco Ecuador Sucursal Quito tiene una gran autonomía, poder, exploración y contribución de los trabajadores que son capaces de poder realiza actividades que benefician a la empresa y tener un mayor reconocimiento. Además, cuentan con un perfil motivacional para realizar logros y contribuciones, a la vez, los directivos plantean nuevos retos para que sigan en aumento programas que generen mayores desafíos y puedan logran sus metas, con la motivación que posee cada uno de los integrantes hará que sus actitudes sean más eficientes.

Silvia (2016) en su trabajo de investigación *Elaboración y socialización de una guía para desarrollar talleres de actividades motivacionales, dirigidos a los trabajadores del restaurante de comida china mágico oriental, en el norte del distrito metropolitano de Quito, 2015*, tuvo como objetivo el mejoramiento del clima laboral, con los trabajadores comprometidos. La metodología de investigación utilizada fue como instrumento la observación, entrevistas y encuestas que fueron aplicadas a 30 trabajadores del restaurante, los resultados obtenidos fueron los siguientes: el 77% consideran que no existe un buen clima laboral, el 60% respondieron que el trabajo que realizan de manera eficaz y eficiente no es reconocido, el 100% respondió estar de acuerdo con cambiar la rutina diaria y el 48% respondieron que les gustaría recibir bonos como incentivos. En conclusión, los trabajadores del restaurante presentan varias molestias con respecto a la motivación o compensación que ellos deberían

recibir por parte de los propietarios de la empresa, para mejorar las relaciones interpersonales entre trabajadores y empleados crean un clima laboral apto para desarrollar un trabajo eficiente y contribuir con el crecimiento.

## **Nacional**

Flores y Choquehuayta (2016) en su trabajo de investigación *Nivel de motivación y desempeño laboral de los colaboradores del área de alimentos y bebidas del consorcio bon gourmet de la ciudad de Arequipa, 2015*, presentado en la Universidad Nacional de San Agustín, para la obtención del título profesional de licenciadas en turismo y hotelería, tuvo como objetivo determinar el nivel de motivación laboral y el desempeño laboral que poseen los empleados del consorcio Bon Gourmet. La metodología de investigación fue de tipo cuantitativo de carácter descriptiva simple, la población estuvo compuesta por 34 colaboradores, de los cuales no hubo muestra porque se trabajó con la totalidad de colaboradores, se utilizó como técnica la encuesta y su instrumento el cuestionario. Los resultados obtenidos fueron: el 47% de los trabajadores calificaron que a veces es cierto/ a veces es falso se sienten felices con sus resultados, el 35% a veces es cierto/ a veces es falso que los jefes demuestran aprecio y reconocimiento por el buen trabajo que realiza su personal, el 41% son responsables de cumplir con su trabajo, el 38% respondió a menudo es cierto la participación en la organización, el 29% respondió que se necesita mejorar los procesos e ideas que tienen, el 50% respondió a veces es cierto/ a veces es falso que uno puede contar con la colaboración de sus compañeros de trabajo, el 32% a veces es cierto/ a veces es falso la capacitación o entrenamiento con el objetivo de promover el desarrollo profesional, el 32% respondió rara vez es cierto que el ambiente físico de su área de trabajo es adecuado para que su desempeño sea más adecuado, el 29%

respondió que es bueno el trato y respeto con los demás, ya sea con superiores o compañeros de trabajo y el 43% conocen las funciones de la empresa. En conclusión, el nivel de motivación laboral es regular con tendencia a bueno, no logran cumplir con los objetivos, pero se preocupan por obtener un mayor rango en la empresa para obtener ascensos y tener un mayor sueldo.

Zúñiga (2018) en su trabajo de investigación *Influencia de la motivación en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa trans American Airlines- estación Arequipa, 2018*, presentado en la Universidad Nacional de San Agustín, para la obtención del grado académico de maestro en ciencias con mención en gerencia social y de recursos humanos, tuvo como objetivo determinar la influencia de la motivación en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa TACA S.A., estación Arequipa, 2018. La metodología empleada fue el método científico, por ser sistemático y confiable para la obtención de datos, a su vez el método deductivo, con un diseño de investigación no- experimental, descriptiva correlacional. Así mismo, se utilizó como técnica la encuesta y su respectivo instrumento el cuestionario, para el análisis de datos se utilizó el SPSS y el instrumento de confiabilidad a través del Alfa de Cronbach, la investigación contó con una población de 100 trabajadores. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: el 66% de los trabajadores manifestaron no haber recibido ningún tipo de incentivos y/o reconocimientos, el 39% manifestaron afectar la motivación por los intereses y necesidades que los trabajadores traen a la empresa, el 44% opinaron que las remuneraciones dadas por el trabajo realizado lo consideran no justas, el 39% manifestaron que las condiciones laborales ayudan en la motivación y el desempeño laboral, el 53% precisaron que no son apropiados los recursos y equipos que se emplean en la jornada laboral, el 50% manifestaron que la

motivación que reciben los trabajadores es favorable, el 68% manifestaron que las mejoras deben ser en los reconocimientos, el 55% señalaron que no está de acuerdo, ni en desacuerdo en los incentivos y/o reconocimientos a los méritos alcanzados por ellos, el 69% indicó estar de acuerdo con su nivel de productividad, el 62% manifestaron que para obtener un buen rendimiento se debe mejorar a través de línea de ascensos y el 62% mencionó satisfacer sus necesidades de seguridad. Teniendo como conclusión, que la mayoría de los colaboradores de la empresa TACA S.A., no han recibido incentivos y/o reconocimientos no monetarios, las necesidades de los trabajadores afectan la motivación, los incentivos monetarios que se les ofrece, son considerados más o menos justa por la mayoría, las condiciones del ambiente laboral afectan de cierta manera el desempeño laboral. Por otro lado, la motivación brindada es desfavorable, en el cual la empresa debe mejorar los factores de motivación de sus colaboradores.

Guevara (2018) en su tesis *Propuesta de un plan motivacional para mejorar el desempeño laboral de los colaboradores de CMAC Piura S.A.C., Chepén-2018*, presentado en la Universidad Nacional de Trujillo, elaborado para optar el grado en maestra de Ciencias Económicas, el trabajo tuvo como objetivo proponer el plan motivacional para mejorar el desempeño laboral de los colaboradores de CMAC Piura S.A.C agencia Chepén- 2018, la metodología empleada fue: cuantitativo-descriptivo, con un diseño no experimental, utilizando como técnica la encuesta y su instrumento el cuestionario y como guía la entrevista, se contó con una población de 27 encargados que están distribuidos en cargos distintos, debido a la cantidad reducida la muestra es censal. Los resultados hallados fueron: el 51.85% de los encargados manifestaron encontrarse entre los 27- 31 años de edad, el 55.56% manifestaron ser de género

masculino, el 51.85% manifestaron tener estudios universitarios, el 77.78% opinaron sentirse totalmente motivados, el 55.56% manifestaron que en su área de trabajo si se cumplen las metas trazadas, el 59.26% opinó participar en las decisiones, el 77,78% manifestaron recibir incentivos por sus logros, el 51.85% manifestaron recibir felicitaciones o reconocimientos por cumplir sus metas, el 59.26% manifestaron estar de acuerdo en la participación de eventos o actividades de esparcimiento que realiza la empresa, el 62.96% indicó manejar una buena relación con sus compañeros de trabajo, (l) con respecto al ambiente de trabajo el 66.67% mencionó encontrarse en un ambiente donde existe confianza y respeto, el 59.26% manifestaron considerar las opiniones o propuestas para la mejora de su trabajo, el 51.85% manifestaron estar en acuerdo al poder desarrollarse profesional o personalmente a la par con su trabajo y el 77.78% mencionó estar de acuerdo con su puesto de trabajo. En conclusión, el plan motivacional que se ejecuto fue en base a un diagnóstico, destacando como ejes motivacionales dar mayor autonomía, dar reconocimiento, dar variedad en sus funciones y dar oportunidades de desarrollo. Además, de que los colaboradores conocen y afirman la importancia de la motivación, pero sienten que no están motivados completamente al realizar su trabajo. Por otro lado, los colaboradores no tienen la potestad de elegir su horario de trabajo, pero, si reciben incentivos por sus logros, mantienen buenas relaciones.

Villacorta (2019) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurantes, urbanización los jardines, Trujillo 2018*, tesis para optar el título profesional de Licenciado en administración, tuvo como objetivo determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en su

ámbito de estudio. La metodología empleada fue, un diseño no experimental, descriptivo, cuantitativo, se contó con una población de 11 MYPES, por ser una muestra pequeña se tomó toda la población. Los resultados obtenidos fueron: el 55% manifestaron estar entre 31 -50 años de edad, el 64% manifestaron ser de género masculino, el 55% de los representantes manifestaron tener un grado de instrucción del nivel superior universitario, el 82% indicaron ser dueños, el 45% manifestaron estar de 7 años a más en el cargo, el 55% manifestaron estar en el rubro de 7 a más años, el 91% de los representantes cuentan con 1 a 5 trabajadores, el 82% de los trabajadores son personas no familiares, el 45% de los representantes conocen el término gestión de calidad, el 82% manifestaron que presentan dificultad de los trabajadores en la implementación de la gestión de calidad, el 100% manifestaron que la gestión de calidad alcanza objetivos y metas de la empresa, el 64% manifestaron que la comunicación es una herramienta para un servicio de calidad y el 73% indicó que por una mala organización de los trabajadores se da mala atención al cliente. En conclusión, los representantes de las MYPES, conocen el término de gestión de calidad y atención al cliente, la mayoría son de género masculino, con más de 7 años en el cargo, la mayoría miden el rendimiento a través de la observación, la mayoría de los trabajadores presentan dificultades al no poder adaptarse a los cambios.

### **Local**

Barbeito (2019) en su tesis *Caracterización de la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro restaurantes del distrito de Huaraz 2016*, para optar el título profesional de licenciada en administración, cuyo objetivo es describir las principales características de la formalización en su ámbito de estudio. La metodología usada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, con un diseño no

experimental-transversal debido a que los datos se recolectaron en un solo momento, la técnica aplicada fue la encuesta y su instrumento el cuestionario, a su vez, los resultados obtenidos fueron registrados al programa estadístico SPSS 24, se tuvo como población de estudio a 82 MYPES, por el cual, se trabajó con todas al ser una población pequeña. Los resultados obtenidos fueron: el 30.49% de los emprendedores opinó encontrarse de 46 a 55 años de edad, el 63.41% manifestaron ser mujeres y el 47.56% tienen educación de nivel secundario. La conclusión fue, que las micro y pequeñas empresas cuentan con licencia de funcionamiento, están inscritos en el Registro Único del Contribuyente (RUC), pero cuentan con algunas dificultades con la informalidad y el acceso de seguridad social, estos en su mayoría son representados por el género femenino, se encuentran entre los 46 a 55 años de edad, además de contar con un nivel de estudios secundario.

Aranda (2018) en su tesis *La gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro actividades de restaurantes del casco urbano de Chimbote - 2016*, tesis para optar el título profesional de Licenciado en administración, tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, se utilizó como metodología de investigación, el diseño no experimental, de tipo cuantitativo y nivel descriptivo, como técnica se utilizó la encuesta y el cuestionario como instrumento, se tuvo una población de 149 micro y pequeñas empresas, de las cuales se tomó como muestra 27 micro y pequeñas empresas. Los resultados fueron: el 51.90% de los representantes manifestaron encontrarse entre 31 a 50 años de edad, el 51.90% manifestaron ser de género femenino, el 51.90% indicó

tene un grado de instrucción de nivel superior universitario, el 40.80% manifestaron ser administradores, el 48.20% manifestaron tener más de 6 años en el cargo, el 59.30% manifestaron encontrarse de 6 años a más en el rubro, el 59.30% cuentan con 1 a 5 trabajadores, el 44.50% manifestaron que los trabajadores no son familiares, el 88.90% manifestaron establecer los logros, criterios y estrategias que forman parte del servicio a brindar, el 92.60% manifestaron si realizar un seguimiento detallado de los problemas que podrian originarse, el 88.90% manifestaron analizar las posibles causas que generan problemas en el proceso de preparación de alimentos, el 100% manifestaron si planificar soluciones a los problemas, el 92.60% manifestaron que si han establecido un sistema de medicion de resultados, el 96.30% manifestaron observar constantemente cómo operan y si se estan alcanzando los objetivos y el 63.00% mencionó proporcionar informacion a sus clientes acerca del proceso de preparación de alimentos. En conclusión, la mayoría de los restaurantes establecen los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar, se realiza un seguimiento detallado de los problemas que se podrian darse en el proceso de preparación de alimentos, analizan las posibles causas que generan problemas en el proceso de preparacion de alimentos, han registrado el nombre de su establecimiento en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), ademas de contar con un sistema de almacenamientos de insumos, sistema de manejo de inversiones y poseen planes de formación a los empleados.

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

### **Las micro y pequeñas empresas**

Congreso de la República del Perú (2013) hace referencia a la Ley N° 30056, Ley que modifica diversos puntos de la ley anterior, para facilitar la inversión, impulsar el

desarrollo productivo y el crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas, con el objetivo de promover un desarrollo empresarial de las MYPES. A su vez, contribuye a un mejor manejo de las organizaciones, así mismo trae beneficios laborales como la generación del empleo y aportes tributarios que ayudan el crecimiento de la economía, además se encuentran clasificadas de acuerdo al nivel de ingresos.

Peña, Aguilar y Posada (2016) refieren que las empresas realizan actividades económicas independientes de su forma jurídica que se distingue por su habilidad de relacionarse con entes, quienes les proporcionan o provee y a los que les satisface sus necesidades. Estas se catalogan como micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, las cuales son diferenciadas de acuerdo a los números de venta, sus inversiones, entre otros. Pero, que en la mayoría de países estos son diferenciados de acuerdo al número de trabajadores con los que cuenta

Quintero, Padilla y López (2015) mencionan que la variedad entre preocuparse por los problemas y ocuparse en estudiar los problemas de la MYPE, se puede observar en los resultados de investigaciones formales con carácter científico donde se abordan explicaciones de su éxito o fracaso. Se le confunde como empresas familiares que en esencia se distinguen por ser propiedad y estar dirigidas en mayor parte por personas relacionadas por lazos de consanguinidad.

Mungaray, Ramirez y Aguilar (2016) mencionan que desde los años ochenta en un mundo lleno de inestabilidad y riesgo, las grandes empresas han empezado a experimentar problemas de cómo mantener las grandes escalas de producción y las economías. En consecuencia, las grandes empresas han empezado a disminuir su

tamaño en planta y sus números de proceso que fueron integrados en las pequeñas empresas. Es importante porque tiene la capacidad de adaptación a los cambios debido al tamaño, la creación de empleos, su flexibilidad y tiene una estabilidad socioeconómica. También ayuda a reducir la pobreza ya que es un sector privado y proporciona abundantes puestos de trabajo.

### **Restaurantes**

Congreso de la República de Perú (1994) menciona que la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), que tiene como objetivo promover puntos que ayuden a los restaurantes a la categorización, calificación y supervisión del establecimiento.

Flores (2018) menciona que se denomina restaurantes a establecimientos que en la mayoría de los casos son servicios públicos, el cual está formada por un local donde se brindan variedades en comidas y bebidas para el consumo. Hoy en día, se ha expandido en gran cantidad la creación de nuevos restaurantes y se han especializado en distintos servicios con varias sucursales, estas pueden ser pequeñas, medianas o grandes con el objetivo de satisfacer las necesidades en grandes grupos de personas.

Chamizo (2009) menciona que los restaurantes, han tenido una gran expansión territorial, tanto en carretera, edificios y hoteles. Este representa la presentación del servicio de comidas y bebidas, estos se encuentran subdivididas en categorías desde el más lujoso restaurante representada por cinco tenedores y la mínima por uno. Estas se diferencian de acuerdo, a su denominación de acuerdo a los productos que ofrecen: hamburgueserías, pizzerías, bodeguitas, entre otros. Orientándose a mejorar la calidad

del servicio del cliente, la productividad, buscando a su vez la rentabilidad de la empresa. Los restaurantes se clasifican de la siguiente manera:

- Restaurante tradicional: es el establecimiento que dispone de platos típicos e internacionales, compuesto por mesas independientes.
- Cafetería: es la atención de servicios de consumo ligero.
- Snack bar: es la prestación de servicios con la atención de menús sencillos.
- Buffet abierto: es la modalidad con más tendencia o usada en los hoteles, los clientes tienen la facultad de servirse a voluntad las veces que lo desee

### **Gestión de calidad**

Armendariz (2019) indica que la gestión de la calidad ha pasado por muchos cambios a lo largo de los años, centrandose esta ultima a partir de los años 1990, donde se busca el valor total para el cliente, una distinción diferente anteriormente. Llegando a que la gestión de la calidad, es un conjunto de actividades dirigidas a lograr satisfacer al cliente, haciendo referencia tres objetivos:

La calidad es la satisfacción de las expectativas del cliente: para la calidad no hay un patron, ni son resultados objetivos. Sino, es el cliente quien obtiene lo que espera de un bien o servicio además, el que provee el bien o servicio, se muestre satisfecho con la prestación o elaboración de este (Armendariz, 2019).

Cliente externo y cliente interno: se debe considerar al cliente externo quienes vendrian ha ser los consumidores del producto pero, a su vez, al cliente interno los cuales lo conforman las personas que se encargan del proceso de producción de servicios (Armendariz, 2019).

*El menor coste posible:* este se orienta a la eficiencia en los procesos y la optimización de los recursos, es decir utilizar los recursos de manera coorrecta y cuando sea necesario para evitar el desperdicio de materiales u otros, que ayudan a reducir los gastos (Armendariz, 2019).

Tolosa (2016) menciona que la mejora continua es aplicada de manera gradual y ordenada las cuales pueden ser a través de eventos o procesos de mejora, las cuales involucra a todas las personas que forman parte de la empresa para la búsqueda de soluciones ante los procesos que muestran deficiencias. Este proceso puede ser aplicado cuando surgen interrogantes como: problema en cuanto a calidad, mejora de las áreas de actividad y de los equipos, la disminución del tiempo al momento de dar respuesta al cliente, entre otros. Este cuenta con diversas técnicas consideradas dentro de las variedades en metodología, pero el que cumple mayor relevancia es el método six que cuenta con las fases DMAIC que son las siguientes:

*Definir (Defines):* es la definición de la situación actual de los procesos de la empresa o la socialización de los problemas donde se pretende trabajar. Para poder definir estas situaciones se debe realizar lo siguiente: realizar las exposiciones sobre todos los documentos de los procesos actuales, identificar los flujos de información y una vez culminado con las exposiciones e identificado los flujos, se debe establecer las responsabilidades y el rol que tienen que ejecutar cada integrante.

*Medir (Measure):* en esta fase se hará la identificación de los procesos para medir su desempeño y el grado de eficiencia que tienen. A su vez, este servira para la siguiente fase, para hacer comparaciones con los resultados esperados y con los obtenidos para poder medir los cambios.

Analizar (*Analyze*): en esta fase se hace la realización del análisis de los resultados, así mismo es importante buscar el punto óptimo en el número de datos para poder hacer las mediciones necesarias. Además, es necesario contar con una buena cantidad de muestreo para que no distorsione los resultados.

Mejorar (*Improve*): en esta fase se hará uso de técnicas y métodos que ayuden a mejorar los procesos y sean más eficaces y eficientes, entre las técnicas se pueden considerar al Poka-yoke, las 5 s, entre otros.

Controlar (*Control*): esta es la fase final del proceso donde se harán las implementaciones de herramientas de control que ayuden a hacer el seguimiento de las mejoras aplicadas y gestionar su correcta evaluación.

Deming (como se citó en Carro y Gonzáles, 2012) refiere que la calidad es la necesidad de poder traducir en un futuro el bien o servicio, semejante a las características de los clientes, los cuales ayudaran a hacer modificaciones, mejoras en el diseño y fabricado del producto para lograr la satisfacción del cliente. Para reducir las varianzas por medio de mejoras continuas, plantea el círculo PDCA:

Planificar: es la primera fase del proceso, donde la empresa deberá analizar la situación actual en la que se encuentran, por lo cual, deberá recopilar información, para analizar las causas y crear un plan operativo que permitan plantear soluciones.

Hacer: en esta segunda fase se deberá dar en ejecución el plan elaborado en la primera fase, pero antes de aplicarlo este deberá ser probado para poder identificar posibles defectos que puedan malograr el proceso, ante ello, poder prevenirlas.

Verificar: una vez implementado los cambios se debe realizar un control para medir resultados, y poder observar si lo que se planeó al inicio se ha llegado a cumplir de acuerdo a las responsabilidades que a cada uno le toco.

Actuar: en esta última fase se resume todo el procedimiento, una vez ejecutada el proceso se deberá documentar la solución del problema y hacer las retroalimentaciones necesarias.

Cortés (2017) menciona que la gestión de calidad pone en marcha un sistema que anima a las organizaciones a poder definir, identificar, controlar y analizar los requisitos del cliente de tal manera poder proporcionar la confianza tanto en la organización como a sus clientes, a la vez, tener los productos que puedan satisfacer las necesidades del cliente y poder suministrar los requisitos de forma consistente. Dado las necesidades y expectativas de los clientes las organizaciones deben estar en constante cambio para poder mejorar sus productos y servicios. Para poder conseguir los resultados esperados, se debe tener el aseguramiento de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad que vienen a ser partes de la gestión de calidad. Para poder tener una realidad de la organización y sus necesidades en relación con la calidad son: la satisfacción del cliente, confianza en que se cumplirán los requisitos, control de los procesos y la mejora de las prestaciones.

### **Motivación laboral**

Cruz (2014) menciona que la motivación es la fuerza que lleva a una persona a realizar determinada acción con un cierto nivel de esfuerzo, en una empresa hay distintos motivos que tiene una persona para desarrollar ciertas actividades. La

motivación es un factor importante en una empresa, ya que de esta depende la eficacia y eficiencia en que se desenvuelva al realizar sus tareas.

De la Cruz (2015) menciona que la motivación es una fuerza e impulso interior con un determinado nivel de esfuerzo que tiene una persona, es un aspecto importante en una organización, estos impulsos son diferentes dentro de cada persona. Para algunos la forma de motivarse puede ser de manera económica y para otros no. Se plantean 2 tipos de motivación: la motivación extrínseca que se dan cuando se cumplen objetivos por recibir una retribución y la motivación intrínseca que son las características de la propia persona en su área de trabajo, es conseguir que los trabajadores hagan más allá de los cumplimientos de los objetivos.

Tarango (2010) menciona que se denomina motivación a factores que intervienen en una persona para realizar una acción cumpliendo determinados objetivos. Estos estímulos se convierten en un deseo, donde el comportamiento de las personas será condicionado para lograr alcanzar el deseo, por lo cual la empresa debe manejar técnicas de motivación para lograr mejores resultados:

Identificación con la empresa: se orienta a la comodidad que tiene el colaborador en el ambiente laboral, que se sienta identificado con la forma de actuar de una empresa, conozca la visión, misión y objetivos de la empresa y esté dispuesto a cumplirlos.

Determinación de objetivos: está orientada a que el colaborador se sienta identificado con los objetivos, donde este debe tener en claro lo que debe conseguir, y tener siempre esa actitud para poder cumplir con los objetivos trazados.

Elección del mejor para cada puesto de trabajo: se trata de desempeñar todas las funciones en un puesto de trabajo, esta no solo se da por las actitudes, sino que dependerá de las capacidades y habilidades que requiera el puesto de trabajo.

Reconocimiento del trabajo efectuado: toda actividad realizada por el colaborador debe ser reconocida, para así obtener un mayor rendimiento y lograr desarrollar sus habilidades, una de las maneras de premiar al colaborador por sus resultados podría ser un elogio, un aumento de sueldo o un premio.

Valoración del trabajo efectuado: para poder darle un mayor valor al reconocimiento, también se debe hacer llegar los resultados que cada colaborador obtiene. Además, que los objetivos deben ser medidos para ver si hay incremento o decremento.

Participación en la toma de decisiones: toda empresa conoce el trabajo que ejecuta, donde la toma de decisiones está relacionada con los objetivos. En la mayoría de veces no se toma en cuenta la participación del colaborador en la toma de decisiones, pero esta actitud no es correcta.

Ofrecer buen clima de trabajo: para poder llegar a trabajar motivados, depende del clima laboral donde se encuentre el colaborador, ya que este se ve afectado con las diferentes culturas que tiene cada integrante en la organización. Él puede ser muy bueno pero el clima laboral no es el adecuado y dificultara que se desenvuelva correctamente en sus actividades.

Favorecer el trabajo en equipo: para poder mejorar el clima laboral en una empresa, se debe tratar de que los colaboradores sean más abiertos y puedan trabajar en equipos

para compartir ideas y actuar en forma eficiente con los objetivos. Esta técnica debe ser programada por la empresa.

Formación y desarrollo personal: para mejorar las cualidades y habilidades del colaborador en las actividades que realiza, y así poder tener un mayor rendimiento y disminuir el tiempo. Esto favorece a la empresa, ya que conocerán a los colaboradores más eficientes y que conviene retenerlos en la empresa. Por otra parte, la Formación y el desarrollo personal genera un gasto para la empresa, ya que estos se invierten en capacitarlos, y el colaborador puede irse a la competencia.

Mejora de las condiciones laborales: es uno de los factores más importantes en toda empresa es la seguridad y las condiciones del colaborador, las cuales afectan en el rendimiento y la insatisfacción, esto se da al no tener un adecuado establecimiento que cuente con todas las medidas de seguridad lo cual, puede causar gastos para empresa, porque el colaborador correrá riesgos de sufrir un accidente.

Enriquecimiento del trabajo: esta se refleja en las actividades que no son propensas a cambios, son actividades que tiene los mis procesos y se repiten día tras día, esto genera que el colaborador se acostumbre a realizar dicha actividad y no ejecutar otras. Para poder enriquecer el trabajo, la actividad debe ser rotativa, mas no rutinaria, se debe plantear nuevas metas, mayor responsabilidad.

Variedad en las funciones y tareas: está relacionado a lo mencionado en el punto anterior, se da con el objetivo de eliminar las actividades rutinarias, usado como una de las técnicas de motivación, para dar variedad a las funciones una de ellas es rotar a los colaboradores en distintos puestos, pero que estén relacionados a los conocimientos que tienen.

Torres (2017) menciona que para generar un clima laboral es importante que la motivación este presente para poder lograr las metas establecidas, para tener una motivación laboral el responsable tendrá que manejar las necesidades del trabajador y dar un incentivo correcto. Se debe considerar que la motivación será adecuada si el trabajador estuvo desarrollándose de acuerdo a los pasos que ejecuto el líder, porque si el trabajador no siguió estos pasos será más difícil llegar a observar lo que le falta para completar su motivación.

Sánchez (2014) menciona que la motivación no es una variable que se puede ver en forma directa, solo tiene que inferirla dentro de las manifestaciones externas dependiendo de cada conducta de la persona, resulta complejo poder motivar a la persona que cumpla con los estándares de la eficiencia, hace mención a los tipos de motivación:

#### Motivación individual- Motivación colectiva

Toda persona es única, que cuenta con diferentes características que lo diferencia de otro. Para esto se plantean elementos de la motivación que ayudan a desarrollar mejor el potencial que tienen. El trabajador tiene diferentes roles como persona, trabajador, etc. Existen componentes en la motivación las cuales son: (a) El componente de la expectativa: en el cual se encuentra la autoestima, (b) El componente del valor, (c) El componente afectivo: influyen las emociones. Así mismo, de tener una motivación individual, esta se debe saber manejar en la conducta que estos tienen es por eso que cada persona tiene diferentes formas de actuar. En las cuales se encuentran diferentes formas de recompensar: un sistema que tenga reconocimiento personal, premios en especie o monetarios, sistemas de compensación, sistemas de

incentivos sociales, mejoras en los contratos y las condiciones que contengan y el aumento en las remuneraciones las cuales pueden ser fijas o variables (Sánchez, 2014).

#### Motivación no dineraria

Para dar una motivación que no solo sea dineraria, se tiene que establecer programas de motivación, para en si generar un mejor clima laboral y calidad de vida entre otros. Para poder realizar este tipo de motivación la empresa debe considerar la cultura y valores de la persona. Entre las motivaciones no dinerarias tenemos: beneficios, la motivación social, estas se dan en las mejoras de seguridad, salud laboral, reducir las jornadas y poder cumplirlas en otro día, tener una flexibilidad en horarios, entre otros; dar un salario emocional, donde se debe mantener una comunicación, identificar las necesidades, el reconocimiento, entre otros (Sánchez, 2014).

Montaño (2016) menciona que la motivación es el factor clave para potenciar el factor humano, que conlleva a las personas a realizar ciertas acciones para alcanzar sus objetivos. Es importante poder influir en las voluntades de los individuos, este se le conoce como la capacidad de motivación, y conseguir que estas se encuentren motivadas. En las empresas se encuentran numerosas razones para que un trabajador se encuentre desmotivado dado, a que existen diversos factores que se dan en la empresa: los constantes cambios, los conflictos entre compañeros, entre otros. Para el cual, menciona tipos de motivación:

## Motivación individual

Cada persona tiene algo que le motiva a hacer algo, por ende, para alcanzar estas motivaciones la persona debe recibir estímulos por parte de la misma, donde se encuentra:

- La automotivación. - Cada persona encuentra la forma de estimularse para creer en sí mismo y poder cumplir con sus objetivos propuestos. Siempre debe confiar en sí mismo y hacerse una autoevaluación para ver cuán motivado se encuentra.
- Motivación exterior. - La capacidad de poder influir en alguien es difícil, ya que cada persona tiene diferentes estímulos para poder motivarlo.

## Motivación colectiva

De acuerdo a Montaña (2016) este tipo de motivación se da en grupos de trabajo dentro de una empresa, la manera de poder conseguir una motivación colectiva es manejar una buena comunicación entre los miembros. Para poder llegar a ello, se hace un análisis sobre las características del grupo para poder aplicar estímulos adecuados:

- Feedback: escuchar a cada miembro del grupo, para que se realicen retroalimentaciones, referentes a su desempeño en su puesto de trabajo que ayude a mejorar sus debilidades.
- Adaptar los estímulos al grupo: Los estímulos serán aplicados de acuerdo al grupo, y aplicar una motivación estándar, como pueden ser incentivos o primas de acuerdo a la consecución de resultados (Montaña, 2016).

- Establecimiento de objetivos desafiantes: Cada grupo debe tener en cuenta los objetivos, metas y resultados para que los esfuerzos realizados estén dirigidos a un objetivo. Ver objetivos a corto plazo y largo plazo.

#### Motivación económica

Se pueden motivar a los trabajadores de distintas formas una de ellas es la económica, donde se pueden dar comisiones, pero se dan de manera momentánea. Esto se debe a que las comisiones o aumento de sueldos que se les dan no van a ser continuos, ya que la empresa en algunos momentos tendrá bajas económicas y no podrá cubrir esos incrementos. Solo sería el caso por cumplimiento de metas que realicen en una cierta actividad (Montaño, 2016).

#### *Motivación no dineraria*

Toda empresa trata de conocer y comprender las diferentes situaciones que atraviesan las personas. Este tipo de motivación se puede dar en las personas que se sienten motivados con lo emocional que en la racional se puede dividir en:

- Mejora de las condiciones laborales: para generar mejores condiciones se debe tener ante todo una comunicación, la motivación de los trabajadores, seguridad, entre otros.
- Adecuación persona-puesto: para poder obtener los resultados deseados por cada área, se debe tener en condición de poner a un trabajador en el puesto que él tenga conocimiento y se haya especializado, si se pone en cargos que ni siquiera conocen estos traerán dificultades.
- Enriquecimiento del trabajo: Al realizar sus tareas el trabajador no se desenvuelve como él quisiera ya que se le limita como si fuera una máquina,

no puede darle un toque al trabajo que está haciendo. Para poder enriquecer el trabajo se le debe dar diferentes tareas que ayuden a varias sus funciones.

- El reconocimiento del trabajo: si un trabajador cumple con una actividad de manera eficiente se le debe dar un reconocimiento por su esfuerzo, para que los demás sigan sus pasos.
- La participación: hacer partícipes a los trabajadores en la toma de decisiones, ya que ellos conocen mejor el campo.

Fernández (2016) menciona que la motivación es la capacidad de poder hacer o decir a una persona para que se sienta bien consigo misma y mejorar su autoestima. Se debe tener una habilidad para poder desarrollar la motivación en la persona, no solo basta decir ¿estás bien?, sino es poder lograr un comportamiento que den resultados y generen cambios para poder relacionarnos con la persona y poder motivarla por el cual, plantea 10 reglas básicas para motivar:

#### Ambiente de trabajo positivo

El ambiente de trabajo pasa por muchos cambios es así, que se debe crear un ambiente de confianza, cooperación, compañerismo y respetar las ideas y no reprender al trabajador frente a sus compañeros.

#### Participación en las decisiones

Dar la oportunidad a los trabajadores para que den sus opiniones o ideas para mejorar en las deficiencias que se presenten, no rechazarlas de una forma grotesca, sino mencionarle porque no estaría bien lo que plantea.

#### Involucración en los resultados

Hacerle saber al trabajador de que sus resultados afectan al departamento en el que pertenece y a la compañía, Además, se debe premiar por los resultados positivos que tenga, y retroalimentar si tuvo algunas dificultades.

#### Sentido de pertenencia al grupo

Lo primero que se debe lograr es que el trabajador se sienta identificado con la compañía, hacerle ver lo importante que es el puesto que ocupa y que esté dispuesto a cumplir con los objetivos y metas de la empresa.

#### Ayude a crecer

Para que el trabajador mejore en su desempeño laboral se debe brindar capacitaciones que lo ayuden en su formación, ayudar a mejorar las habilidades que posee, darle nuevos retos para que se motive a cumplirlos y superarse.

#### Retroalimentación (Feed- back)

De acuerdo al desempeño que tiene darle una retroalimentación donde muestre los puntos que debe mejorar, para que se sienta importante que sepa que uno está atento al progreso de sus labores.

#### Escúcheles

Tratar de reunirse con sus trabajadores en ciertos periodos para poder escuchar sus quejas o reclamos, pero no preguntar más allá de su vida privada, que no tiene nada que ver con el trabajo y no afecte su desarrollo laboral.

#### Agradecimiento

Siempre dar gracias al esfuerzo que realiza el trabajador, estos pueden ser reconocidas de distintas formas, una de estas puede ser en reuniones donde se reconocen los esfuerzos de todos los integrantes de la compañía.

## Premie la excelencia

Aparte de manifestarle sus agradecimientos a los trabajadores, estos también pueden ser premiados por un excelente trabajo dentro de la organización, estas premiaciones pueden darse delante de todos sus compañeros para que ellos también tomen su ejemplo y quieren ser reconocidos también.

## Celebre los éxitos

Celebrar el éxito de la compañía junto a todos los integrantes, ya que gracias a sus esfuerzos se están cumpliendo con los objetivos planteados y si ellos no estuvieran no se hubieran logrado.

## **Marco conceptual**

### Calidad

Es la capacidad que tiene un objeto con un grado previsible de uniformidad y confianza que se dan a un bajo costo en el mercado, en cumplimiento de los requisitos del cliente, cuando se habla de calidad significa que el bien o servicio sea grande, sino que estos pueden ser pequeños con simples detalles pero que cubren con las necesidades del consumidor.

### Componentes

Es un sistema dinámico que expresa una cualidad nueva y superior, pero que simultáneamente se articula con otros componentes, estos pueden ser parte de un determinado proceso que juega un papel dentro de ellas, que hace posible su desarrollo.

### Interés

Es el comportamiento que muestra la persona con una emoción positiva en reiteradas veces, además es un factor motivacional importante en el desarrollo de habilidades, conocimientos, entre otros.

#### Innatas

Son inherentes a la naturaleza humana, estas no dependen de un aprendizaje, y están asociadas a los estímulos internos como el hambre, la sed, entre otros.

#### Satisfacción

Cuando se habla de satisfacción hace referencia a cuando una persona logra llegar a las necesidades y expectativas del cliente para así poder satisfacer su necesidad.

#### Estático

Hace referencia a cierta resistencia en cambiar su comportamiento este se muestra indiferente frente al cambio, entonces estos son prácticamente obligados a realizar determinadas actividades que no le nace hacer.

#### Valoración

Es el reconocimiento que hace una persona hacia otra por su desempeño y esfuerzo que muestran en la ejecución de sus actividades para lograr cumplir un objetivo determinado.

#### Diagrama de flujos

Es la presentación grafica de un proceso el cual permite identificar los de control, a su vez sirve como elemento de apoyo, para construir el diagrama se debe considerar aspectos de nivel de profundidad y la identificación y anotación sobre los puntos de decisión.

Poka - yoke

Es un término japonés que significa *a prueba de errores*, esta herramienta busca eliminar o evitar equivocaciones en los procesos, los cuales pueden ser en el ámbito humano o de los sistemas automatizados.

### **III. Hipótesis**

En la presente investigación Gestión de calidad con el uso de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas, no se realizó la formulación de hipótesis al ser una investigación descriptiva.

## **IV. Metodología**

### **4.1. Diseño de la investigación**

En la presente investigación el diseño fue no experimental- transversal, ya que en los datos recolectados no se realizó ninguna manipulación de la variable, a su vez solo se describieron las características de la variable para dar respuesta al planteamiento del problema. Además, es transversal porque solo se dio en un único momento, este proceso se realizó en un único tiempo. También fue de tipo cuantitativo, debido a que se utilizó la estadística para medir las características de la variable. Por consiguiente, los datos recolectados fueron procesados en programas para cuantificar los datos, así mismo fue de nivel descriptivo, ya que se buscó solo describir la realidad, con el fin de esclarecer una verdad o comprobar una hipótesis, en este caso la variable de estudio motivación laboral.

### **4.2. Población y Muestra**

#### **Población**

En este caso la población fue finita, puesto que, se conoce la cantidad de restaurantes existentes en la ciudad de Huaraz, datos que fueron brindados por parte de la Municipalidad de Huaraz. Datos que muestran la cantidad total de 685 micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas, por el cual, se trabajó solo con los restaurantes, es decir, se incluyó a los restaurantes que se encuentran en condición de formal, excluyendo a los de servicio móvil de comidas, dado que en su mayoría son informales.

## Muestra

Para este caso, al ser una población grande se utilizó la fórmula de muestreo acorde con el número de micro y pequeñas empresas actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018. De tal manera, se obtuvo como resultado una muestra de 246 MYPES con la cual se trabajó en la investigación. La muestra se determinó aplicando la fórmula de muestreo que ayudo a determinar la muestra finita:

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

En donde:

N = Total de población: 685 empresas en el rubro restaurantes.

Z<sup>2</sup> = Nivel de confianza: 1.960, que sería igual al 95% de confianza.

e = Error permitido: 5%

p = Variable positiva: 0.5%

q = variable negativa: 0.5%

n = muestra (población finita): 246

La aplicación de la fórmula fue para determinar la muestra fue la siguiente:

$$n = \frac{(1.960)^2 * 0.50 * 0.50 * 685}{(685 - 1)(0.05)^2 + (1.960)^2 * 0.50 * 0.50}$$
$$n = \frac{657.874}{2.6704}$$
$$n = 246.35$$

De tal manera, se obtuvo una muestra de 246 micros y pequeñas empresas a las que les aplicó la encuesta para la investigación

### 4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Son individuos que cumplen un rol muy importante dentro de las empresas, ya que estos son la autoridad máxima dentro de ella, y se encargan de dirigir y controlar a la empresa para el cumplimiento de objetivos.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen distintas características, algunas de ellas son: edad, género, grado de instrucción y cargo que desempeña.	Edad	- 18-30 años - 31-50 años - 51 a más años	Ordinal
			Género	- Femenino - Masculino	Nominal
			Grado de instrucción	- Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitaria - Superior universitaria	Ordinal
			Cargo que desempeña	- Dueño - Administrador - Encargado	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	Es una actividad económica independientemente de su forma jurídica, estas son creadas para satisfacer las demandas realizadas por el mercado. Estas difieren en cuanto al tamaño algunas son: grandes empresas, medianas o pequeñas empresas, que dependiendo a su tamaño contratan trabajadores, y también realizan nuevas inversiones.	Las micro y pequeñas empresas tienen diferentes características, de las cuales se tomó algunas de ellas como: tiempo de permanencia de la empresa en el rubro, el número de trabajadores con los que cuenta y si tienen alguna relación familiar.	Tiempo de permanencia	- 0-3 años - 4-6 años - 7 años a más	Ordinal
			Número de trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Nominal
			Personas que trabajan en su empresa	- Familiares - Personas no familiares	Ordinal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de calidad	La gestión de calidad es un proceso que sigue toda empresa para mejorar su gestión estas se dirigen a la mejora continua de las prestaciones que realiza a sus clientes, las cuales toma como referencia las características del cliente para poder llegar a satisfacerla.	Para poder determinar la gestión de calidad se debe seguir un proceso de mejora continua que está conformada en 4 fases donde se puede observar distintas características como: el plan para detectar problemas, seguimiento de las modificaciones, análisis de los objetivos y modificación de acuerdo a los resultados.	Plan	- Si - No	Nominal
			Hacer	- Si - No	Nominal
			Verificar	- Si - No	Nominal
			Actuar	- Si - No	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Motivación laboral	Es la capacidad de poder hacer o decir a una persona para que se sienta bien consigo misma y mejorar su autoestima. Este debe tener la habilidad o capacidad para poder desarrollar la motivación en la persona, no solo basta decir ¿estás bien?, sino, es poder tener un comportamiento	En la motivación laboral se puede identificar distintas características de las cuales se tomó las reglas motivacionales de acuerdo a Tarango (2016) estas son: ambiente de trabajo positivo, participación en las decisiones, involucramiento en los resultados,	Ambiente de trabajo positivo	- Si - No	Nominal
			Relación de respeto	- Si - No	Nominal
			Participación en las decisiones	- Si - No	Nominal
			Importancia a los resultados	- Si - No	Nominal
			Claridad hacia donde pretende llegar la empresa	- Si - No	Nominal
			Implementación de programas	- Si - No	Nominal
			Retroalimentación	- Si - No	Nominal

	to que demuestren resultados y generen cambios.	sentido de pertenencia al grupo, ayude a crecer, feedback, escúcheles, agradecimiento, reconocimiento y celebración de los éxitos.	Reuniones para la solución de problemas	- Si - No	Nominal
			Agradecimiento por los esfuerzos	- Si - No	Nominal
			Reconocimiento por los esfuerzos realizado	- Si - No	Nominal
			Celebración del éxito	- Si - No	Nominal

#### 4.4. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

Por consiguiente, en la presente investigación se utilizó como técnica la encuesta, dado que a través de ella se obtuvo los datos que permitió realizar cuadros estadísticos. A su vez, se utilizó como instrumento el cuestionario que estuvo conformada por un total de 22 preguntas cerradas que fueron divididas de la manera siguiente: 4 preguntas sobre las características del representante, 3 preguntas sobre las características de las micro y pequeñas empresas, 4 preguntas sobre sobre gestión de calidad y 11 preguntas sobre motivación laboral. Las cuales fueron aplicadas a los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.

#### 4.5. Plan de análisis

Se realizó un procedimiento para la recolección de datos: en primer lugar, se realizó la aplicación de las encuestas al número de representantes de los restaurantes en la ciudad de Huaraz, una vez que se aceptó el consentimiento informado; luego los resultados obtenidos fueron procesados en la base de datos como el Word, Excel y el SPSS 25.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Problem a	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018?</p>	<p>Objetivo general:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir las principales características de la motivación en las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurante y de servicio móvil de comidas y en la ciudad de Huaraz, 2018.</li> </ul> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018.</li> <li>- Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018.</li> <li>- Identificar las principales características de la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018.</li> <li>- Describir las principales características de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018.</li> </ul>	<p>Gestión de calidad con el uso de la motivación laboral</p>	<p><b>Población:</b> Se tuvo una población de 685 MYPES.</p> <p><b>Muestra:</b> Se trabajó con una muestra de 246 MYPES, que se encuentran en la condición de formal, excluyendo a los de servicio móvil de comidas, ya que en su mayoría son informales.</p>	<p>Fue de diseño no experimental - transversal - descriptivo.</p> <p>Fue no experimental, porque la recolección de datos se realizó sin manipular la variable.</p> <p>Fue transversal porque el trabajo de investigación se realizó en un tiempo único tiempo.</p> <p>Fue de nivel descriptivo porque solo se describieron las características de la variable de estudio.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

#### **4.7. Principios éticos**

De acuerdo a la ULADECH CATÓLICA (2019) estos principios se encargan de guiar a todos los que forman parte de la universidad y desarrollen actividades de investigación, con la finalidad de aplicar buenas prácticas y conductas responsables.

*Principio de protección a las personas*, en investigación se desarrolló el protocolo de consentimiento informado (Ver anexo N° 4), el cual fue firmado por los representantes de los restaurantes que se encontraron dentro de la muestra hallada. En este caso, los participantes mostraron un poco de incomodidad ante la petición de sus datos para el cual, se tuvo que sustentar los lineamientos de la investigación para contar con su apoyo. A su vez, se indicó en el consentimiento informado el propósito de la investigación el cual fue describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de la motivación laboral, así mismo se dio a conocer sobre la facultad de poder retirarse de la investigación o abstenerse a responder alguna de las interrogantes mostradas en el cuestionario, también se le mencionara que los datos recolectados podrán ser utilizados en futuras investigaciones y/o productos derivados de esta. Para realizar la investigación no fue necesario pedir la autorización a la empresa, dado que se trabajó con personas mayores de edad y en este caso el cuestionario fue diseñado para los representantes de los restaurantes en la ciudad de Huaraz quienes firmaron el consentimiento informado.

*Principio de beneficencia y no maleficencia*, bajo este principio se buscó asegurar el bienestar de los participantes en la investigación realizada y el investigador, los cuales fueron mencionados al momento de realizar la investigación. Dado a que, lo que se pretende es utilizar los beneficios en favor de la investigación, sin causar ningún daño a los participantes.

*Principio de justicia*, los participantes que conforman parte de la población de estudio podrán acceder a los resultados que fueron hallados en la investigación, a su vez tendrán la facultad de aplicarlos dentro de su empresa si los creen convenientes, estos podrán ser otorgados bajo diferentes medios como reuniones donde se socializaron los resultados obtenidos.

*Principio de integridad científica*, las informaciones recolectadas de los participantes son confidenciales y anónimas, los cuales se dan a conocer al inicio de la presentación bajo el consentimiento informado. Para realizar la ejecución no fue necesario el uso de equipos eléctricos, médicos entre otros, es así que para la intervención realizada a los representantes no fue necesario protocolos de seguridad para el manejo de los equipos mencionados anteriormente. A su vez, se le informó al representante que sus respuestas estarán en manos del investigador por un plazo de 5 años, los cuales serán usados solo para la investigación ejecutada, así mismo las informaciones brindadas a través del cuestionario no serán vistas por otros participantes.

*Principio de libre participación y derecho a estar informado*, para el recojo de informaciones se debe contar en primer lugar con el permiso del representante a través del consentimiento informado, además se le hizo preguntas para saber si tiene algunas inquietudes con la investigación y poder sustentarlas de manera entendible que no traiga problemas en la investigación.

*Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad*, la presente investigación tuvo como participantes a los representantes de los restaurantes, por el

cual no se realizó ninguna intervención en el medio ambiente como en la biodiversidad.

El presente proyecto de investigación fue realizado respetando la confidencialidad, la ética y los derechos de los participantes que dieron consentimiento para la utilización de sus respuestas, con la finalidad de poder analizarlas, por consiguiente realizar recomendaciones a todos los representantes de las micro y pequeñas empresas, para que puedan mejorar en algunos percances identificados en la investigación realizada, más no afectar o contradecir a los representantes de la empresa, puesto que el trabajo busca el bienestar de los participantes y la sociedad (ULADECH CATÓLICA, 2019).

## V. Resultados

### 5.1. Resultados

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

Tabla 1.

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas, en la ciudad de Huaraz, 2018.*

<b>Representantes</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Edad</b>		
18-30 años	77	31.30
31-50 años	133	54.10
51 a más años	36	14.60
Total	246	100.00
<b>Género</b>		
Femenino	156	63.40
Masculino	90	36.60
Total	246	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	84	34.14
Primaria	30	12.20
Secundaria	72	29.26
Superior no universitaria	40	16.30
Superior universitaria	20	8.10
Total	246	100.00
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	125	50.80
Administrador	42	17.10
Encargado	79	32.10
Total	246	100.00

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de los restaurantes en la ciudad de Huaraz, 2018*

### 5.1.2. Características de las micro y pequeñas empresas.

Tabla 2.

*Características de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018.*

<b>Micro y pequeña empresa</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro</b>		
0-3 años	117	47.60
4-6 años	99	40.20
7 años a más	30	12.20
Total	246	100.00
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5	185	88.60
6 a 10	57	11.80
11 a más	4	4.90
Total	246	100.00
<b>Las personas que trabajan en su empresa son</b>		
Familiares	56	22.80
Personas no familiares	190	77.20
Total	246	100.00

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de los restaurantes en la ciudad de Huaraz, 2018

### 5.1.3. Referente a las características de la gestión de calidad.

Tabla 3.

*Características de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas, en la ciudad de Huaraz, 2018.*

<b>Gestión de Calidad</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Plan para detectar o encontrar problemas		
Si	133	54.10
No	113	45.90
Total	246	100.00
Hace modificaciones para mejorar esos problemas		
Si	135	54.90
No	111	45.10
Total	246	100.00
Verifica los objetivos de acuerdo a lo planeado		
Si	127	51.60
No	119	48.40
Total	246	100.00
Realiza acciones correctivas de acuerdo a los resultados obtenidos		
Si	132	53.70
No	114	46.30
Total	246	100.00

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de los restaurantes en la ciudad de Huaraz, 2018

#### 5.1.4. Características de la motivación laboral en las micro y pequeñas

Tabla 4.

*Características de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas, en la ciudad de Huaraz, 2018.*

<b>Motivación laboral</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Ambiente de trabajo con confianza, cooperación y compañerismo</b>		
Si	129	52.40
No	117	47.60
Total	246	100.00
<b>Relación de respeto con los trabajadores</b>		
Si	131	53.30
No	115	46.70
Total	246	100.00
<b>Participación en la toma de decisiones</b>		
Si	133	54.10
No	113	45.90
Total	246	100.00
<b>Importancia a los resultados obtenidos</b>		
Si	136	55.30
No	110	44.70
Total	246	100.00
<b>Los trabajadores tienen bien en claro a donde pretende llegar la empresa</b>		
Si	119	48.40
No	127	51.60
Total	246	100.00

Continua...

<b>Motivación laboral</b>	<b>n</b>	<b>Concluye</b>
		<b>%</b>
<b>Implementa programas para ayudar al desarrollo de habilidades</b>		
Si	97	39.40
No	149	60.60
Total	246	100.00
<b>Retroalimenta sobre los puntos que deben mejorar</b>		
Si	153	62.20
No	93	37.80
Total	246	100.00
<b>Realiza reuniones para solucionar problemas</b>		
Si	120	48.80
No	126	51.20
Total	246	100.00
<b>Agradece los esfuerzos realizados por el trabajador</b>		
Si	144	58.50
No	102	41.50
Total	246	100.00
<b>Reconoce dichos esfuerzos</b>		
Si	126	51.20
No	120	48.80
Total	246	100.00
<b>Celebra los éxitos logrados con el trabajador</b>		
Si	169	68.70
No	77	31.30
Total	246	100.00

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de los restaurantes en la ciudad de Huaraz, 2018

## **5.2. Análisis de resultados**

### **5.2.1. Referente a las características de los gerentes**

Edad: el 54.10% de los representantes se encuentra entre los 31 a 50 años. Estos resultados coinciden con Villacorta (2018) quien manifestó que el 55% de los representantes se encuentran entre 31- 50 años de edad, así mismo coinciden con Aranda (2016) quien manifestó que el 51.90% de los representantes se encuentran entre las edades de 31- 50 años. También coinciden con los resultados obtenidos por Barbeito (2019) quien manifestó que el 30.49% de los emprendedores tienen de 46 a 55 años. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en su mayoría se encuentran dirigidas por personas de 31 a 50 años de edad, debido a que cuentan con la capacidad de mantener un negocio a pesar de ser jóvenes, tienen una noción positiva y que una caída es una experiencia, el cual se ira fortaleciendo.

Género: el 63.40% en su mayoría son de sexo femenino. Estos resultados se asemejan con la investigación realizada por Barbeito (2019) quien mostró que el 63.41% de los representantes son mujeres. Pero contrastan con la investigación realizada por Villacorta (2018) quien manifestó que el 64% de los representantes son de género masculino coincidiendo. Los resultados indican que los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes son manejadas y representadas por el género femenino, mostrando que cuentan con la experiencia y conocimiento con respecto a comida.

Grado de instrucción: el 34.14% no cuentan con un grado de instrucción. Estos datos contrastan con el trabajo de investigación de Barbeito (2019) quien identificó que el 47.56% manifestaron tener un grado de instrucción de nivel secundario. Estos resultados

contrastan con Villacorta (2018) quien manifestó que el 55% de los representantes cuentan con un grado de instrucción del nivel superior universitario, estos resultados se asemejan con Aranda (2016) quien manifestó que el 51.90% tienen un grado de nivel superior universitario. Los resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en su mayoría tienen estudios secundarios, los cuales no impidieron que pongan un negocio a pesar de no contar con muchos conocimientos sobre la creación de una empresa.

Cargo: el 50.80% manifestaron ser dueños. Estos resultados coinciden con Villacorta (2018) quien manifestó que el 82% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños. Estos resultados contrastan con Aranda (2016) quien manifestó que el 40.80% son administradores. Los resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en su mayoría son dueños, porque cuentan con la capacidad y disponibilidad de manejar su negocio.

### **5.2.2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas**

Tiempo de permanencia: el 47.60% de las micro y pequeñas empresas se encuentran de 0 a 3 años en el rubro restaurantes. Estos resultados contrastan con Aranda (2016) quien señaló que el 53.90% tienen más de 6 años en el rubro coincidiendo con los resultados de Villacorta (2018) quien indicó que el 45% tienen más de 7 años en el rubro. Estos resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes tienen un tiempo corto dentro del mercado, pero, tratan de mantenerse en el negocio y cumplir con las exigencias del mercado de manera que genere mayores ingresos.

Número de trabajadores: el 88.60% cuentan con 1 a 5 trabajadores. Estos resultados coinciden con Villacorta (2018) quien manifiesta que el 91% de las MYPES cuentan con 1 a 5 trabajadores, así mismo coinciden con Aranda (2016) quien manifiesta que el 59.30% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores. Los resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en su mayoría cuentan con pocos trabajadores, los cuales son suficientes debido al tamaño de empresa, además de considerar que los ingresos no siempre son altos.

Personas que trabajan en su empresa: el 77.20% manifestaron que los trabajadores no son familiares. Estos resultados coinciden con la investigación realizada por Villacorta (2018) quien mencionó que el 82% de los trabajadores no son personas familiares, además de coincidir con los resultados hallados por Aranda (2016) quien mostró que el 44.50% de las personas que laboran en las micro y pequeñas empresas no son familiares. Los resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en su mayoría cuentan con trabajadores no familiares, para no combinar la familia con el trabajo y poder tomar decisiones que no traigan rencores o peleas que le afecten y como consecuencia perjudique a la empresa.

### **5.2.3. Referente a las características de la gestión de calidad**

Plan para detectar o encontrar problemas en su empresa el 54.10% manifestaron detectar problemas que dificultan a la empresa en la consecución de sus actividades. Estos resultados coinciden con Aranda (2016) quien señaló que el 100% manifestaron planificar soluciones a los problemas, a su vez el 92.60% realizan un seguimiento detallado de los problemas, así mismo el 88.90% establecen logros, criterios y estrategias que forman parte

del servicio a brindar, así mismo coinciden con Villacorta (2018) quien mostró que el 73% opinaron que por una mala organización de los trabajadores se da una mala atención al cliente. Los resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes detectan los problemas que dificultan la realización de sus actividades y este se vea reflejado en sus consumidores dificultando brindar un servicio de calidad.

Modificaciones para mejorar los problemas detectados: el 54.90% si hacen modificaciones ante dichos problemas. Estos resultados coinciden con Aranda (2016) quien manifestó que el 88.90% si analizan las posibles causas que generan problemas en el proceso de preparación de alimentos. Los resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de restaurantes en su mayoría hacen modificaciones, teniendo en cuenta los datos recolectados para dar a conocer las posibles causas que originaron el problema.

Verificación de los objetivos alcanzados de acuerdo a lo planeado: el 51.60% manifestaron que si verifican los objetivos alcanzados y si estos fueron los esperados. Estos resultados coinciden con la investigación realizada por Villacorta (2018) quien manifestó que el 100% consideran que la gestión de calidad alcanza objetivos y metas de la empresa, coincidiendo a su vez con Aranda (2016) quien mostró que el 96.30% observan constantemente como operan y si se están alcanzando los objetivos. Los resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes en su mayoría verifican los objetivos alcanzados para poder medir los cambios dentro que se han logrado en la preparación de alimentos y la atención a los

clientes y si estos fueron seguidos de acuerdo al plan que se elaboró y que barreras surgieron.

Realización de acciones correctivas al momento de obtener resultados: el 53.70% manifestaron realizar acciones correctivas con el objetivo de mejorar los puntos débiles que tuvieron, considerando los resultados. Estos resultados coinciden con Aranda (2016) quien mostró que el 92.60% si han establecido un sistema de medición de resultados, coincidiendo con Villacorta (2018) quien señaló que el 64% de los representantes consideran que la comunicación es una herramienta para un servicio de calidad. Los resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes en su mayoría realizan acciones correctivas de acuerdo a los resultados, ya que de esta manera poder hacer implementaciones en su mejora continua en su servicio y satisfaciendo la necesidad del cliente.

#### **5.2.4. Referente a las características de la motivación laboral**

Ambiente de trabajo que contenga confianza, cooperación y compañerismo: el 52.40% manifestaron que si existe un ambiente de trabajo con confianza, cooperación y compañerismo entre los trabajadores. Este resultado coincide con la investigación realizada por Barbeito (2019) quien manifestó que el 43% calificaron como excelentes las condiciones laborales, asi mismo coinciden con Flores y Choquehuayta (2016) quien señaló que el 32% opinaron que rara vez es cierto que el ambiente físico de su área de trabajo es adecuado para que su desempeño sea más adecuado, pero contradicen con Silvia (2016) quien indicó que el 77% consideran que no existe un buen clima laboral. Estos resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas rubro actividades de

restaurantes en su mayoría se encuentran en un ambiente pasivo, favoreciendo a los representantes, pues estos tienen menores tensiones al posible surgimiento de conflictos entre sus trabajadores.

Relación de respeto: el 53.30% respondieron mantener una relación de respeto con los trabajadores. Estos resultados coinciden con Flores y Choquehuayta (2016) quien manifestó que el 29% consideraron bueno el trato y respeto con sus superiores o compañeros. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz - 2018, en su mayoría realizan sus actividades manteniendo un respeto mutuo, sin agresiones evitando que se acontezca problemas en el trabajo y genere un incómodo ambiente, que pueda afectar su desempeño en la empresa.

Participación en la toma de decisiones: el 54.10% señalaron considerar las opiniones al momento de tomar decisiones. Estos resultados coinciden con Guevara (2018) quien mencionó que el 59.26% participan en las decisiones. Así mismo, coinciden con Flores y Choquehuayta (2016) quien mencionó que el 38% respondió que a menudo es cierto la participación en la organización. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz - 2018, en su mayoría consideran las participaciones por parte de los trabajadores en la toma de decisiones, puesto que, algunos de sus aportes pueden ser buenos los cuales ayudarán a mejorar las deficiencias o caso contrario si estas no se adaptan al problema se le menciona las razones por la cual su idea no aplicaría para este caso.

Importancia a los resultados: el 55,3% manifestaron dar importancia a los resultados obtenidos por los trabajadores. Estos resultados coinciden con la investigación realizada por Flores y Choquehuayta (2016) quien señaló que el 47% calificaron que a veces es cierto/ a veces es falso se sienten felices con sus resultados. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz - 2018, en su mayoría muestran importancia a los resultados obtenidos por los trabajadores, puesto que se debe tener de conocimiento los resultados que se obtienen de los trabajadores para hacerles saber lo que lograron cambiar con sus resultados y que el trabajador tenga conciencia sobre el desempeño que tienen en la empresa y mantenerse en una actitud positiva con todas las intenciones de mejorar.

Claridad hacia donde pretende llegar la empresa: el 51,6% manifestaron no mostrar importancia a los puestos que son ocupados por los trabajadores dentro de la empresa. Estos resultados se contradicen con Flores y Choquehuayta (2016) quien manifestó que el 43% de los trabajadores conocen las funciones de la empresa. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz – 2018. En su mayoría los trabajadores no tienen en claro la importancia que tiene la función que realizan, puesto que solo tratan de cumplir con sus actividades y no se les da la importancia necesaria por parte de los representantes, dificultando la identificación con la empresa.

Implementación de programas: el 60,6% respondieron no implementar programas nuevos que ayuden a los trabajadores en el desarrollo de sus habilidades. Estos datos se

contradicen con Silvia (2016) quien indicó que el 100% están de acuerdo con cambiar la rutina diaria. Además, contradicen con Flores y Choquehuayta (2016) quien manifestó que el 32% de los encuestados opinaron que a veces es cierto/ a veces es falso la capacitación o entrenamiento con el objetivo de promover el desarrollo profesional. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz - 2018, no realizan implementaciones de programas que puedan ayudar a superarse, puesto que, cumplen con una misma rutina diaria y los recursos son un poco escasos para implementar programas.

Retroalimentación sobre los puntos de mejora: el 62.20% si retroalimentan a los trabajadores sobre los puntos que debe mejorar. Estos resultados coinciden con la investigación realizada por Flores y Choquehuayta (2016) quien manifestó con un 29% consideran que se necesita mejorar los proceso e ideas que dan a la empresa. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018. En su mayoría los representantes están atentos a la labor que realiza el trabajador, y están dispuestos a realizar retroalimentaciones, ya que ayudan a mejorar el trabajo de cada uno, para poder disminuir fallas al momento de atender a los consumidores o en su puesto de trabajo.

Reuniones para solucionar problemas entre los trabajadores: el 51.20% manifiesta no realizar reuniones con el objetivo de solucionar problemas entre los trabajadores. Estos resultados coinciden con Zúñiga (2017) quien manifestó que el 39% manifestaron afectar

la motivación por los intereses y necesidades que los trabajadores traen a la empresa. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz - 2018, en su mayoría no realizan reuniones, para solucionar problemas o quejas de los trabajadores, debido al horario largo que tienen dificultando que estos se reúnan, posponiendo en varias ocasiones las reuniones.

Agradecimiento por los esfuerzos realizados: el 58.50% respondieron agradecer los esfuerzos que realizan para el bien de la empresa. Estos resultados se contradicen con la investigación realizada por Silvia (2016) quien tras su investigación manifestó que el 60% respondieron que el trabajo que realizan de manera eficaz y eficiente no es reconocido. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz - 2018, en su mayoría agradecen a sus trabajadores por los esfuerzos que ponen cada día para la consecución de sus objetivos, ya que, los impulsa a seguir mejorando en su trabajo logrando motivarlo para que siga con esa actitud.

Reconocimiento de los esfuerzos: el 51.20 % respondieron reconocer a los trabajadores. Estos resultados se coinciden con los resultados hallados por Silvia (2016) quien indicó que a un 48% les gustaría recibir bonos como incentivos. A su vez coinciden con Flores y Choquehuayta (2016) quien tuvo como resultados que el 35% manifestaron a veces es cierto/ a veces es falso que los jefes demuestran aprecio y reconocimiento por el buen trabajo. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la

ciudad de Huaraz - 2018. En su mayoría, reconocen a los trabajadores, que van más allá de lo que les compete, puesto que ponen un mayor empeño y esfuerzo a su trabajo para lograr cumplir metas, así mismo el reconocimiento realizado a un trabajador ocasiona a que los demás quieran ser reconocidos de la misma manera o hasta mejor.

Celebración del éxito: el 68.70% manifestaron celebrar los éxitos junto a todos sus trabajadores. Estos resultados coinciden con los resultados indagados coinciden con Zúñiga (2017) quien mostró que el 55% no de acuerdo, ni en desacuerdo en los incentivos y/o reconocimientos a los méritos alcanzados. Estos resultados demuestran que en su mayoría los trabajadores son partícipes de las celebraciones que realiza la empresa, porque, se debe al esfuerzo que ellos realizan para dar cumplimiento a los objetivos y si no fuera por su trabajo no estarían donde están.

## **VI. Conclusiones**

La mayoría relativa de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurante y servicio móvil de comidas, en la ciudad de Huaraz, 2018, son liderados por los propios dueños, siendo en su mayoría relativa de sexo femenino, que se encuentran entre los 31 a 50 años de edad, pero estos en su minoría cuentan con estudios del nivel secundario. A pesar de que los dueños de los restaurantes no cuenten con estudios, no fueron un impedimento para lograr formar su empresa y cumplir con sus metas trazadas y de crecer como persona.

La mayoría relativa de las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018, se encuentran laborando en el rubro de restaurantes en un tiempo de 0 a 3 años, teniendo a su mando de 1 a 5 trabajadores en su mayoría, siendo personas no familiares. Las micro y pequeñas empresas tienen una corta vida en el rubro debido a distintos factores externos como internos, uno de estos es las deficiencias de calidad en sus servicios que ocasionan una menor concurrencia de clientes, la aparición de nuevos ofertantes y los de servicio móvil de comidas que en su mayoría son informales, el cual dificulta su permanencia en el rubro, estos a su vez cuentan con trabajadores que no tienen ninguna relación sanguínea con los dueños para evitar problemas y no confundir lo profesional con lo familiar.

La mayoría relativa de los representantes de las micro y pequeñas empresa rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas cuentan con planes que les ayuda a detectar o encontrar problemas que afectan a las MYPES, donde una vez

identificado el problema la mayoría relativa hace modificaciones para poder solucionar o mejorar en cierta manera los problemas identificados, además de verifican si los objetivos que se han logrado están en relación al plan elaborado, y por último en su mayoría realizan las correcciones necesarias de acuerdo a los resultados que se obtuvieron al final y las que tenía a un inicio. Los representantes de las micro y pequeñas empresas crean planes para plantear soluciones a los problemas que se presentan y afecten la calidad de servicio, estos a su vez hacen seguimiento a los cambios que genera la implementación de nuevos métodos, para mejorar las debilidades y fortalecerse como empresa dentro del mercado. esto se verá reflejado en la prestación de sus servicios hacia los clientes.

En la mayoría relativa de las micro y pequeñas empresas existe un ambiente de trabajo lleno de confianza, cooperación y compañerismo entre sus participantes, manteniendo el respeto con los trabajadores, creando un mejor clima laboral, la mayoría relativa de las empresas hacen participes a los trabajadores cuando se tiene que tomar alguna decisión, puesto que ellos se encuentran más inmersos a los problemas que se presentan, la mayoría relativa prestan importancia a los resultados que son obtenidos por los trabajadores, pues, estos resultados tendrán un efecto ya sea bueno o malo para la empresa, la mayoría relativa realiza retroalimentaciones a sus trabajadores sobre los puntos débiles que deben reforzar, la mayoría relativa muestra agradecimiento a los esfuerzos que realiza el trabajador, la mayoría relativa reconoce y celebra los éxitos juntos a sus trabajadores.. Pero la mayoría relativa no muestran importancia a los puestos que ocupan los trabajadores lo cual dificulta el sentido de pertenencia de parte del trabajador hacia la empresa, la mayoría relativa no implementan programas para ayudar el desarrollo de las habilidades del

trabajador y la mayoría relativa no realiza reuniones para solucionar los problemas. Los representantes de los restaurantes hacen lo posible por mantener motivados a sus trabajadores, por lo cual tratan de que el trabajador se relacione más con la empresa, dado a que se trata de manejar o crear un ambiente cómodo con los trabajadores, se les da la oportunidad de participar en todos los eventos que sean realizados por la empresa, pero también muestran deficiencias en cuanto a la aplicación de programas que ayuden al representante a mejorar las habilidades del trabajador los cuales serán en beneficio de la empresa.

## **Aspectos complementarios**

### **Recomendaciones**

- Se recomienda que las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de restaurante y de servicio móvil de comidas, deberían considerar también como representantes a personas mayores o pedirles opiniones que podrían ayudar mucho en el manejo del negocio, y a la larga traer mejores resultados.
- Fortalecer las micro y pequeñas empresas, ya que se puede observar en los resultados son casi muy pocas micro y pequeñas empresas que se mantienen en el mismo rubro por más de 8 años, debido a diferentes factores por los cuales este decae, se recomienda detallar mejor cómo se maneja su sistema para brindar una gestión de calidad frente al comprador. Deberían mejorar el plan que les ayude a detectar problemas para poder actuar a tiempo, a la vez deben hacer modificaciones que contribuyen a poder solucionar los problemas, por otro lado, deben revisar de acuerdo al plan elaborado para ver si estos están generando cambios que ayuden a alcanzar dichos objetivos, además, de usar esos resultados como acciones correctivas que ayuden a brindar un servicio de calidad.
- Para lograr que los trabajadores sean más eficientes se debería cumplir todas las reglas para lograr la motivación, puesto que los representantes cumplen con algunas reglas, pero para poder llegar a cumplir la meta debería darse un tiempo para poder escuchar las quejas de sus trabajadores y puedan mejorar las dificultades que se les presenta, a su vez ayudaría mucho la implementación de programas como capacitaciones que no sean tan caras pero que ayuden a conocer a los trabajadores sobre cómo van a lograr superar dichos defectos que impiden el buen rendimiento en sus actividades y los desmotiva.

## Referencias bibliográficas

- Torres Gómez, C. A. (2017). *Gestión del equipo de trabajo del almacén: UF0927*. Málaga: IC Editorial. Recuperado de [https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/59198?fs\\_q=Gesti%C3%B3n\\_\\_del\\_\\_equipo\\_\\_de\\_\\_trabajo\\_\\_del\\_\\_almac%C3%A9n:\\_\\_UF0927&prev=fs](https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/59198?fs_q=Gesti%C3%B3n__del__equipo__de__trabajo__del__almac%C3%A9n:__UF0927&prev=fs)
- Aranda S., J. E. (2018). *La gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de restaurantes del casco urbano de Chimbote 2016*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3340>
- Araúz, A., Díaz, M., Vásquez, Y., & Gonzáles, M. (2018). *Evaluación y análisis de los indicadores de motivación laboral aplicado al personal operativo de restaurantes de comida rápida*. Panamá: Universidad Latina de Panamá. Recuperado de <http://revistas.ulatina.edu.pa/index.php/genteclave/article/view/43/83>
- Armendáriz S, J. L. (2019). *Gestión de la calidad y de la seguridad e higiene alimentarias 2° edición*. Madrid: Paraninfo. Recuperado de <http://elibro.net/edu>.
- Barbeito C., M. (2019). *Caracterización de la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Huaraz 2016*. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10493>
- Bojórquez A., Y. R. (2018). *Gestión de calidad con el uso del marketing relacional en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro restaurantes-pollería de la ciudad de Huaraz*. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4577>
- Carro P., R., & Gonzáles G, D. (2012). *Administración de la calidad total*. Facultad de ciencias económicas y sociales Universidad Nacional de Mar de Plata.

- Chamorro A., E. F., & Proaño Z., H. R. (2018). *Identificación del perfil motivacional general del personal de adecco Ecuador, sucursal Quito (tesis de grado)*. Quito: Universidad Central del Ecuador. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16564/1/T-UCE-0007-CPS-033.pdf>
- Congreso de la República de Perú. (1994). *Ley N° 27790- Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (promulgada el 12 de agosto de 1994)*. Lima: Diario Oficial el Peruano. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/normas-legales/441118-27790>
- Congreso de la República del Perú. (2013). *Ley N° 30056- Ley que modifica leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial (publicado el 2 de Julio de 2013)*. Lima: Diario Oficial el peruano. Recuerado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>
- Cortés, J. M. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001)*. Editorial ICB. Recuperado de [https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/56053?fs\\_q=Sistemas\\_\\_de\\_\\_Gestion\\_\\_de\\_\\_Calidad\\_\\_\(ISO\\_\\_9001\)&prev=fs](https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/56053?fs_q=Sistemas__de__Gestion__de__Calidad__(ISO__9001)&prev=fs)
- Cruz L., I. (2014). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. Madrid: Ministerio de Educación de España. Recuperado de [https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/49382?fs\\_q=Comunicaci%C3%B3n\\_\\_efectiva\\_\\_y\\_\\_trabajo\\_\\_en\\_\\_equipo:\\_\\_UF0346&prev=fs](https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/49382?fs_q=Comunicaci%C3%B3n__efectiva__y__trabajo__en__equipo:__UF0346&prev=fs)
- De la Cruz L., I. (2015). *Gestión del equipo de trabajo del almacénv*. Ministerio de Educación de España. Recuperado de [https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/49391?fs\\_q=Gesti%C3%B3n\\_\\_del\\_\\_equipo\\_\\_de\\_\\_trabajo\\_\\_del\\_\\_almac%C3%A9n:\\_\\_UF0927&prev=fs](https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/49391?fs_q=Gesti%C3%B3n__del__equipo__de__trabajo__del__almac%C3%A9n:__UF0927&prev=fs)

- Diario Gestión. (8 de Agosto de 2014). *El 45% de los trabajadores no es feliz en su centro de labores*. Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/45-trabajadores-feliz-centro-labores-68545-noticia/>
- Diario Gestión. (21 de Noviembre de 2015). *Empresas peruanas podrian perder el 91% de sus clientes por ofrecer un mal servicio*. Recuperado de <https://gestion.pe/tecnologia/empresas-peruanas-perder-91-clientes-ofrecer-mal-servicio-105445-noticia/?ref=gesr>
- Diario Gestión. (6 de Agosto de 2018). *Mal clima laboral disminuye hasta en 20% la productividad de colaboradores*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/mal-clima-laboral-disminuye-20-productividad-colaboradores-nndc-243696-noticia/>
- El correo. (3 de Mayo de 2016). *Arequipa: tres de cada 10 jóvenes sin motivación laboral*. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/edicion/arequipa/arequipa-tres-de-cada-10-jovenes-sin-motivacion-laboral-670086/>
- Fernández L., F. (2016). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo: UF0346*. Logroño: Editorial Tutor Formación. Recuperado de [https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/44223?fs\\_q=Comunicaci%C3%B3n\\_efectiva\\_y\\_trabajo\\_en\\_equipo:\\_UF0346&prev=fs](https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/44223?fs_q=Comunicaci%C3%B3n_efectiva_y_trabajo_en_equipo:_UF0346&prev=fs)
- Flores A., A. (2018). *Servicio en restaurante*. RA - MA Editorial. Recuperado de [https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/105635?fs\\_q=restaurantes&prev=fs](https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/105635?fs_q=restaurantes&prev=fs)
- Flores F, R., & Choquehuayta S, E. (2016). *Nivel de motivación y desempeño laboral de los colaboradores del área de alimentos y bebidas del consorcio bon gourmet de la ciudad de Arequipa, 2015*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín. Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/3662/Thflfer.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Guevara P., L. (2018). *Propuesta de un plan motivacional para mejorar el desempeño laboral de los colaboradores de CMAC Piura S.A.C, Chepén, 2018*. Piura: Universidad nacional de Trujillo. Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/11651>
- Hernández S., R., Fernández C., C., & Baptista L., P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Hell. Recuperado de <http://observatorio.epacarteguen.gov.co>
- Inga, C. (12 de Setiembre de 2017). *El 60% de la compra se define con un buen servicio al cliente*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/60-compra-define-buen-servicio-cliente-noticia-457187-noticia/>
- Instituto Nacional de Estadísticas e Informática. (24 de Junio de 2018). *Restaurantes osnrien en Perú: el negocio suma 13 meses de crecimiento continuo*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/restaurantes-sonrien-peru-negocio-suma-13-meses-crecimiento-continuo-236743-noticia/?ref=gesr>
- JL. Consultores. (14 de Septiembre de 2019). *Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenos-noticia/?ref=gesr>
- La República. (24 de Enero de 2020). *Empleo: Solo el 24% de los peruanos son felices en su trabajo*. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/2020/01/25/empleo-solo-el-24-de-los-peruanos-son-felices-en-su-trabajo/>
- Macías B, J. N. (2013). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad para los restaurantes y comedores de la comuna montaña*. Ecuador: Universidad estatal pinínsula de Santa Elena. Recuperado de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/867/1/MACIAS%20BAQUE%20JOSE.pdf>

- Maya, F. (25 de Mayo de 2020). *Nescafé: Una marca tradicional que renueva su mensaje*. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/nescafe-una-marca-tradicional-que-renueva-su-mensaje/>
- McGee, L. (1 de Diciembre de 2017). *Richard Branson: Tu prioridad número uno son los trabajadores*. Recuperado de <https://www.elfinancierocr.com/gerencia/richard-branson-tu-prioridad-numero-uno-son-los/CRXLZIV3GJG7PEYUB2J5Q6QQZQ/story/>
- Montaño S., A. M. (2016). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. UF0346. Málaga: IC Editorial. Recuperado de [https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/59182?fs\\_q=Comunicaci%C3%B3n\\_\\_efectiva\\_\\_y\\_\\_trabajo\\_\\_en\\_\\_equipo:\\_\\_UF0346&prev=fs](https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/59182?fs_q=Comunicaci%C3%B3n__efectiva__y__trabajo__en__equipo:__UF0346&prev=fs)
- Mungaray, A., Ramirez, N., & Aguilar, J. (2016). *Economía del emprendimiento y las pequeñas empresas en México*. Editorial Miguel Ángel Porrúa. Recuperado de [https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/40092?fs\\_q=Econom%C3%ADa\\_\\_del\\_\\_emprendimiento\\_\\_y\\_\\_las\\_\\_peque%C3%B1as\\_\\_empresas\\_\\_en\\_\\_M%C3%A9xico&prev=fs](https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/40092?fs_q=Econom%C3%ADa__del__emprendimiento__y__las__peque%C3%B1as__empresas__en__M%C3%A9xico&prev=fs)
- Ochoa, V. (8 de Agosto de 2018). *Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918-noticia/?ref=gesr>
- Peña A., N. B., Aguilar R., Ó. C., & Posada V, R. (2016). *Análisis sistémico de la micro y pequeña empresa en México*. México: Peña Ahumada, Nuria Beatriz, Aguilar Rascón, Óscar Cuauhtémoc y Posada Velázquez, Rafael. 20Pearson Educación. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/108432>
- Quintero, M., Padilla, S., & López, L. R. (2015). *Las micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo económico, cultural y tecnológico de México*. editorial miguel ángel porrúa. Recuperado de [https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/38768?fs\\_q=Las\\_\\_micro,\\_\\_peque%C3%B](https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/38768?fs_q=Las__micro,__peque%C3%B)

las\_y\_medianas\_empresas\_en\_el\_desarrollo\_econ%C3%B3mico,\_cultural\_y\_tecnol%C3%B3gico\_de\_m%C3%A9xico&prev=fs

Retail. (17 de Agosto de 2018). *El creciente negocio de los restaurantes en el mercado peruano*. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/negocio-restaurantes-mercado-peruano/>

Sánchez F., M. D. (2014). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. Madrid: Editorial CEP, S.L. Recuperado de [https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/50779?fs\\_q=Comunicaci%C3%B3n\\_efectiva\\_y\\_trabajo\\_en\\_equipo:\\_UF0346&prev=fs](https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/50779?fs_q=Comunicaci%C3%B3n_efectiva_y_trabajo_en_equipo:_UF0346&prev=fs)

Silvia P, A. J. (2016). *Elaboración y socialización de una guía para desarrollar talleres de actividades motivacionales, dirigidos a los trabajadores del restaurante de comida china Mágico oriental en el norte del distrito metropolitano de Quito, 2015*. Quito: Instituto Tecnológico Cordillera. Recuperado de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2122/56-EMP-RH-15-16-1725449415.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tarango, J. P. (2010). *Operaciones administrativas de recursos humanos*. cano pina. Recuperado de <http://elibro.net/es/lc/titulos/4182?fs>

Tolosa, L. (2016). *Técnicas de mejora continua*. Barcelona: Marge Books. Recuperado de [https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/43771?fs\\_q=T%C3%A9cnicas\\_de\\_mejora\\_continua&prev=fs](https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/43771?fs_q=T%C3%A9cnicas_de_mejora_continua&prev=fs)

ULADECH CATÓLICA. (2019). *Código de ética para la investigación*. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.

Urda C., E. (2009). *Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio*. España: Vértice. Recuperado de <https://elibro.net/>

Villacorta A., C. E. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la urbanización los jardines Trujillo, 2018*. Trujillo: Universidad Católica los

Ángeles de Chimbote. Recuperado de  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9253>

Villanueva, A. (9 de Mayo de 2018). *Empleados felices, resultados positivos: la importancia del bienestar emocional en el trabajo*. Recuperado de <https://www.infobae.com/tendencias/2018/05/09/empleados-felices-resultados-positivos-por-que-es-tan-importante-el-bienestar-emocional-en-el-trabajo/>

Zúñiga F., K. Y. (2018). *Influencia de la motivación en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa trans American Airlines estación Arequipa, 2017 (Tesis de grado)*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/6912>

## Anexos

### Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2018				Año 2019								Año 2020			
		Semestre II (Taller I)				Semestre I (Taller II)				Semestre II (Taller III)				Semestre II (Taller IV)			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto.	X	X	X													
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación			X													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura					x	X										
7	Elaboración del consentimiento informado						X										
8	Ejecución de la metodología						X	X									
9	Resultados de la investigación							X	X								
10	Conclusiones y recomendaciones									X	X						
11	Redacción del pre informe de investigación										X	X	X				
12	Redacción del informe final													X	x		
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X		
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X	
15	Redacción de artículo científico															X	X

## Anexo 2: Presupuesto

### Esquema de presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
<input type="checkbox"/> Impresiones	0.10	70	7.00
<input type="checkbox"/> Fotocopias	0.10	250	150.00
<input type="checkbox"/> Empastado	1.00	1	1.00
<input type="checkbox"/> Papel bond A-4 (500 hojas)	0.10	255	155.00
<input type="checkbox"/> Lapiceros	1.00	2	2.00
<b>Servicios</b>			
<input type="checkbox"/> Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			
<b>Gastos de viaje</b>			
<input type="checkbox"/> Pasajes para recolectar información	1	100	100.00
<b>Sub total</b>			100.00
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			<b>515.00</b>
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicio s</b>			
<input type="checkbox"/> Uso de Internet (Laboratorio de aprendizaje Digital- LAD).	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Módulo de investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio i institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub tota l</b>			400.00
<b>Recurso humano</b>			
<input type="checkbox"/> Asesoría personalizada (5 horas por s emana)	63.00	4	252.00
<b>Sub tota l</b>			252.00
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			<b>652.00</b>
<b>Total (S/.)</b>			<b>1167.00</b>

**Anexo 3: Cuadro de sondeo**

<b>N o</b>	<b>NOMBRES Y APELLIDOS/ RAZÓN SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>RUC</b>
01	CASTILLO ROMERO OLIVIA	JR. 28 DE JULIO N°1207	<b>10401405220</b>
02	SHUAN RODRÍGUEZ ADRIANA PAULINA	JR. 13 DE DICIEMBRE N°272	<b>10436991521</b>
03	POMA PINTO GUISSELA MAYTE	JR. LEONISA LESCANO N°365	<b>10705742672</b>
04	RODRÍGUEZ HUAMAN ROSALINA FAUSTA	AV. LAS AMÉRICAS N° 166	<b>10445357095</b>
05	ROMÁN MORILLO CESAR RODOLFO	AV. PROLONGACI ÓN ANTONIO RAYMONDI N°396	<b>10332538174</b>
06	CARHUAPOM A JORGE NOLIA	JR. 13 DE DICIEMBRE N°268	<b>10228659300</b>
07	ORTIZ CUTIRE PEDRO HERNÁN	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO N°419	<b>1031684158</b>
08	LLANOS VÁSQUEZ GUSTAVO EMILIO	AV. MARISCAL T. DE LUZURIAGA N°897	<b>10406217049</b>
09	CALVO TINOCO EULOGIA MARGARITA	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N°116	<b>10416242955</b>

1 0	BAZÁN PRINCE MARCO ANTONIO	AV. CONF. INTER. ESTE MZ. 2 LTE 1	<b>10316739631</b>
1 1	J & L INVERSIONES S.R.L.	AV. T. DE LUZURIAGA N°407	<b>20407992653</b>
1 2	HUERTA CASTILLO WILLIAM MARINO	PSJE. JULIÁN DE MORALES N°434	<b>10420240461</b>
1 3	TORRES LÓPEZ GLICERIO	PROLONGAC IÓN. A. RAYMONDI N°1122	<b>10316033780</b>
1 4	CARBALLIDO TINOCO JUAN AMPELIO	JR. JOSÉ DE SUCRE N°928	<b>10100657339</b>
1 5	AYALA FIGUEROA EDGAR GAMANIEL	JR. SEBASTIÁN DE BEAS N°836	<b>10327243921</b>
1 6	CORAL HUAMAN MAGNA	AV. FITZCARRAL D N° 360	<b>10316398249</b>
1 7	HURTADO SANCHEZ JANNETH SILVANA	JR. SIMÓN BOLÍVAR N°476	<b>10403370199</b>
1 8	MAGUIÑA VARGAS WILDER JESÚS	JR. SAN MARTIN N°841	<b>10316770440</b>
1 9	ÁLAMO CHINCHAY FLORENCIA NEYRA	JR. SAN MARTIN N°1187	<b>10316542170</b>
2 0	FLORES CHINCHAY MOISÉS ISRAEL	AV. ANTONIO RAYMONDI N°909	<b>10320456113</b>
2 1	CASTAÑEDA SALVADOR BRÍGIDA LORENZA	AV. 27 DE NOVIEMBRE N°2032	<b>10316642506</b>

2	ALBORNOZ DXTRE BERONICA NINFA	PROLONGAC IÓN RAYMONDI N°1277	<b>10406612479</b>
23	SOLANO SIMEÓN YESSICA FANNY	PJ. CAYETANO REQUENA N°450	<b>10456608316</b>
24	AP QUITARACSA SNACK E.I.R.L.	JR. CARLOS IZAGUIRRE N° 755	<b>20408051500</b>
25	CELESTINO CHINCHAY JUAN	JR. HUASCARAN N°206 –B	<b>10316105195</b>
26	ZION INVERSIONES S.R.L.	JR. SAN MARTIN N°891	<b>20407988206</b>
27	AGUEDO ROSAS IRMA REGINA	JR. 13 DE DICIEMBRE N°267	<b>10418382631</b>
28	GONZALES ONCOY JESSICA LIZBETH	AV 27 DE NOVIEMBRE N°2032	<b>10414187094</b>
29	QUEZADA JARAMILLO WILDER ALFREDO	JR. SIMÓN BOLÍVAR MZ 167 LT 15	<b>10316776651</b>
30	JIMENES VERDE AZUCENA MARIBEL	JR. JULIÁN DE MORALES N°530 – 2DO PISO	<b>10097539028</b>
31	RODRÍGUEZ HERRERA EULALIO	AV. AGUSTÍN GAMARRA N°741	<b>10447402446</b>
32	FALCON NEIRE SABINEANO	JR. HUASCARÁN N°271	<b>10228842261</b>
33	MAYHUAY COLONIA FRANCISCO DIONICIO	PL. ANTONIO RAYMONDI N°1162	<b>10320441213</b>
34	BARRENECHE A TARAZONA	JR. MARISCAL	<b>10328626697</b>

	MANUEL WILDER	CÁCERES N°226	
35	AVILEZ ESPINOZA CARLOS	AV. CONFRATER NIDAD INTER. OESTE N°308	<b>10416378555</b>
36	SERVICIOS GENERALES SLFK S.R.L.	JR. CARAZ N°957	<b>20408105791</b>
37	SAL Y ROSAS MEZA KARINA BAUDILIA	JR. LUCAR Y TORRE N°538	<b>10407124222</b>
38	CARBALLIDO TINOCO JUAN AMPELIO	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N°143 -B	<b>10100657339</b>
39	YANAC TREJO EDWARD IVAN	PJ. VIVAR FARFÁN N°793	<b>10450904975</b>
40	GARCÍA GONZALES CARLOS EDMUNDO	JR. SAN MARTIN N° 833 ZONA COMERCIAL.	<b>10087039078</b>
41	SEVILLA LÁZARO CARMELA OLGA	JR. FRANCISCO BOLOGNESI B°105	<b>10435287994</b>
42	VARGAS DE LA CRUZ CLAUDIA ELIZABETH	AV. PEDRO VILLON MZ 01 LT 15	<b>10462149994</b>
43	RIMAC VEGA TEOLINDA JULIA	AV. ANTONIO RAYMONDI 201 - 2DO PISO - MERCADO CENTRAL	<b>10322697401</b>
44	GRUPO ENCUENTRO S.R.L.	PJ PARQUE EL PERIODISTA MZ UNICA LT 37	<b>20408071799</b>
45	RIMAC BAÑEZ ZENON NÉSTOR	JR. ALBERTO GRIDILLA N°325	<b>10437855116</b>

46	GUERRERO CASTILLO MARGARITA YOLANDA	AV. CONFRATERNIDA D INTERNACIONAL OESTE N°245	<b>10437250982</b>
47	HANDABAKA CASTRO FILKA MARINA	JR. RAMON CASTILLA N°1085 – SOLEDAD ALTA	<b>10316741938</b>
48	BACILIO DE LA CRUZ YUNIOR	AV. ANTONIO RAYMONDI	<b>10316744911</b>
49	CEFERINO PALLACA RIVER WALTER	JR. FRANCISCO BOLOGNESI N°530 – HUARUPAMPA	<b>10725597768</b>
50	CAMASCA CHÁVEZ JOSEFINA MAXIMILIANA	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO ARNAO N°696	<b>10101158719</b>
51	SALVADOR LUGO ACADIA	JR. SIMÓN BOLÍVAR N°615 – ZONA COMERCIAL	<b>10317738604</b>
52	RAMÍREZ CORREA DOMINGO CARLOS	JR. SIMÓN BOLÍVAR N.707 ZONA COMERCIAL	<b>10316746450</b>
53	SIERRA ÑIVIN DAVID SHAROM	AV. ANTONIO RAYMONDI N°653 2DO PISO. CONO ALUVIONICO	<b>10467147159</b>
54	VARGAS ARCE YOLANDA	JR. 13 DE DICIEMBRE N°336 – CONO ALUVIONICO	<b>10316309408</b>
55	COPITAN ALONZO ROSARIA MARÍA	JR. CARAZ N°883- CONO ALUVIONICO	<b>10401949912</b>
56	AVILEZ ESPINOZA CARLOS	JR. 27 DE NOVIEMBRE N°234 – VILLON BAJO	<b>10416378555</b>
57	SOTO VILLANUEVA MARÍA RUBINA	AV. 27 DE NOVIEMBRE (EX TARAPACÁ) N°1372 – CHALLHUA	<b>10462078957</b>
58	HUANCA QUISPE JULIO DOMINGO	JR. 28 DE JULIO N° 306 HUARUPAMPA	<b>10251326512</b>

59	ATOC SHOCUSH RUBÉN HILARIO	JR. CAJAMARCA N°100 – CONO ALUVIONICO	<b>10705678257</b>
60	ROSALES LUCIA VICTORIA	AV. ANTONIO RAYMONDI MZ U LT 1 SAN FRANCISCO	<b>10316379473</b>
61	HUANE GARCÍA HERNÁN PATIÑO	JR. CAJAMARCA N°205 – CONO ALUVIONICO	<b>10436094871</b>
62	ARAGÓN SÁENZ JONATHAN TIRS	JR. JOSÉ DE SAN MARTIN N°1001 – BELÉN	
63	CACHA YAURI SONIA JUANA	JR CARAZ N°846 – CONO ALUVIONICO	<b>10316411318</b>
64	VALENTÍN SANCHEZ HUGO FÉLIX	JR. JOSÉ DE LA MAR N°840 – CONO ALUVIONICO	<b>10411869941</b>
65	ESPINOZA FLORES MARINA	AV. FITZCARRALD N°394 2D0 PISO – CONO ALUVIONICO	<b>10316721929</b>
66	VERAMENDI NÚÑEZ YARINA MARÍA	JR. EDUARDO LUCAR Y TORRE N°573 – ZONA COMERCIAL	<b>10409522608</b>
67	VÁSQUEZ AGUILAR ALFREDO	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N°186 – ROSAS PAMPA	<b>10077852072</b>
68	DOMÍNGUEZ CONTRERAS RUMALDO GAUDENCIO	JR. JOSÉ DE SUCRE N°881 – ZONA COMERCIAL	<b>10316061970</b>
69	CARBAJAL PUMASHONGO ESPERANZA DIONISIA	JR. FRANCISCO BOLOGNESI N°232 HUARUPAMPA	<b>10316727609</b>
70	LEYVA FLORENCIA ASUNCIÓN	JR. 13 DE DICIEMBRE N°267 – CONO ALUVIONICO	<b>10316698838</b>

71	CASTRO GAMARRA AQUELINO	AV. 27 DE NOVIEMBRE N°696 – ZONA COMERCIAL	<b>10319227623</b>
72	PALOMINO VILLANUEVA ROGER PANFILO	AV. CONFRATERNIDA D INTERNACIONAL OESTE N°800 – ROSAS PAMPA	<b>10417693837</b>
73	DE PAZ PONTE MARGARITA REYNA	JR. CARAZ N°216 – CONO ALUVIONICO	<b>10801087791</b>
74	PINEDA TORRES HILDA VIOLETA	AV. PEDRO VILLON N°655 – BELÉN	<b>10805830684</b>
75	SANCHEZ CRÚZATE JINA ISABEL	JR. JOSÉ LEONISA LESCANO N°632 – HUARUPAMPA	<b>10767008574</b>
76	CORDERO RAMOS CESAR JUAN	JR. HUASCARÁN N°211 – CONO ALUVIONICO	<b>10435157594</b>
77	DIAZ PATRICIO JULIO CESAR	JR. HUASCARÁN N°275 – CONO ALUVIONICO	<b>10424278055</b>
78	MENDOZA RAMÍREZ JUAN PETER	JR. HUALCAN N°265 – CONO ALUVIONICO	<b>10035026407</b>

79	CHÁVEZ PADILLA NICÉFORO JAIME	JR. MARISCAL ANDRÉS AVELINO CÁCERES N°444 – HUARUPAMPA	<b>10075062694</b>
80	FLORES RIVERA WILMER	JR. 13 DE DICIEMBRE N° 129 - CONO ALUVIONICO	<b>10409805979</b>
81	SALAS GALAN FREDY ORLANDO	AV. ANTONIO RAYMONDI – INTR. MERCADO CENTRAL – 2DO PISO PUESTO R -1-4 – ZONA COMERCIAL	<b>10316697301</b>
82	FIGUEROA INGA DOMITILA	JR. SAN CRISTÓBAL N° 315 – 2DO PISO – CONO ALUVIONICO	<b>10316665344</b>
83	AGUIRRE REYES GREGORIA ELENA	JR. 13 DE DICIEMBRE N°803 – CONO ALUVIONICO	<b>10322758168</b>
84	HUANE GARCÍA HERNÁN PATIÑO	PJE. JUAN DE MORALES N°434 – 2DO PISO- HUARUPAMPA	<b>10436094871</b>

85	ARGUEDAS MIRANDA DAISY LILI	JR. ENRIQUE RAMÍREZ LINA N°683 – ZONA COMERCIAL	<b>10316676036</b>
86	CASANCA HUERTA KELY VERENIZ	JR. HUASCARÁN N°287 – CONO ALUVIONICO	<b>10710968492</b>
87	CELMI TUYA REYDA ERACLIDES	JR. RAMON CASTILLA N°722 – SOLEDAD BAJA	<b>10326476 914</b>
88	FRUCTUOSO CARRIÓN SARA AMALIA	AV. PEDRO VILLON Y TORRE N°1386 MZ 1 LT 1 – PEDREGAL BAJO	<b>10316682974</b>
89	IGLESIAS PAULINO ESRAELITA	JR. 13 DE DICIEMBRE N°705 ZONA ALUVIONICA	<b>10433138274</b>
90	PACHA ÑIVIN MARIA SOLEDAD	AV RAYMONDI 2DO PISO N°653	<b>10714298688</b>
91	NIZAMA MACEDO MIGUEL ANGEL	JR. COMERCIO N°701 ZONA ALUVIONICA	<b>10445450451</b>
92	GABRIEL ESPINOZA DE VERGARA JUANA EUDES	JR. LOS JAZMINES MZ. 172 LT 4 VILLON ALTO	<b>10316274477</b>
93	VEGA ARAUCANO FELIZ AGRIPINO	JR. CARAZ 2DO PISO N°103 HUARUPAMPA	<b>10316143810</b>
94	PALMA AGUIRRE ZÓSIMO DAVID	JR. SAN MARTIN N°939 BELÉN	<b>10419957441</b>

95	FIGUEROA GRANADOS MIGUELINA REYNA	AV. AGUSTÍN GAMARRA N°200 ZONA ALUVIONICA	<b>10443180007</b>
96	SIERRA ÑIVIN MARÍA DEL ROSARIO	AV. FITZCARRALD 1ER PISO N°398 ZONA ALUVIONICA	<b>10453853298</b>
97	CÓRDOVA ROBLES NADIA KRUSBKAYA	AV. CONF. INTER. OESTE N°483	<b>10440087715</b>
98	MORALES MILLA EDWING SERGIO	AV. FITZCARRALD N°386 2DO PISO ZONA ALUVIONICA	<b>10323967445</b>
99	CHÁVEZ RIMAC ASUNCIÓN	JR. JULIÁN DE LA CRUZ ROMERO N°517 ZONA ALUVIONICA	<b>10316748169</b>
100	COLONIA VILLANUEVA EMILIA	JR. SIMÓN BOLÍVAR N°680 ZONA COMERCIAL	<b>10316541505</b>
101	PALACIOS PALACIOS WILMER	JR. JULIÁN DE MORALES N°826 ZONA COMERCIAL	<b>10028468038</b>
102	VALLADARES BLAS IDA	JR. CARAZ N°321 2DO PISO ZONA COMERCIAL	<b>10411244623</b>
103	CALVO TINOCO CECILIA REYNA	AV. 27 DE NOVIEMBRE N°612- HUARUPAMPA.	<b>10433628913</b>
104	MINAYA OSORIO ARTEMIO	JR. JOSÉ DE SUCRE N° 1280 SOLEDAD BAJA	<b>10316163837</b>
105	ALMENDRADES COCHACHIN MARIA ALEJANDRINA	AV. CONFRATERNIDAD INT. ESTE MZ 184 LT 07	<b>10801088312</b>
106	CAMINO HERBOSO JORGE AUGUSTO	PSJE OCTAVIO HINOSTROZA N°522 BELÉN	<b>10442220293</b>
107	ELIANA YUDIT QUISPE LÓPEZ RESTAURANT “EL TUNE”	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL ESTE N°2930	<b>10404182272</b>

108	LÓPEZ OBREGÓN JESÚS JAIME	JR. 13 DE DICIEMBRE N°752 ZONA COMERCIAL	<b>10104814765</b>
109	DEXTRE ROMERO OFELIA MARGARITA	JR. AMADEO FIGUEROA N°1245 SOLEDAD BAJA	<b>10316521831</b>
110	SEVERA EMITERIA ARBILDO ARAUJO	AV CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL ESTE N° 2947	<b>10334099488</b>
111	ALBINO IGNACIO BRAVO ALEGRE	AV. BOLOGNESI N° 141 2DO PISO ZONA COMERCIAL	<b>10425823243</b>
112	GUZMÁN MORAN KALLELLY IMELDIA	JR. LARREA Y LAREDO N° 730	<b>10316541831</b>
113	PINTO PAUCAR GESUSA ANA	JR. MARISCAL CÁCERES N°470 ZONA COMERCIAL	
114	TICONA MONTES SALVADOR TITO FÉLIX	JR. JULIÁN DE MORALES N°828 ZONA COMERCIAL	<b>10095521181</b>
115	JAIMES JUSTO DALMIRA	JR. JOSÉ DE SAN MARTIN N°1108	<b>10435688310</b>
116	GÓMEZ PACAHUALA EDGAR RICARDO	AV VILLON N°1406	<b>10316514290</b>
117	BEDÓN CASTRO MEDITA MACEDONIA	JR. JOSÉ DE SUCRE N° 772 – A	<b>10319234441</b>
118	TAHUA RÍOS CESAR ANDRÉ	AV LUZURIAGA N°1036	<b>10474982152</b>
119	LÁZARO ALMENDRADES FELIPE VÍCTOR	JR. CARAZ N°483 2DO PISO	<b>10316304376</b>
120	INVERSIONES CAPRICORNIO S.A.C	JR. SIMÓN BOLÍVAR N°667	<b>20533938966</b>

121	KAMT JESFEN GUSTAVO MANUEL ENRIQUE	JR. JULIÁN DE MORALES N°747 ZONA COMERCIAL	<b>10061643627</b>
122	COCHACHIN MALLQUI WALTER AGUSTÍN	AV FITZCARRALD N° 368	<b>10430878366</b>
123	HUANE GARCÍA SONIA MARGARETH	JR. CAJAMARCA N°205	<b>10427147890</b>
124	HARO FLORES JUAN FERMÍN	JR. CAJAMARCA N°100	<b>10316234157</b>
125	RODRÍGUEZ SANCHEZ MIGUEL DAVID	AV LUZURIAGA N°407 2DO PISO	<b>10317716449</b>
126	LUCERO MACEDO SANTA MARGARITA	PARAGE MERCADO CENTRAL INT R-5-1 2DO PISO	<b>10316590701</b>
127	TOLEDO MARIA	PARAGE MERCADO CENTRAL INT J-2-3 2DO PISO	<b>17364929455</b>
128	RODRÍGUEZ LEÓN FLOR DEL PILAR	PARAGE MERCADO CENTRAL INT P-1-5	<b>10423869581</b>
129	GARCÍA ROMERO NANCY	PARAGE MERCADO CENTRAL INT J-2-2- 2DO PISO	<b>10410677887</b>
130	BRASAS Y PARRILLAS RESTAURANT S.A.C	AV. LUZURIAGA N°897	<b>20533678875</b>
131	RASHTA LLALLIHUAMA N SUSANA MANUELA	PARAGE MERCADO CENTRAL INT R-2-1	<b>10427533439</b>
132	HUERTA HERRERA JORGE LUIS	JR. HUASCARÁN N°217	<b>10456861321</b>
133	MENACHO GONZALES ELVIRA YOLANDA	PARAGE MERCADO CENTRAL INT R-2-5	<b>10411757132</b>

134	HENOSTROZA RAMÍREZ JAVIER EDGAR	AV. AGUSTÍN GAMARRA N° 1219	<b>10473509046</b>
135	TOLENTINO ALBORNOZ CARLOS ISIDRO	AV BOLOGNESI N°266	<b>10316513544</b>
136	RÍOS VERGARA DAVID ENRIQUE	AV LUZURIAGA N°637	<b>10316540592</b>
137	OROPEZA GUERRERO YONY JAVIER	JR. JOSÉ DE SAN MARTIN N°410 1ER Y 2DO PISO	<b>10447402471</b>
138	PINEDA BLAZ EFRAÍN ROGELIO	AV RAYMONDI N°410	<b>10095641551</b>
139	FANTASIA NEL DESSERT E.I.R.L.	AV LUZURIAGA N°645 2DO PISO	<b>20571449804</b>
140	LA CASITA HZ E.I.R.L.	JR. SAN MARTIN N°1001	<b>20533692274</b>
141	BAZÁN REYES YOHANA MARGARITA	JR. JOSÉ DE SUCRE N°1225- SOLEDAD BAJA.	<b>10409768739</b>
142	FREDY WILLIAM RAMÍREZ OBREGÓN	JR. SAN CRISTÓBAL N°103 2DO PISO	<b>10420152511</b>
143	CADILLO BRONCANO	AV TORIBIO DE LUZURIAGA N°849	<b>10316614863</b>

	ESTHER MARLENY		
144	ROSALES TORRES YAKELIN MELISA	JR. JOSÉ DE LA MAR N°437	<b>10441702367</b>
145	KAQUI VALENZUELA MADELEY JANET	PARAGE MERCADO CENTRAL OFIC 209 2DO PISO	<b>10446010111</b>
146	SÉPTIMO MACEDO MARIA ELENA	JR. RAMÍREZ LUNA N°638	<b>10316227754</b>
147	CORDERO RAMOS JORGE PABLO	JR. HUASCARÁN N°275	<b>10485611059</b>
148	JAMANCA NORABUENA HUGO JOSÉ	JR. 28 DE JULIO N°534 A	<b>10092751991</b>
149	INFANTES BEJAR GISELA	JR. LUCAR Y TORRE N°480	<b>10460714678</b>
150	INVERSIONES TURÍSTICAS H.Q. S.R.L.	JR. CARAZ N°786	<b>20534027983</b>
151	RESTAURANT POLLERIA KARAOKE PACHAS S.R.L.	JR CARAZ N°786	<b>20531009372</b>
152	RODRÍGUEZ PEREZ CARLA MILAGROS	JR. JULIÁN DE MORALES N°759	<b>10422582792</b>
153	CACHA VALENTIN GAVINO MARCELINO	JR. ANDRÉS A. CÁCERES N°406	<b>10316011611</b>
154	TARAZONA OSORIO HARRY JHANG	JR. SIMÓN BOLÍVAR N°450 – B	<b>10704966631</b>

155	HENOSTROZA CASTILLO MARCIANO VISTORIANO – RESTAURANT TANIA	JR. CARAZ N°19	<b>10316311313</b>
156	CERNA GIRALDO MAGDA TEÓFILA	JR. SIMÓN BOLÍVAR N°735	<b>10316377110</b>
157	NORABUENA RÍOS MARINA	PARAGE MERCADO CENTRAL PUESTO F-R- 68 2DO PISO	<b>10316206188</b>
158	VERAMENDI NÚÑEZ YARINA MARINA	JR. JULIÁN DE MORALES N°820	<b>10409522608</b>
159	ULDARICO HOLGUIN CAUSHI ROSALES	JR. 27 DE NOVIEMBRE N°643 MZ 19 LT 25	<b>10412666777</b>

160	JUSTINO MONTAÑEZ EDWIN ISIDRO	JR. JULIÁN DE MORALES N°860	<b>10406952121</b>
161	BENITES AVENDAÑO JUVETH	AV CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL ESTE N°2620	<b>10411532807</b>
162	RASHTA VIDAL IBIS KARINA	PASAJE SAN CRISTÓBAL N°1107	<b>10405655760</b>
163	NIVIN RURUSH BIBIANA CEFERINA	JR. CAJAMARCA N°359 2DO PISO	<b>10316412047</b>
164	REYES COLETO MARCO MARDONIO	PASAJE BOLOGNESI N°415	<b>10446976651</b>
165	CHÁVEZ CABELLO PEREGRINA ROSA	JR. CARAZ N°590	<b>10107895341</b>
166	SALVADOR YAURI OMAR GERMAN	AV CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL OESTE N°380	<b>10801401941</b>
167	MONTALVO CERDA JESÚS AURELIANO	JR. FEDERICO SAL Y ROSAS N°721	<b>10159795654</b>
168	GARCÍA DE YAURI RITA JULIA	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO N°537	<b>10316663457</b>
169	ESTEBAN CARRERA GUIDO	JR. FEDERICO SAL Y ROSAS N°721-BELEN	<b>10407419281</b>

170	VALVERDE HUÁNUCO AGRIPINO TEODORO	PARAGE MERCADO CENTRAL PUESTO R-7-4 2DO PISO	<b>10316102447</b>
171	OROPEZA GUERRERO YONY JAVIER	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO N°642	<b>10447402471</b>
172	RESTAURANTE QUINUA COCINA PERUANA - FUSIÓN	JR. JOSÉ DE SAN MARTIN N°1108	<b>20533804251</b>
173	RIMAC VEGA TEOLINDA JULIA	PARAGE MERCADO CENTRAL OFIC 201 2DO PISO	<b>10322697401</b>
174	MAMANI SILVESTRE LISSETTE KAROL	JR. FEDERICO SAL Y ROSAS N°710 BELÉN	<b>10441236374</b>

175	CALVO MINAYA BAYLON VIDAL	JR. JOSÉ DE LA MAR N°671	<b>10316256347</b>
176	INVERSIONES CEGALOS E.I.R.L.	PSJE CAYETANO REQUENA N°463	<b>20542072122</b>
177	RAYMUNDO ROQUE ANTONIA MARIA	JR JOSÉ DE SAN MARTIN N°1168	<b>10484122577</b>
178	JUSTO ADRIANO JESSICA MAXIMINA	AV 27 DE NOVIEMBRE N°535	<b>10230190980</b>
179	CASTRO ONCOY VICENTE SABINO	JR FRANCISCO BOLOGNESI N°232	<b>10317686949</b>
180	YANCE CASAS YULISSA YANET	JR 28 DE JULIO N°925 2DO PISO	<b>10154377838</b>
181	CENA LEÓN FRANCISCO JAVIER	JR FRANCISCO BOLOGNESI N°230	<b>10316411202</b>
182	ANA CAMACHO RODRÍGUEZ	JR SIMÓN BOLÍVAR MZ 163 LOTE 01	<b>10801191636</b>
183	AJO PICANTE S.R.L.	JR DE LA CRUZ ROMERO N°654	<b>20571370612</b>
184	RAMÍREZ ESTELA FORTUNATA	PASAJE NICOLAS DE PIÉROLA M°159 MZ 96 LOTE 06	<b>10319316413</b>
185	COTRINA RAMÍREZ BARTOLOMÉ SANTOS	JR 13 DE DICIEMBRE N°752	<b>10400489667</b>
186	LÁZARO SAL Y ROSAS SIMION ALEJANDRO	CALLE SANTA ROSA MZ C LOTE 12	<b>10316201267</b>
187	CUEVA HIDALGO NORDIT MARIBEL	JR MARISCAL CÁCERES N°470	<b>10445345186</b>

188	MELGAREJO SALAS LISBETH CAROL	PASAJE VIVAR FARFÁN N°851 BELÉN	<b>10447707557</b>
189	CAMONES CALIXTO EDWIN POLICARPO	JR EDUARDO LUCAR Y TORRE N°480	<b>10228919221</b>

190	OBREGÓN ALBINO MARGARITA	JR. CARAZ N°123	<b>10421980247</b>
191	CRISOLO MOLINA VICTORIA SANTA	AV PEDRO VILLON N°105	<b>10316542102</b>
192	FLORES FERNÁNDEZ LUZ	AV 27 DE NOVIEMBRE N°1338	<b>10460534602</b>
193	ARTEAGA DEL POZO ROAL AUGUSTO	JR JOSE DE SAN MARTIN N°1275	<b>10067093475</b>
194	RAMÍREZ MACEDO FAUSTINO ALBERTO	JR FRANCISCO BOLOGNESI N°219	<b>10316612895</b>
195	MEJÍA DIAZ ESTHER MERCEDES	AV. AGUSTÍN GAMARRA N°1111 SOLEDAD BAJA	<b>10317692604</b>
196	PEÑA TACURI ALFONSA MARIA	JR JOSE DE SAN MARTIN N°939	<b>10403644116</b>
197	LÁZARO LUCIANO REVECA DORIS	JR 27 DE NOVIEMBRE N°602 – B	<b>10468594825</b>
198	LEIVA ESPINOZA SARA ADELAIDA	AV PEDRO VILLON N°105	<b>10230930191</b>
199	CANUTO ROJAS GERÓNIMO EMILIO	AV ANTONIO RAYMONDI N°1280	<b>10323823401</b>
200	HUAMAN GONZÁLEZ ANGELA ELISA	JR ESTEBAN CASTROMONTE MZ 04 LTE 13 PEDREGAL	<b>10316633159</b>
201	MORI CARRANZA LEYDY MILAGROS	JR JOSE DE LA MAR N°860	<b>10708149999</b>
202	PINO GARRO NAYBETO	AV MARISCAL TORIBIO DE LUZURIAGA N°577 2DO PISO	<b>10437357574</b>
203	BAUTISTA MAGUIÑA HERNÁN TITO	JR PUMACAYAN MZ Q LTE 05 BARRIO SAN FRANCISCO	<b>10316519135</b>
204	MENDOZA HUALLPAHUAQUE AGUSTÍN RANULFO	JR. CAJAMARCA N°312	<b>10463921330</b>

205	ROSALES OSORIO DORALICIA	AV ANTONIO RAYMONDI N° 485	<b>10407287661</b>
206	ALMIRON RAMOS OSCAR	JR. JOSE ANTONIO DE SUCRE N°1117 – SAN FRANCISCO	<b>10417161916</b>
207	RÍOS ALBERTO DIEGO MANUEL	AV FRANCISCO BOLOGNESI N°274	<b>10468381201</b>
208	BOSSHARD HEINRICH	JR SIMÓN BOLÍVAR 2DO PISO N° 572	<b>15533695458</b>
209	RIMAC VEGA DAVID NICOLAS	AV ANTONIO RAYMONDI N°175	<b>10435690047</b>
210	VINO PUNTILLO LUCIA RITA	JR SIMÓN BOLÍVAR N°476	<b>10476992422</b>
211	MULTISERVICIOS J & D DIEGO	JR 28 DE JULIO N°477 – HUARUPAMPA	<b>20571302536</b>
212	MAYPU HUAMANI REYNA YESSICA	JR HUASCARÁN N°210	<b>10447945598</b>
213	MERCEDES MEDINA SILENA MARIA	JR 13 DE DICIEMBRE N°104	<b>10449591696</b>
214	QUITO MACEDO ESTEBAN MARIO	AV AGUSTÍN GAMARRA N°743 SOLEDAD BAJA	<b>10106801016</b>
215	CUBAS LEÓN ERITA ROSALVA	JR 27 DE NOVIEMBRE N°2026 – CHALLHUA	<b>10420744086</b>
216	SERVICIOS GENERALES BURGER LA PUENTE E.I.R.L.	JR JOSE DE SUCRE 5TA CUADRA 2DO PISO- SERPOST	<b>20449408331</b>
217	SILVERIO CELESTINO MARIA VICTORIA	JR HUASCARÁN N°277 CONO ALUVIONICO	<b>10453690861</b>
218	PINEDA DE MORENO JULIA ANDREA	PARQUE DE LA AMISTA INTERNACIONAL S/N INT 952 MZ 149 LTE 13	<b>10316308371</b>
219	GRANADOS RASHTA TORIBIO ALFONSO	JR 13 DE DICIEMBRE N°712 CONO ALUVIONICO	<b>10316070642</b>
220	MÉNDEZ LAUYA ALEJANDRINA ROSALINA	AV. CONFRATERNIDAD ESTE N°2927 MZ 128 – A LOTE 01 – SOLEDAD ALTA	<b>10408434471</b>
221	DIJAES S.R.L.	JR SEBASTIÁN BEAS N°864	<b>20364692693</b>
222	MONTORO CUEVA DORA HERMELINDA	JR SAN CRISTÓBAL N°1015 2DO PISO – CONO ALUVIONICO	<b>10425694923</b>

223	DE LA CRUZ DE ORTEGA DOMITILA MARIA	JR 28 DE JULIO N°844	<b>10316800527</b>
224	ERAUSQUIN SARRIA LUIS ENRIQUE AUGUSTO	JR MARISCAL CÁCERES N°418 HUARUPAMPA	<b>10402535534</b>
225	COCHACHIN DE PAZ EPIFANIO WILDER	AV CONFRATERNIDAD OESTE N°920 MZ C LOTE 15 – CHALLHUA	<b>10316656027</b>
226	AVILÉS ESPINOZA CARLOS	JR 27 DE NOVIEMBRE N°1806	<b>10416378555</b>
227	CASTILLO MINAYA DIANA MERCEDES	JR RAMON CASTILLA N°752 – SOLEDAD	<b>10429953320</b>
228	FIGUEROA JIMENES YULER ALEX	JR BOLOGNESI N°232 HUARUPAMPA	<b>10719917572</b>
229	LEÓN TAMARA NELLY JUDITH	JR. SAN MARTIN N° 833 ZONA COMERCIAL.	<b>10326449356</b>
230	LÁZARO DE LA CRUZ NOEMI.	AV. ROSAS PAMPA N° 165 MZ:C LT:06-ROSAS PAMPA.	<b>10467212473</b>
231	FLORES DIONICIO ROLANDO WILLY	AV. CONFRAT.INTER. OESTE N° 335 HUARUPAMPA	<b>10438844576</b>
232	VEGA MONTES TEODORO	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL OESTE N°908 ZONA COMERCIAL	<b>10322680452</b>
233	PASTOR SUAREZ DELINA AMALIA	JR. SEBASTIÁN BEAS N° 826 ZONA COMERCIAL	<b>10423652301</b>
234	MORALES RAMOS ANTONIO PEREGRINO	JR. BOLOGNESI N° 274 HUARUPAMPA	<b>10316354667</b>
235	MELGAREJO SALAS LISBETH CAROL	JR. BOLOGNESI N° 298 HUARUPAMPA	<b>10447707557</b>
236	ENTRE FRUTIKAS E.I.R.L.	PJ. CAYETANO REQUENA N° 463 HUARUPAMPA	<b>20600948254</b>
237	SALAZAR PALACIOS LUCIA MAURA	AV. CONFRAT. INTER. ESTE N° 424 HUARUPAMPA	<b>10402514154</b>

238	VARGAS SILVIA GUICELA NORES	AV. LUZURIAGA N° 1180TDA N°03 BELÉN	<b>10446461945</b>
239	PELÁEZ ROJAS CARMEN KARINA	PRÓL. LUZURIAGA S/N. MZ: 30 LT: 9-B VILLÓN BAJO	<b>10316656981</b>
240	MENDOZA HUAYANEY EDWARD GREY	AV. LUZURIAGA TIENDA 4 1180 BELÉN	<b>10316194198</b>
241	AZABACHE ARQUINIO CARMEN ROSA	PASAJE ALEJANDRO DEXTRE N° 651- SAN FRANCISCO	<b>10316768933</b>
242	PINEDO VALENCIA ELENA	PJ. ZARUMILLA N° 105- JOSÉ OLAYA	<b>10412366200</b>
243	MERCEDES MEDINA DELIA MARIA	JR. RAMÓN CASTILLA N° 648. SOLEDAD BAJA	<b>10316799014</b>
244	SCHEBSDAT BEDOYA ALLAN	CALLE PARQUE GINEBRA S/N MZ; U LT: 28- ZONA COMERCIAL	<b>10295177719</b>
245	PAJUELO CERNA NINCOL JUAN	JR. JOSÉ DE LA MAR N° 745, ZONA COMERCIAL	<b>10449915734</b>
246	CASTROMONTE LUNA ROLANDO EDUARDO	JR. SAN MARTÍN N° 821- HUARUPAMPA	<b>10316514869</b>

*Fuente: Municipalidad de Huaraz (2019)*

## Anexo 4: Consentimiento informado

**Consentimiento informado**

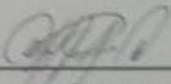
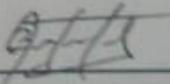
Gestión de calidad con el uso de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas – rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2018

Yo, BACILIO DE LA CRUZ JUNIOR identificada con número de DNI 47147477.....

Acepto participar voluntariamente en el presente estudio, porque se me explicó y comprendo el propósito de la investigación. Mi participación consiste en responder con veracidad y llenar de forma escrita las preguntas planteadas en el cuestionario.

El(a) investigador(a) se compromete a guardar la confidencialidad y anonimato de mis datos, los resultados se informarán de manera general, guardando en reserva la identidad de las personas encuestadas.

Por lo cual autorizo mi participación voluntaria y firmo este documento como señal de conformidad.

<u>Aires Sanchez Jency Jurel</u> Nombre del estudiante investigador	 Firma del estudiante investigador
<u>JUNIOR BACILIO</u> Nombre del representante de la empresa	 Firma del representante de la empresa

## **Anexo 5: Instrumento de recolección de datos**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: la Gestión de calidad con el uso de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz para obtener el grado de bachiller en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

### **1. GENERALIDADES**

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

##### **1. Edad**

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

##### **2. Sexo**

- a) Masculino.                      b) Femenino.

##### **3. Grado de instrucción**

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

##### **4. Cargo que desempeña**

- a) Dueño.                      b) Administrador.                      c) Encargado.

#### **1.2. REFERENTE A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.**

##### **5. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro**

- a) 0 a 3 años.                      b) 4 a 7 años.                      c) 8 a más años.





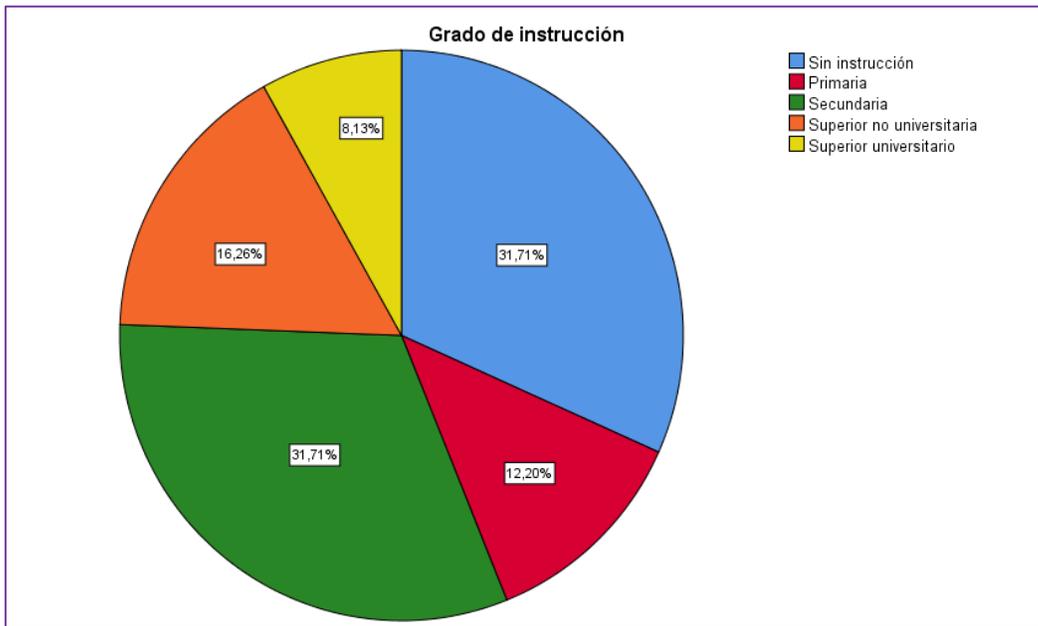


Figura 3: Grado de instrucción

Fuente: Tabla N° 1.

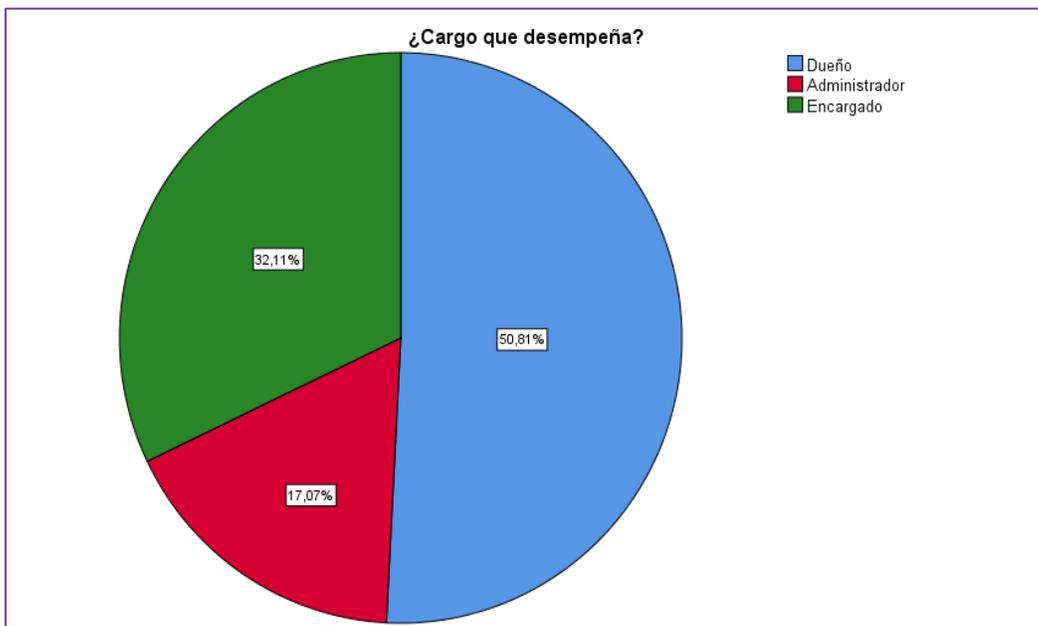


Figura 4: Cargo

Fuente: Tabla N° 1.

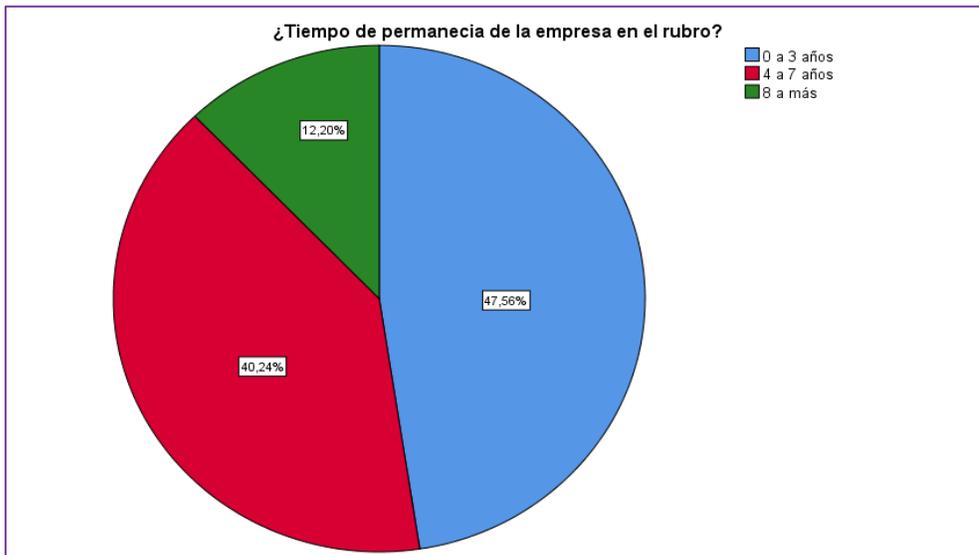


Figura 5: Tiempo de permanencia  
Fuente: Tabla N° 2.

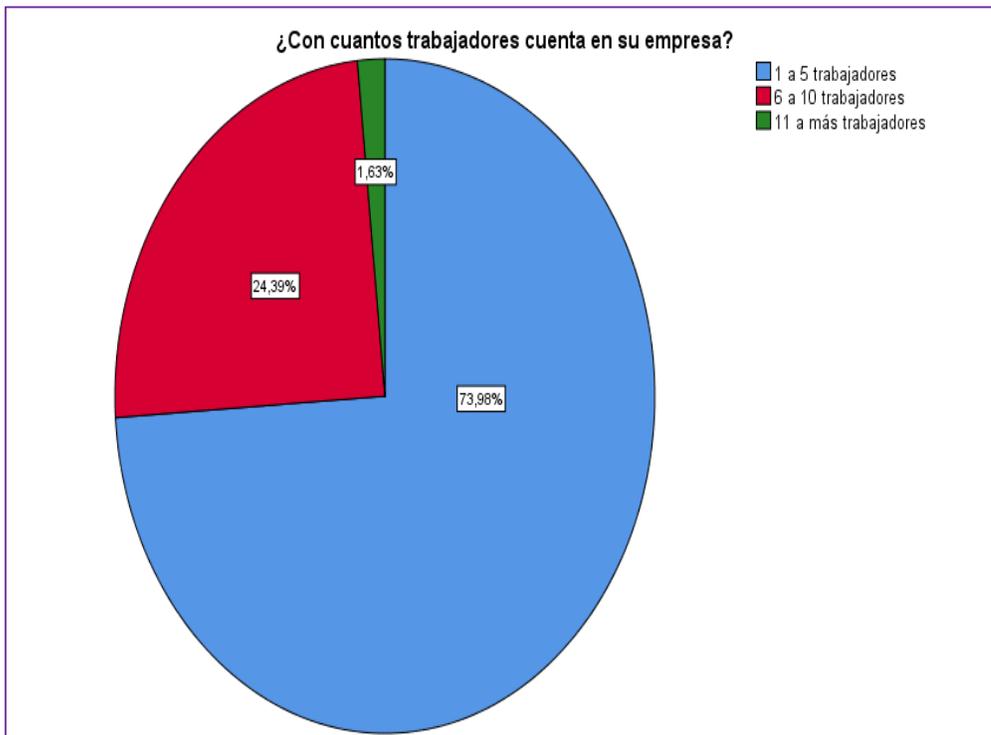


Figura 6: Número de trabajadores  
Fuente: Tabla N° 2.



Figura 7: Personas que trabajan en su empresa  
Fuente: Tabla N° 2.

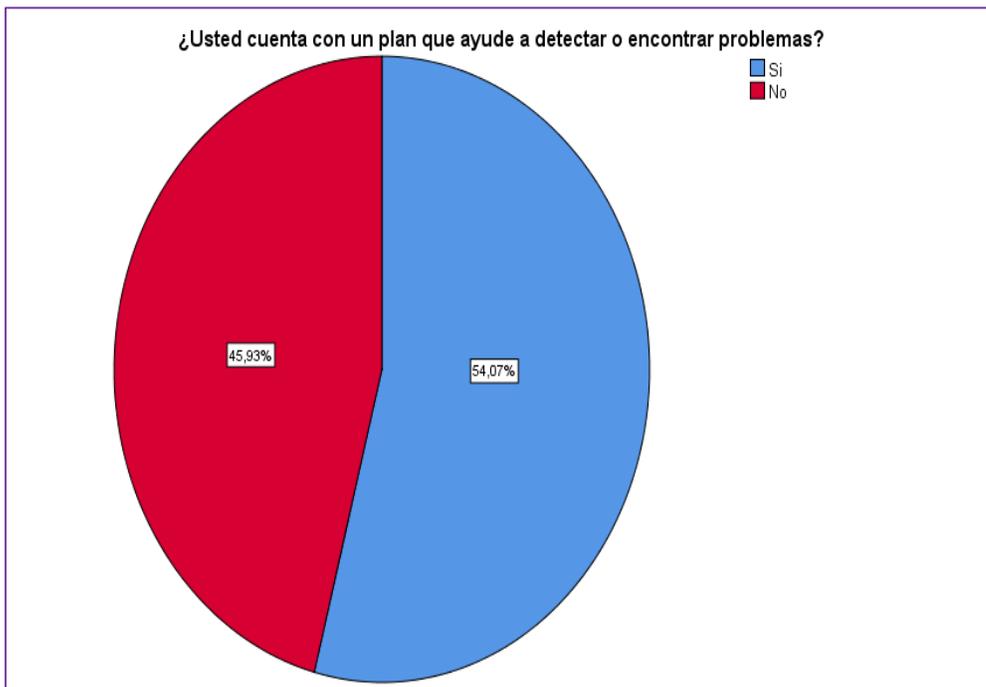


Figura 8: Plan para detectar problemas  
Fuente: Tabla N° 3.

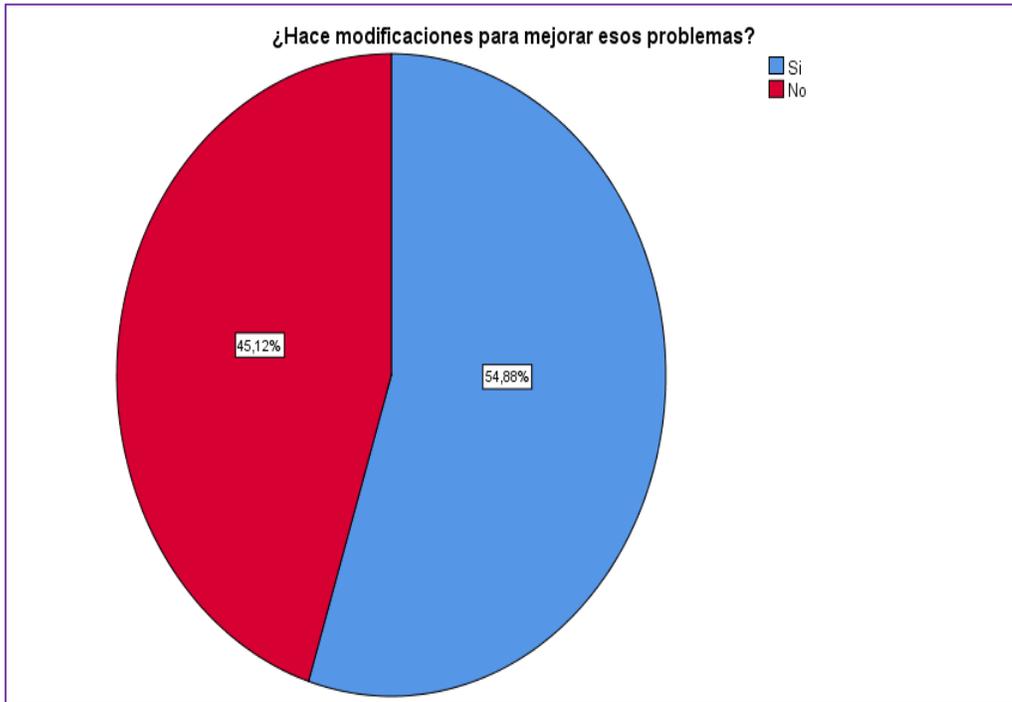


Figura 9: Modificaciones para mejorar problemas  
 Fuente: Tabla N° 3.

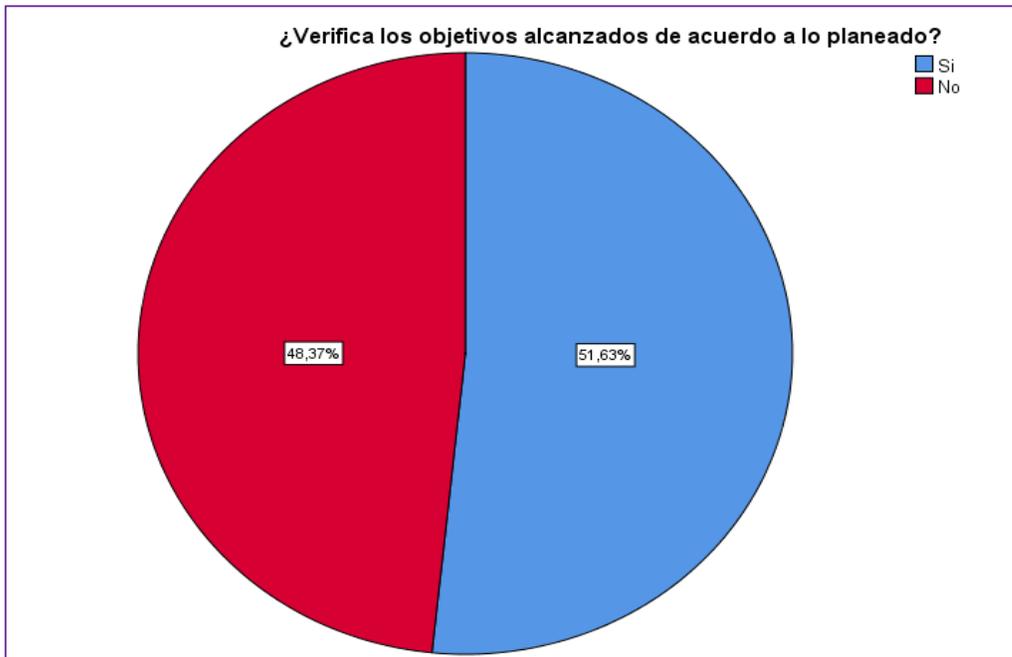


Figura 10: Verificación de objetivos de acuerdo a lo planeado  
 Fuente: Tabla N° 3.

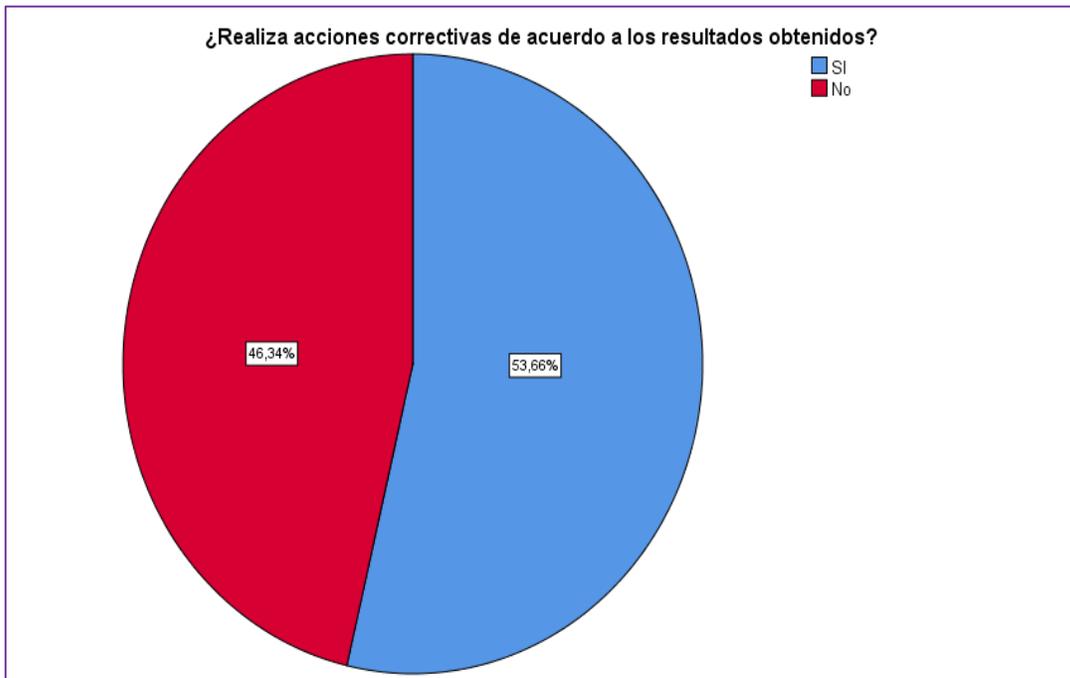


Figura 11: Realización de acciones correctivas de acuerdo a los resultados obtenidos  
Fuente: Tabla N° 3.

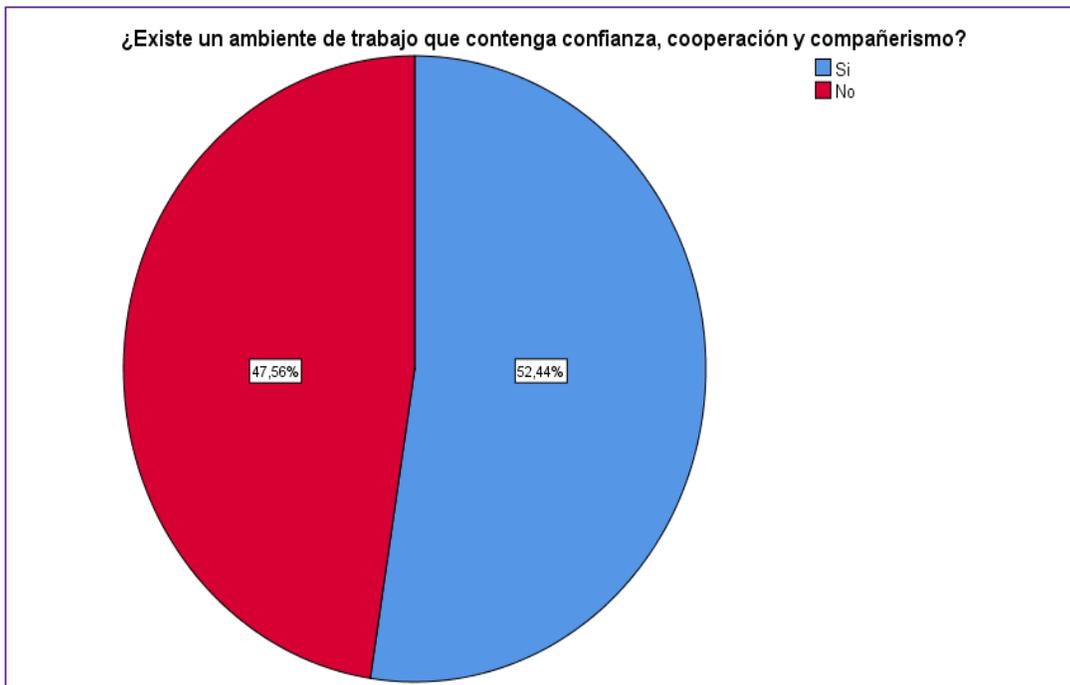


Figura 12: Ambiente de trabajo con confianza, cooperación y compañerismo  
Fuente: Tabla N° 4.

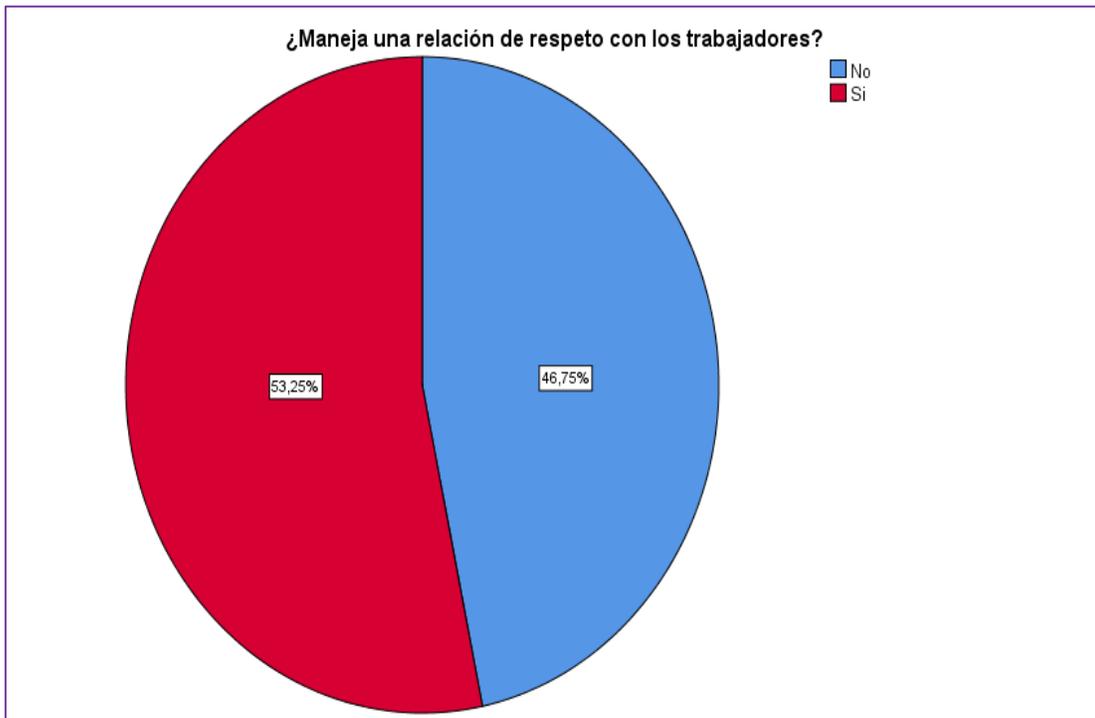


Figura 13: Relación de respeto con los trabajadores  
 Fuente: Tabla N° 4.

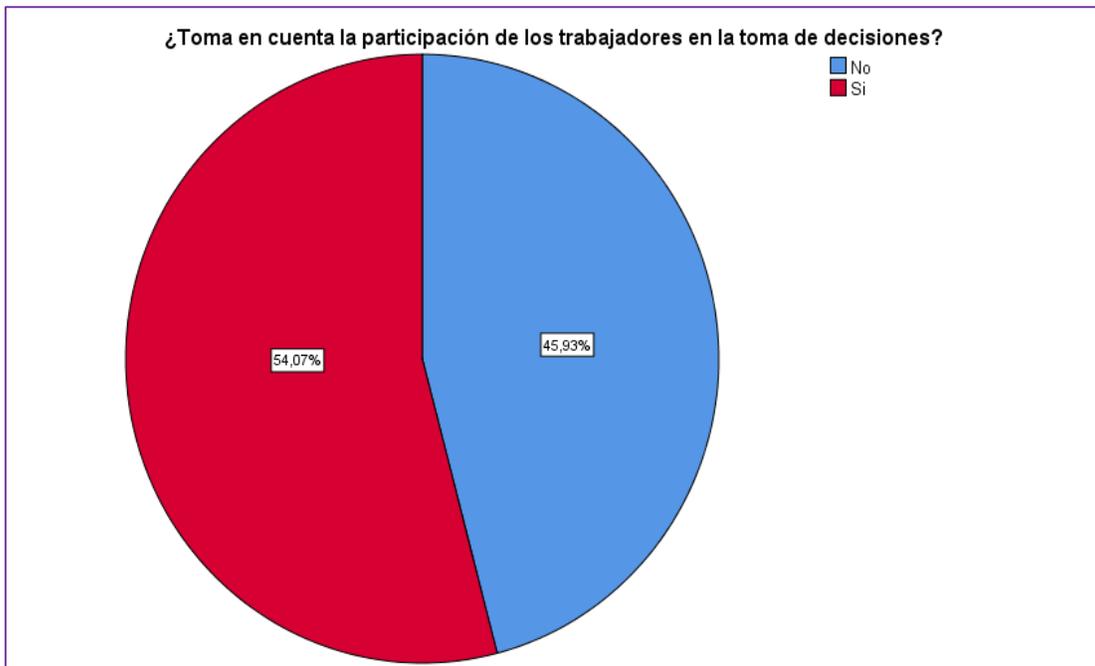


Figura 14: Participación en la toma de decisiones  
 Fuente: Tabla N° 4.

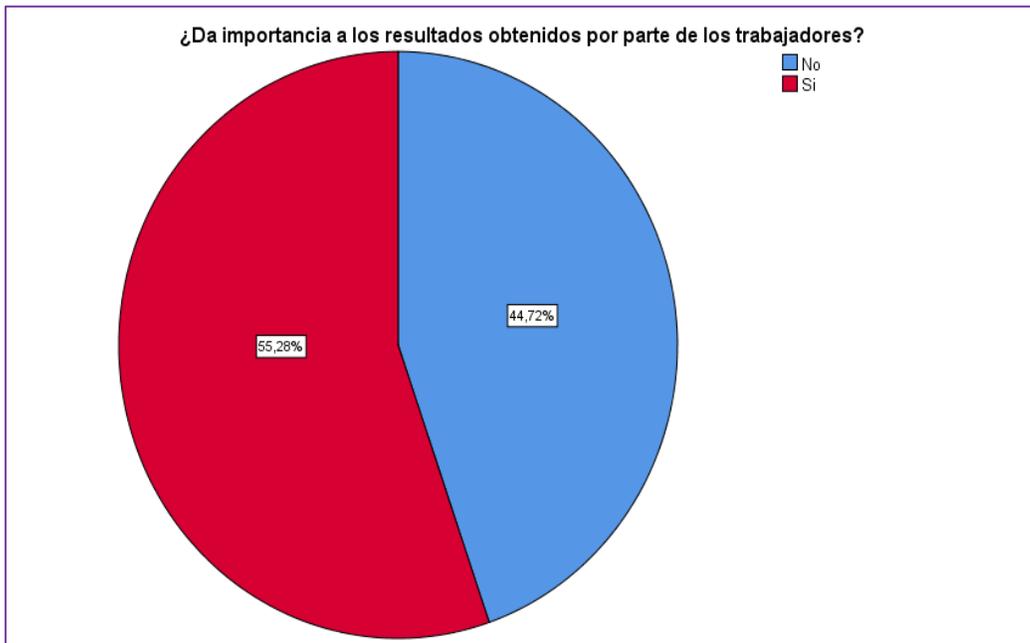


Figura 15: Importancia a los resultados obtenidos por el trabajador  
 Fuente: Tabla N° 4.

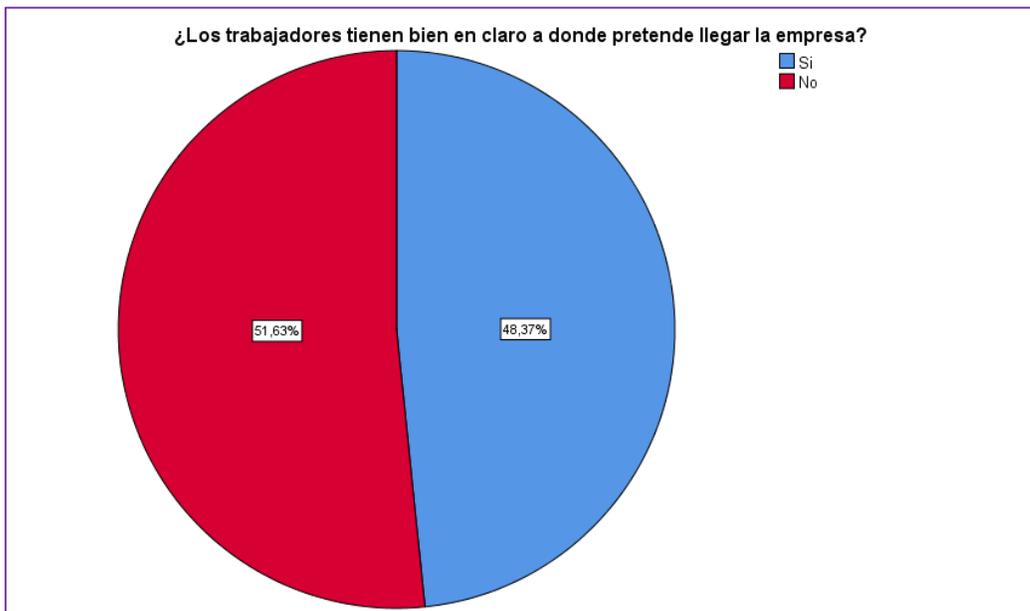


Figura 16: Claridad hacia donde pretende llegar la empresa  
 Fuente: Tabla N° 4.

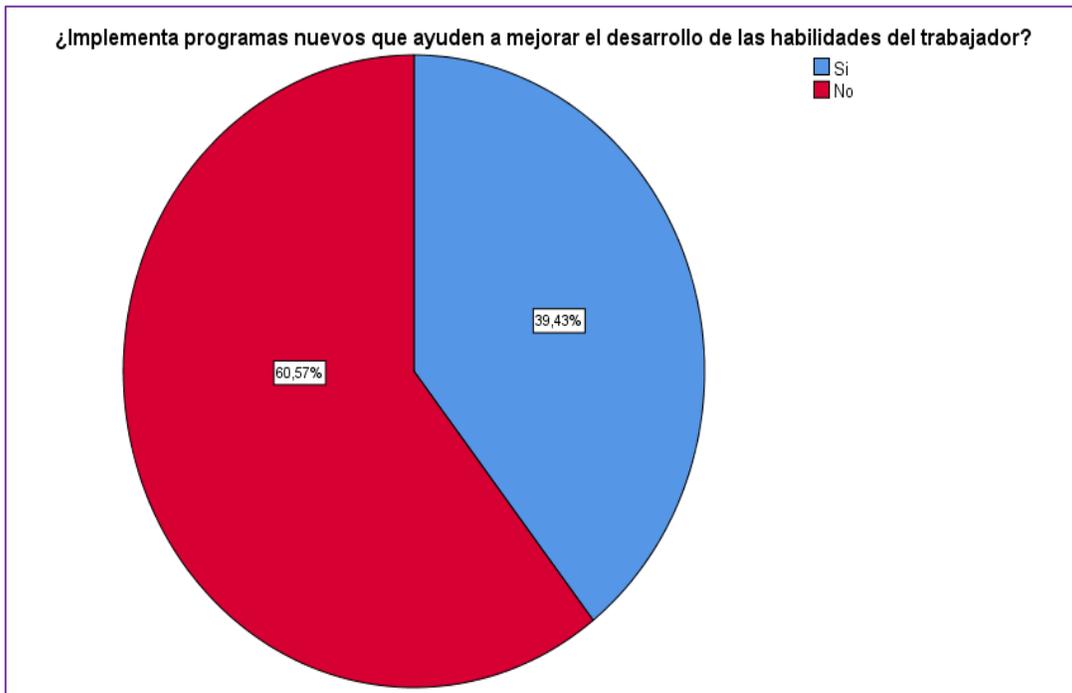


Figura 17: Implementación de programas para el desarrollo de habilidades  
Fuente: Tabla N° 4.

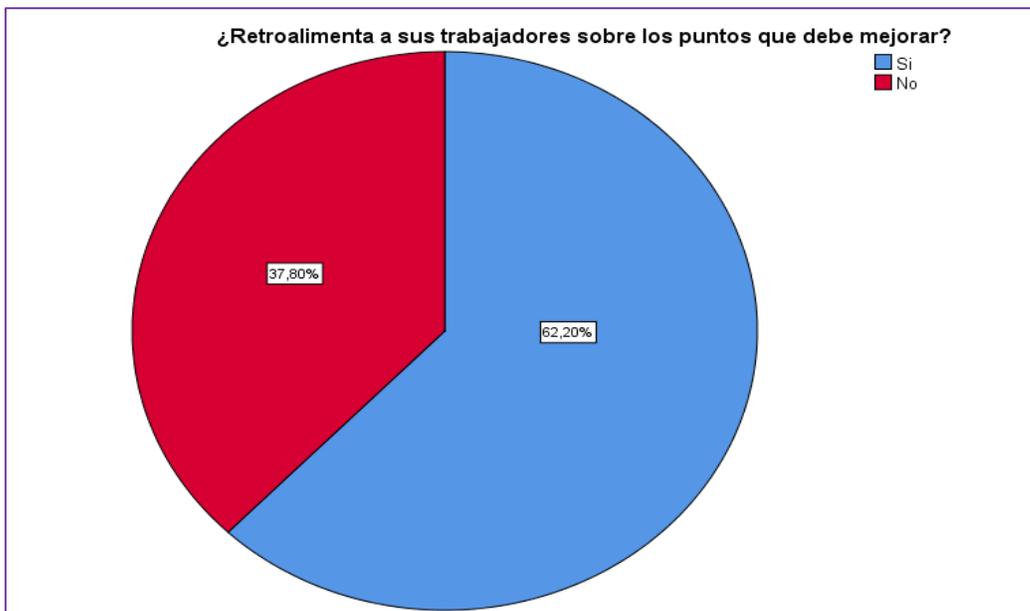


Figura 18: Retroalimentación sobre los puntos de mejora  
Fuente: Tabla N° 4.

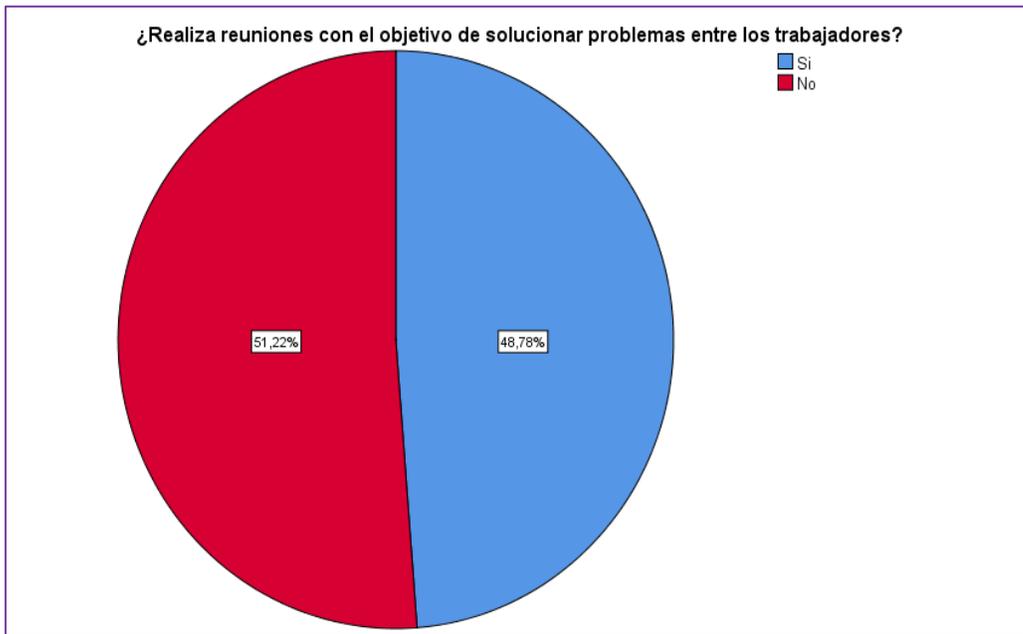


Figura 19: Reuniones para solucionar problemas entre los trabajadores  
 Fuente: Tabla N° 4.

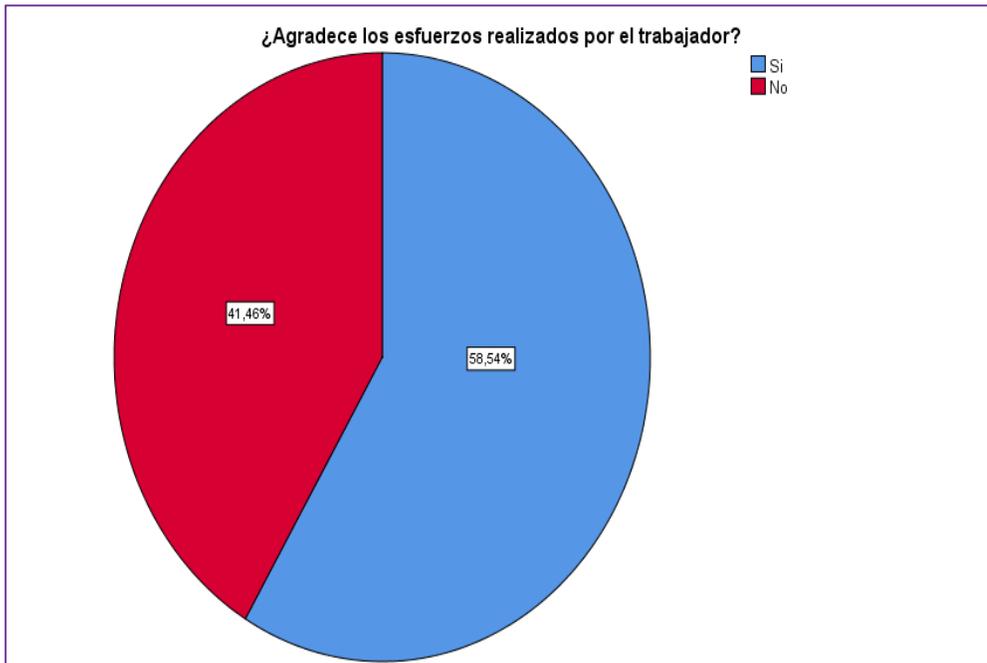


Figura 20: Agradecimiento por los esfuerzos realizados  
 Fuente: Tabla N° 4.

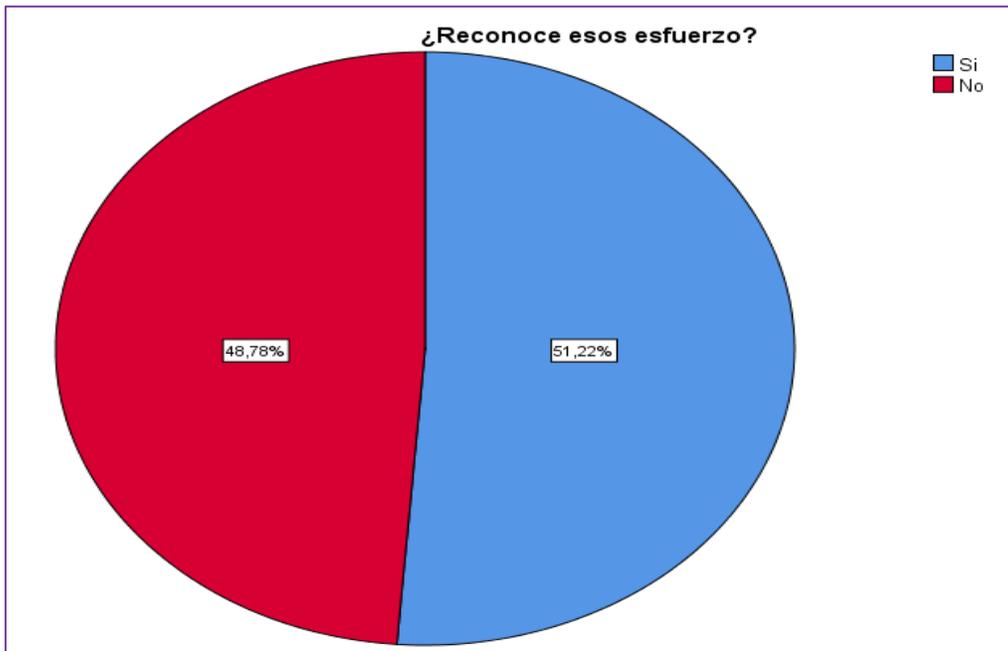


Figura 21: Reconocimiento de los esfuerzos  
Fuente: Tabla N° 4.



Figura 22: Celebración del éxito  
Fuente: Tabla N° 4.

## REPORTE DE SIMILITUD

turnitin JENSY JANNEL FLORES SANCHEZ Taller-IV-D-JFloresS-Turnitin-JI-2020-2

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA MOTIVACIÓN LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2018.

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

**AUTORA**

FLORES SANCHEZ, JENSY JANNEL

ORCID: 0000-0003-4491-1503

Resumen de coincidencias X

12

12 %

1 Entregado a Universidad... 12 % >  
Trabajo del estudiante

Página: 1 de 66 Número de palabras: 16047 Text-only Report High Resolution Activado

# GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA MOTIVACIÓN LABORAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2018

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

## FUENTES PRIMARIAS

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 4%

Excluir bibliografía

Apagado