



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO LA
TEORÍA MOTIVACIONAL DE HERZBERG EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS-RUBRO
PELUQUERÍAS Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA EN
EL DISTRITO DE HUARAZ, 2015**

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

AUTOR

CARLOS ALBERTO JAMANCA ANAYA

ASESOR

MGTR. CARLOS HUMBERTO CHUNGA ANTÓN

HUARAZ –PERÚ

2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO LA
TEORÍA MOTIVACIONAL DE HERZBERG EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS-RUBRO
PELUQUERÍAS Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA EN
EL DISTRITO DE HUARAZ, 2015**

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

AUTOR

CARLOS ALBERTO JAMANCA ANAYA

HUARAZ –PERÚ

2017

1. Título de la tesis: caracterización de la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2015.

2. Hoja de firma del jurado y asesor

Dr. José German Salinas Gamboa
Presidente

Mgtr. César Hernán Norabuena Mendoza
Secretario

Mgtr. Carmen Rosa Azabache Arquinio
Miembro

Mgtr. Carlos Humberto Chunga Antón
Asesor

3. Agradecimiento

A Dios, con gratitud infinita, a todas aquellas personas que apoyaron y participaron a la realización de esta investigación. A mis padres y hermanos por el respaldo y amor brindado.

Dedicatoria

A mis padres, que con su esfuerzo y entusiasmo me motivan a perseverar y ser mejor persona, y de manera especial a quien le debo todo en esta vida a mi padre Juan Jamanca Chávez.

4. Resumen

La investigación tuvo como objetivo establecer las principales características de la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg, en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2015. Para el desarrollo de la investigación se recurrió a un diseño transeccional, y un tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 58 trabajadores de 12 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: el 50% del personal, señalan estar totalmente en desacuerdo con el reconocimiento y logro al ver el resultado de su trabajo, el 44.8% del personal manifiestan no estar de acuerdo con el crecimiento personal con su trabajo, y el 44.8% del personal indica estar totalmente en desacuerdo con el sueldo mensual que percibe. Concluyendo, que los trabajadores muestran sentirse en desacuerdo con el convenir de la supervisión que realizan sus jefes con un liderazgo falto de comunicación, con muestras de indiferencia en la posibilidad de autonomía en la toma de decisiones, así también perciben estar en desacuerdo con el sentir de autorrealización al no ver que su trabajo les permita crecer como personas, de igual manera tienen el mismo resultado con el reconocimiento al logro siendo esto perjudicial en la motivación de los trabajadores y por ende en la productividad de las organizaciones.

Palabras claves: Gestión de calidad, Motivación, MYPE

Abstract

The objective of the research was to establish the main characteristics of quality management under Herzberg's motivational theory, in the micro and small companies of the services-sector sector, hairdressers and other beauty treatments in the district of Huaraz, 2015. For the development of the research was based on a transectional design, and a type and level of descriptive - quantitative research, for the collection of the information a selected sample of 58 workers from 12 micro and small companies was chosen, to whom a questionnaire was applied. of 18 closed questions, applying the survey technique. Obtaining the following results: 50% of the staff, indicate to be totally in disagreement with the recognition and achievement to see the result of their work, 44.8% of the staff say they do not agree with personal growth with their work, and 44.8 % of the staff indicates that they totally disagree with the monthly salary they receive. Concluding, that workers show disagreement with agreeing to supervise their bosses with a lack of communication leadership, with samples of indifference in the possibility of autonomy in decision-making, so they also perceive to be in disagreement with the feeling of self-realization by not seeing that their work allows them to grow as people, in the same way they have the same result with the recognition of achievement this being harmful in the motivation of workers and therefore in the productivity of organizations

Keywords: Quality management, Motivation, micro and small businesses

5. Contenido

1. Título de la tesis	i
2. Hoja de firma del jurado y asesor	ii
3. Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
4. Resumen	v
Abstract	vi
5. Contenido	vii
6. Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	7
2.1 Antecedentes	7
2.2 Bases teóricas de la investigación.	14
2.2.1 Gestión de la calidad	14
2.2.2 Motivación laboral.	21
2.2.3 Teoría motivacional de herzberg	22
2.2.4 Micro y pequeña empresa. (MYPE)	25
2.2.5 MYPE rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza	27
2.3 Marco conceptual de la investigación.	30
III. Metodología	36
3.1 Diseño de investigación.	36
3.2 Población y muestra.	36
3.3 Definición y operacionalización de variables	37
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	38

3.5 Plan de análisis.....	38
3.6 Matriz de consistencia.....	39
3.7 Principios éticos.....	40
IV. Resultados.....	41
4.1 Resultados.....	41
4.2 Análisis de resultados.....	59
V. Conclusiones.....	64
Referencias bibliográficas.....	65
Anexos.....	68

6. Índice de tablas

Resultados respecto a la encuesta aplicada a los empleados:		Pg.
Tabla 1.	Distribución según edad.....	41
Tabla 2.	Distribución según sexo.....	42
Tabla 3.	Distribución según estado civil.....	43
Tabla 4.	Distribución según grado de instrucción.....	44
Tabla 5.	Distribución según cargo que desempeño.....	45
Tabla 6.	Distribución según tiempo de servicio.....	46

Resultados respecto a la variable de estudio:

Tabla 7.	Distribución según, como aplican las reglas y políticas.....	47
Tabla 8.	Distribución según, relación con los compañeros.....	48
Tabla 9.	Distribución según, como aplican la supervisión.....	49
Tabla 10.	Distribución según, opinión conforme con el sueldo.....	50
Tabla 11.	Distribución según, opinión si el trabajo es estable.....	51
Tabla 12.	Distribución según, reciben implementos y herramientas.....	52
Tabla 13.	Distribución según, opinión del logro y reconocimiento.....	53
Tabla 14.	Distribución según, crecimiento personal en el trabajo.....	54
Tabla 15.	Distribución según, iniciativa y toma sus propias decisiones.....	55
Tabla 16.	Distribución según opinión, el trabajo le presenta nuevos retos....	56
Tabla 17.	Distribución según, informan acerca del resultado de su trabajo....	57
Tabla 18.	Distribución según, opinión de la responsabilidad asignada.....	58

Índice de figuras

Resultados respecto a los datos de los empleados:		Pg.
Figura 1.	Distribución según edad.....	41
Figura 2.	Distribución según sexo.....	42
Figura 3.	Distribución según estado civil.....	43
Figura 4.	Distribución según grado de instrucción.....	44
Figura 5.	Distribución según cargo desempeño.....	45
Figura 6.	Distribución según tiempo de servicio.....	46
Resultados respecto a la variable de estudio:		
Figura 7.	Distribución según, como aplican las reglas y políticas.....	47
Figura 8.	Distribución según, relación con los compañeros de trabajo.....	48
Figura 9.	Distribución según, como aplican la supervisión.....	49
Figura 10.	Distribución según, opinión conforme con el sueldo.....	50
Figura 11.	Distribución según, opinión si el trabajo es estable.....	51
Figura 12.	Distribución según, reciben implementos y herramientas.....	52
Figura 13.	Distribución según, opinión del logro y reconocimiento	53
Figura 14.	Distribución según, crecimiento personal en el trabajo.....	54
Figura 15.	Distribución según, iniciativa y toma sus propias decisiones.....	55
Figura 16.	Distribución según opinión, el trabajo le presenta nuevos retos....	56
Figura 17.	Distribución según, informan acerca del resultado de su trabajo....	57
Figura 18.	Distribución según, opinión de la responsabilidad asignada.....	58

I. Introducción

Las personas y el ambiente donde se desenvuelven están en constante cambio social, económico, político y cultural, todas estas evoluciones constantes en el tiempo afectan la manera como se desarrollan y desempeñan las personas en las MYPES a las que pertenecen; los directivos de ahora deben saber adaptarse mejor al cambio, para ello el personal que tienen a su cargo constituye el eje más valioso en las empresas ya que son los que se encargan de movilizar los recursos intangibles y tangibles, ejecutando los procesos e instaurando las relaciones necesarias para que las organizaciones funcionen y logren cumplir sus objetivos. Esta disyuntiva por nuestras micro y pequeñas empresas por mejorar su situación, ha impulsado a la ULADECH, mediante la carrera profesional de administración a instaurar como línea de investigación la gestión de calidad dentro del cual se incluyeron el siguiente trabajo con la tesis, la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg.

La razón del porqué del tema sobre motivación laboral, se debe a que en el distrito de Huaraz, se han observado en las MYPES del rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, no le dan debida importancia a la gestión del factor humano, las malas prácticas y desconocimiento de los empresarios y/o gerentes sobre la motivación laboral, generan empleados desmotivados, con apatía y limitándose a cumplir solo con sus funciones en forma casi mecánica, la realización de tareas con poco reconocimiento al logro suele provocar un bajo desempeño en los empleados, es poco probable que una persona se desempeñe satisfactoriamente en una labor que no te permita superar, y es aquí donde surge la necesidad de determinar las características o los factores que no motivan a los empleados en las peluquerías.

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg, en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio- rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2015?

Para dar respuesta al problema, se planteó el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg, en las micro y pequeñas empresas, del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2015.

De la misma manera para conseguir el objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- a) Determinar las principales características de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz.
- b) Determinar las principales características de la teoría motivacional de Herzberg, en las micro y pequeñas empresas, del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz.

Se justifica la investigación, porque es significativo estudiar si se está aplicando de manera eficaz la motivación laboral en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, a través de sus características como relaciones interpersonales, salario, condiciones de trabajo, autorrealización, responsabilidad, reconocimiento, las mismas que permiten a los trabajadores estar motivados o desmotivados.

El trabajo de investigación se sustenta en la teoría motivacional de Frederick Herzberg (1959) refiere que la existencia de la motivación laboral, en este caso en las MYPES del rubro en estudio, se debe a la existencia de las siguientes dimensiones: factores Higiénicos y factores motivacionales. Los factores que intervienen y están presentes para que los trabajadores estén satisfechos en el lugar donde laboran, se manejan en otra línea diferente y son distintas a los factores que conllevan a la insatisfacción al trabajador. Entonces al eliminar o minimizar los factores que crean insatisfacción solo proveerá de tranquilidad o paz al individuo, pero no conseguirá que el trabajador se sienta satisfecho. Las características como la supervisión por parte de los jefes, las relaciones con los compañeros, el salario que perciben, las condiciones del trabajo, todas estas características, las consideradas Herzberg como factores

higiénicos, refiere que estos factores al estar presentes y son apropiadas, los trabajadores no se sentirán insatisfechos, pero ahora sí se quiere mantener satisfechos y por ende motivados a los trabajadores, Herzberg sugiere implementar o acentuar características en el trabajo en sí mismo, que el trabajador tenga responsabilidad en lo que realiza, sienta el logro, conciba el reconocimiento, siendo estos denominados por Herzberg como factores motivacionales.

La metodología a emplear en la investigación en atención al diseño es no experimental, ya que se advierten los fenómenos como se dan en su estado natural, del mismo modo es transeccional o transversal, porque estos datos se recolectan en un tiempo único y en un solo momento. Será de tipo descriptivo, y nivel cuantitativo, puesto que determinará a la gestión de la calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg en las MYPES rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz. La población y muestra censal para esta investigación refleja la misma cantidad por que la población a estudiar es relativamente pequeña, para el estudio son 58 trabajadores del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, luego de haber aplicado la muestra estratificada. Las técnicas de investigación fueron por medio de la observación y la encuesta, con respecto a los instrumentos para la recolección de datos se usó los cuestionarios estructurados. Los datos conseguidos de los informantes o fuentes, por medio de la aplicación tanto por las técnicas e instrumentos ya mencionados, serán ingresados o anexados a los programas estadísticos como el SPSS 20/MS para el respectivo procesamiento de los datos obtenidos, y presentarse en tablas y gráficos y el respectivo análisis estadístico. Obteniéndose así los siguientes resultados: el 50% del personal encuestado, señalan estar totalmente en desacuerdo con el reconocimiento al ver el resultado de su trabajo, observándose que la gran mayoría de trabajadores no percibe o siente el reconocimiento al realizar su labor; también se muestra que el 44.8% del personal encuestado, manifiestan estar en desacuerdo con el crecimiento personal con su trabajo, así mismo el 44.8% de los trabajadores, indica estar totalmente en desacuerdo con el sueldo mensual que percibe. De estos resultados se concluye: que no aplican adecuadamente el manejo de los factores Higiénicos, donde se muestra desacuerdo en mayor porcentaje con características como la supervisión y el salario, así también se

presenta una dirección poco conveniente de los factores motivacionales como el crecimiento personal y el reconocimiento al logro, donde se observa el desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente en mayor porcentaje. Con estos resultados se puede afirmar que los trabajadores no tienen una apropiada motivación, por lo que no es beneficioso para los directivos que buscan alcanzar una gestión de calidad.

1.1 Planteamiento del problema.

1.1.1 Caracterización del problema

A nivel internacional, en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza se busca activamente la implicación del trabajador; respaldando el trabajo en equipo, una correcta y mayor comunicación, buenas relaciones interpersonales entre los trabajadores, evita el desinterés y el bajo desempeño laboral. La contribución de la motivación laboral es conseguir instaurar calidad de vida en los trabajadores e infundir el espíritu de superación y que consiga dar los máximos aportes a la empresa. www.beautymarket.com. Es.

A nivel nacional, el mercado de peluquerías y salones de belleza tiene muchos ámbitos por explotar, “hay un 70% por explotar, a la espera de miles de personas que quieran tener ingresos atractivos con esta actividad”. A la fecha el punto más vulnerable del mercado del servicio de peluquerías es el poco personal calificado para brindar este servicio, considerando la gran demanda por este servicio, especialmente en el corte y tratamiento del cabello. El mercado en este rubro tiene muchos beneficios y oportunidades a explotar en el Perú, pero el problema a superar es la limitada mano de obra calificada. (Diario Correo, 2015)

A nivel local, en el distrito de Huaraz se encuesta a los peluqueros con respecto a la motivación que reciben, se observa que las MYPES del sector servicio-rubro peluquerías no aplican, y menos ponen en práctica una gestión apropiada y adecuada en los recursos humanos, el desconocimiento de los distintos conceptos y teorías sobre motivación laboral por parte de los directivos o responsables, hace que no se adecuen o no encuentren los factores o

características que ayuden en la motivación de sus colaboradores; el desinterés por parte de las MYPES hace que hayan empleados desmotivados, afectando así que no puedan conseguir sus metas u objetivos los colaboradores y así también las MYPES.

1.1.2 Enunciado del problema.

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2015?

1.2 Objetivo de la investigación.

1.2.1 Objetivo general.

Describir las principales características de la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg, en las micro y pequeñas empresas, del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2015.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Determinar las principales características de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz.
- Determinar las principales características de la teoría motivacional de Herzberg en las micro y pequeñas empresas, del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz.

1.3 Justificación de la investigación.

Se justifica la investigación, porque es significativo saber si desarrollan y emplean de manera eficiente la motivación laboral en las MYPES a través de sus

características como relaciones interpersonales, salario, condiciones de trabajo, autorrealización, responsabilidad, reconocimiento, las mismas que permiten a los trabajadores estar motivados o desmotivados.

Del mismo modo permitirá generar mejores criterios a considerar a los gerentes de las peluquerías sobre la importancia de la motivación, de modo que permita reconocer las características que necesitan reformar, para motivar al personal que laboran en su empresa, y lograr la satisfacción del colaborador y por ende los objetivos de la empresa.

Igualmente, esta investigación será útil como referencia en lo sucesivo para investigaciones que estudian y busquen ahondar más en el tema de la motivación laboral, como los resultados se basan y presentan en un contexto en el que los trabajadores, son los responsables y el recurso principal para el desarrollo de las MYPES del país, es de sumo valor el conocimiento en el tema para una adecuada motivación laboral, y de ese modo conseguir que mejoren su gestión y encuentren el desarrollo de las mismas.

Como limitación podemos hallar la veracidad de los datos, por ser una investigación con un componente subjetivo muy importante. Así mismo se consideró que la investigación es factible debido a que se cuenta con los recursos humanos, materiales y financieros para realizar el estudio planteado.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

La investigación de Zavala (2014) denominado “Motivación y satisfacción laboral en el centro de servicios compartidos de una empresa embotelladora de bebidas”. Tuvo como objetivo diseñar un instrumento que permita encontrar y medir las diferencias más resaltantes entre la motivación laboral y satisfacción, entre los trabajadores que se encontraron en el estudio. El tipo de investigación es no experimental transversal correlacional–causal, siendo los sujetos la muestra de 58 empleados del total de trabajadores. Los resultados muestran, con respecto al género del total de trabajadores, pertenecen al género femenino 29 trabajadoras siendo estos el 50% y el otro 50% conformado por el género masculino; también los resultados arrojan, que el 91.38% pertenecen al área operativa, y el 8.62% conformado por el personal de mando; los resultados respecto a la antigüedad de los trabajadores el 48.28% tienen 1 año o menos trabajado en la empresa; con relación a los resultados referidos a la variables de motivación nos muestra con respecto a la supervisión y capacitación profesional, el 60.34 de los encuestados presenta un nivel de motivación alta, y finalmente el 31.03% manifiestan un nivel de motivación muy alta; con relación al factor compañerismo, estabilidad laboral y logro el 62.07% presentan motivación alta, y un 36.21% ostentan motivación muy alta; con respecto al factor progreso y reconocimiento el 63.79% presentan motivación alta, y el 20.69% indican motivación muy alta; en el factor cantidad de trabajo y condición ambiental expresa el 65.52% presentan motivación alta, y el 34.48% indican motivación muy alta; mientras que en factor trabajo e independencia los resultados muestran que el 44.83% expresan motivación alta, y el 48.28% muestra motivación muy alta.

En su investigación, Delgado y Di Antonio (2010) denominado “La Motivación laboral y su incidencia en el desempeño organizacional: un estudio de caso” este trabajo de investigación tuvo como objetivo estudiar y analizar cómo interviene la motivación laboral en el desempeño organizacional que

tienen los trabajadores de la empresa de Bienes-Raíces “Multiviviendas, C.A.; Caracas-Venezuela” esta investigación tuvo un diseño de campo, descriptivo, la población fue el total de trabajadores, un total de 12 personas. Obteniendo los resultados, que un 50% de la población toma decisiones laborales en forma grupal y la otra mitad lo hace de manera individual sin consultar optando por la mejor decisión. De igual modo se obtuvo que el 50% de la población encuestada no se identifica con el ambiente laboral, y los que sí lo hacen es un 41.7%. todo esto refleja un bajo nivel de motivación, del mismo modo nos muestra que el 58.33% presenta relaciones excelentes con respecto a los compañeros de trabajo, y todo lo contrario el 41.67% manifiestan con respecto a la relación laboral no sentirse tan seguros con esto; de igual modo se obtuvo que el 50% de encuestados indican que la remuneración que reciben es afín con la ocupación laboral que desempeñan, mientras que un 25% de encuestados expresa que su remuneración esta medianamente equivalente con su trabajo que ejecutan, y el 25% manifiestan estar en desacuerdo con el salario que perciben por el trabajo que realizan; también se muestra que el 66.7% de encuestados están de acuerdo en que acuden a trabajar motivados con respecto al ambiente laboral, mientras que el 8.33% manifiestan estar motivados con el trabajar por que les permite desarrollar su crecimiento profesional, de igual manera el 8.33% presentan motivación al ir a trabajar por cumplir con sus necesidades, todo lo contrario el 16.67% menciona no sentir ninguna motivación para asistir a su trabajo; estos resultados son el mismo que condiciona la teoría de Herzberg. Llegando a concluir que: la retribución económica ya no se considera como un elemento motivador, para ahora dar paso a considerar a la seguridad, estabilidad en el trabajo, el ambiente laboral, promoción, y el reconocimiento como elementos a tener en cuenta como motivadores.

Alvitez y Ramírez (2013) presentan, su trabajo de investigación denominada: “Relación entre el programa de compensación e incentivos y la motivación en los empleados de la empresa del grupo Almer, Trujillo-2013” esta investigación su objetivo fue hallar la relación que existe entre el programa de compensación e incentivos y la motivación del personal que labora en el grupo Almer. Asumió

un diseño de investigación que comprendió al de una sola casilla, trabajo con una población de 10 empleados siendo estas el total de trabajadores del grupo Almer. Teniendo como resultados: con respecto a la responsabilidad y funciones que cumplen, el 80% de encuestados manifiestas estar con mucha satisfacción, así mismo un 20% indica no estar satisfecho ni insatisfecho; con relación a la empresa si comunica a su colaboradora sobre su desempeño laboral, se encuentran satisfechos y muy satisfechos el 50% de trabajadores, así mismo un 40% indica estar ni satisfechos ni insatisfechos con respecto a la comunicación de como realiza su labor en la empresa, y por último el 10% muestra insatisfacción en la información de desempeño del trabajador por parte de la empresa; con relación a la remuneración, el 10% contestan estar muy satisfechos con su salario, mientras que un 40% manifiesta estar ni satisfecho ni insatisfecho con su remuneración, y el 20% indica no estar satisfecho con su salario, mientras que el 30% expresa estar muy insatisfecho con su salario; con relación al factor relaciones con los compañeros el 10% indica estar muy satisfecho con la relación entre compañeros, un 30% satisfecho, y el 50% se sintió ni satisfecho ni insatisfecho, mientras que el 10% de los encuestados indica estar insatisfecho con respecto a las relaciones entre compañeros; con respecto a los incentivos y reconocimiento se muestra que el 30% presentan estar muy satisfecho con su reconocimiento, también el 20% indica estar ni satisfecho ni insatisfecho con respecto al reconocimiento, por ultimo 50% expresa estar muy insatisfecho; con respecto al desarrollo personal que da su trabajo se muestran que el 20% manifiesta estar muy satisfecho con respecto al desarrollo personal, 10% demuestra estar solo satisfecho, y el 30% presenta estar ni satisfecho ni insatisfecho, también el 20% indica estar insatisfecho, y por último el 20% mencionan estar muy insatisfechos con la oportunidad de desarrollo personal; en relación a la motivación y reconocimiento se muestra que el 25% de los encuestados indica estar muy satisfecho, 12% indica estar satisfecho, así mismo 34% de los trabajadores expresan estar ni satisfecho ni insatisfecho, y por último el 29% de los trabajadores contestan estar insatisfechos y muy insatisfecho. Llegando a concluir: que hay relación directa entre el programa de incentivo y compensación con la motivación de los empleados; reflejando así, que a mayor

incentivo y compensaciones mayor será el nivel de motivación, siendo las retribuciones económicas lo que aprecian más los empleados como incentivo. En el Grupo Almer, el programa de incentivos y compensaciones es considerado bajo o casi no se plasma en la motivación de los empleados ya que el único elemento como incentivo es el sueldo que perciben los trabajadores, y estas al ser bajo, y no contar con otros tipos de incentivos y compensaciones que pueden ser económicas o no económicas, hace que no se genere motivación.

Así también González (2013) en su investigación denominado “Gestión del desempeño y motivación de los trabajadores de una empresa automotriz” en la ciudad de Lima; la investigación tuvo por objetivo: conocer cómo gestionar los factores del desempeño y como los trabajadores del sector automotriz encuentran según su percepción a los factores más importantes, conocer cuáles son los factores motivacionales más relevantes para los trabajadores de este sector; esta investigación tuvo un diseño descriptivo correlacional, la población estuvo conformado por los trabajadores de una empresa del sector automotriz siendo esta un total de 40 trabajadores. Obteniendo los resultados: de los trabajadores de las áreas de servicio automotriz, planchado y pintura se muestra, que el 85% de los encuestados indica no haber recibido una adecuada y efectiva motivación por parte de sus jefes; en relación a los incentivos monetarios el 92% indican, para estar motivados querrían siempre y casi siempre obtener este tipo de incentivos; del mismo modo con respecto a los incentivos no monetarios el 92% manifestaron que para estar motivados es necesario recibir siempre o casi siempre este tipo de incentivo, pero es necesario aclarar que contrasta la respuestas del área de servicio automotriz que indican que si perciben muchas veces este tipo de incentivo al contrario, que el área de planchado y pintura quienes mencionan que nunca o casi nunca perciben este tipo de incentivo; con relación a la toma de decisiones muestra que el 33% y 30% indican que poca y muchas veces poseen autoridad de decisión, de otro modo el 52% desean contar con autonomía para decidir y así estar motivados; en cuanto al salario indica que el 61% de los encuestados no les motiva la remuneración que reciben; con relación al ambiente laboral se presenta que el 30% indican que en pocas

ocasiones trabajan en un ambiente adecuado, así mismo el 30% manifiestan que casi siempre laboran en un ambiente adecuado. Llegando a la conclusión: que los factores motivacionales propuestos para la investigación tales como los incentivos monetarios, la motivación recibida por los jefes, y el salario percibido, todos estos factores alcanzaron resultados negativos según la apreciación del personal del área de mantenimiento y servicios de la empresa, estos reflejan no ser optimas, también se obtuvo que los trabajadores del sector de servicio automotriz consideran como positivo a los factores tales como los incentivos no monetarios, la autonomía para tomar decisiones, la motivación ejercida por sus compañeros de trabajo y el ambiente laboral; sin embargo, es todo lo contrario para los trabajadores del sector de planchado y pintura estos factores los resultado negativos. No se pudo obtener información detallada y objetiva para la evaluación de desempeño ya que no se cuenta con un instrumento formal para conocer si los trabajadores de la empresa automotriz, tienen o no un desempeño optimo que aporte en el desarrollo de la empresa. También se encontró relación entre la gestión de desempeño con la motivación de los trabajadores del área de mantenimiento de la empresa automotriz, reflejando así que la mala gestión del desempeño influye negativamente en la motivación de los trabajadores de este sector.

Para Zarzosa (2010) en su tesis denominado “La teoría de la motivación e higiene de Herzberg y la satisfacción laboral de los trabajadores en la Municipalidad Provincial de Huaraz-2010”; tuvo como objetivo principal mostrar la influencia de la teoría de la motivación e higiene de Herzberg en la satisfacción laboral, y la importancia de la persona como principal recurso de la Municipalidad, para lo cual se usó un tipo de investigación no experimental transversal, correlacional; la integran la población los trabajadores en su totalidad, siendo un numero de 167 (nombrados y contratados) con más de tres años de antigüedad; obteniéndose como resultados: que el 59% son de género masculino y el 41% son femenino; también muestra que el 52% indican tener estudios secundarios, mientras el 40% tiene estudios superiores; con respecto a la antigüedad el 53% mencionan tener de 6 meses a un año prestando sus

servicios en la municipalidad, el 25% de los encuestados tiene menos de 6 meses de laborando, y el 22% indica tener más de un año trabajando; con relación a la supervisión arrojan que el 47% de los encuestados contestan estar insatisfechos con la supervisión que se realiza en la MPHZ., el 40% indica estar satisfecho; con respecto a las políticas en la municipalidad se aprecia que el 34% indica estar insatisfecho, y el 29% se siente satisfecho, 28% indica indiferencia; también muestra con respecto a la remuneración que el 37% contestan estar insatisfechos con su salario, a un 22% le es indiferente, así mismo al 20% indica estar satisfecho con su remuneración; en cuanto al factor logro se muestra que el 48% indica estar satisfecho con respecto a la necesidad del logro, a 19% le es indiferente, mientras que el 17% manifiesta estar muy satisfecho con la necesidad del logro, el 15% se siente insatisfecho; y con el crecimiento y desarrollo se arrojan que el 34% presenta estar satisfecho con respecto al desarrollo y crecimiento, el 32% indica sentirse insatisfecho, al 19% le es indiferente; del mismo modo el indicador responsabilidad asignada muestra que el 34% indican estar indiferentes con la responsabilidad que se les asigna, el 29% presentan insatisfacción, y el 25% mencionan estar satisfechos; con respecto al reconocimiento que les dan a su logro se presenta que el 41% de los encuestados indica sentirse satisfecho con respecto al reconocimiento que le dan a sus logros, y el 28% indica no estar satisfecho ni insatisfecho, el 20% menciona sentirse insatisfecho. Llegando a concluir, que la teoría de motivación e higiene de Herzberg influye en la satisfacción laboral de los trabajadores en la municipalidad provincial de Huaraz, las características más relevantes que mayor influyen según la teoría de la motivación e higiene de Herzberg en la satisfacción laboral de los trabajadores son los beneficios otorgados por la institución, las remuneraciones, la realización en el trabajo en sí mismo, las necesidades del logro, y el crecimiento y desarrollo.

Alba y Trujillo (2014) en su tesis denominado "Factores de motivación según Herzberg y desempeño laboral de la distribuidora Navarro EIRL. de Huaraz, 2014" de la Universidad Santiago Antúnez de Mayolo de Huaraz; para lo cual su objetivo general fue, fijar la influencia de los factores de la motivación según

Herzberg en el desempeño laboral de la distribuidora Navarro EIRL. de Huaraz 2014; el tipo de estudio fue aplicada correlacional causal, el diseño empleado fue no experimental transeccional, la población la conformaron 16 trabajadores de la distribuidora Navarro EIRL.; adquiriendo los resultados: con respecto a la responsabilidad que se adjudica es parte de su motivación arrojan que el 37.5% mencionan estar casi de acuerdo, el otro 37.5% indican estar de acuerdo, al 18.8% no están de acuerdo ni en desacuerdo, por último el 6.3% está en desacuerdo; así mismo el indicador oportunidad de crecimiento laboral presenta que el 43.8% de los encuestados indica que casi nunca hay oportunidad, y el 25% manifiesta que a veces cuentan con oportunidad de crecimiento, también el 25% manifiesta que casi siempre hay oportunidad de crecimiento laboral, y finalmente un 6% responde nunca tienen oportunidad de crecimiento laboral; arroja en cuanto al reconocimiento laboral siempre en un 43.8%, mientras que el 25% indica a veces, así mismo el 25% indica casi siempre; con respecto a la supervisión si están conformes el 37.5% indica casi siempre, así mismo el 25% señala a veces, del mismo modo el 25% contesta que siempre está de acuerdo con respecto a la supervisión; con respecto a las condiciones de trabajo si son buenas o no, indican que el 43.8% de los encuestados contesta estar siempre son idóneas las condiciones, el 25% responden solo a veces, mientras que el 18.8% que casi siempre; también se muestra resultados con relación a la remuneración presentando que el 37.5% indica que está casi siempre de acuerdo con su remuneración, y el 25% menciona que solo a veces está de acuerdo con su remuneración, así mismo el 25% indicas que siempre la remuneración es adecuado; con respecto al indicador relaciones con sus compañeros si es buena, se muestra que del 37.5 menciona que está de acuerdo con respecto a la relaciones personales, al 31.3% le es indiferente, mientras que el 25% indica estar casi de acuerdo. 6.3% manifiesta estar casi en desacuerdo con relaciones en el trabajo.

Para Cerna y Celidonio (2014) en su investigación denominado “La teoría motivacional de los dos factores de Herzberg y el desempeño laboral de los trabajadores en los hoteles de tres estrellas en la ciudad de Huaraz 2013” tesis

para optar el título profesional de Licenciado en Turismo. UNASAM. Que se planteó como objetivo general: establecer de que forma la motivación laboral manejando la teoría de Herzberg aporta en el desempeño laboral de los trabajadores en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz, 2013. La población en estudio fueron 123 colaboradores de 11 hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz. El diseño que se uso fue descriptivo, causal no experimental; se obtuvo los resultados: que el 58.5% son de género masculino, y el 41.5% de género femenino; respecto al tiempo de servicio que el 62.9% tiene por lo considerable un año de servicio; con razón al grado de instrucción el 33% ya terminaron sus estudios; relacionado al desarrollo y autorrealización se muestra que el 52.8% indican es muy bajo, así también el 28.5% mencionan solo bajo; solo un 15.4% manifiestan que es alto o muy alto; y el indicador reconocimiento, presenta que el 22% indica que es muy baja, y el 43.1% indican que es bajo, mientras que el 8.1% menciona que es alto, y por último el 4.9% indica es muy alto; y sobre la estabilidad laboral nos presenta que el 45.5% mencionan que es muy baja, y el 32.5% indican que solo es baja; con relación a la remuneración, el 22% indican que es muy baja, del mismo modo el 40.7% manifiesta que es bajo, y lo contrario manifiestan que el 6.9% contestan que es alto; por ultimo con respecto al indicador supervisión, se presenta que el 68.3% de los encuestados manifiesta que es adecuada supervisión. Las conclusiones a la que derivo: se encontrando que la motivación laboral está en un nivel bajo respecto con la teoría motivación de Herzberg aportando de modo negativo en el desempeño laboral.

2.2 Bases teóricas de la investigación.

2.2.1 Gestión de la calidad.

Heras, Ceilleruelo y Iradi (2008) define como un agregado de acciones concretas de una empresa donde se hace lo correcto y practico; también entenderla como una función que potencia y lleva más allá los límites de las funciones primordiales de la organización como la gestión del personal, comercialización, dirección general, producción y financiación. (p. 15)

Para Cuatrecasas (2010) define a la calidad, al conjunto de rasgos particulares que tiene un producto o servicio, y estos a su vez tengan la capacidad de satisfacer a los requerimientos o necesidades del usuario. Los productos o servicios tienen que cumplir con las funciones y especificación para los que fueron diseñados o creados y estas tienen que adherirse a las necesidades expresadas por los usuarios. La competencia, hace que se requiere que todo esto se realice en el menor tiempo y con bajos costos, siendo estos los requerimientos que procuraran los consumidores del producto o servicio.

Refiere, que la satisfacción plena de un producto o servicio no es tan solo para los clientes frecuentes, sino que considera una satisfacción a todos los que se involucran en la calidad como los operarios, directivos, proveedores, accionistas, propietarios, etc. Así mismo la calidad debe reflexionar un costo social mínimo en la sociedad donde se desenvuelve, reduciendo los costes ocasionados de las reparaciones o desperfectos del producto o servicio, producidos al consumidor, los perjuicios medioambientales, etc. (p.17)

a) Evolución del concepto de calidad.

Cuatrecasas (2010) menciona a cuatro momentos como los conceptos de la calidad evolucionan.

- **Inspección.**

Esto se realizaba al final del proceso, ya con el producto final antes de que sea distribuido y sea puesta al mercado. El producto que no esté en óptimas condiciones o no cumplan con las especificaciones o sean defectuosas, deben ser rechazadas, para esto se pasa por un filtro todos los productos para que solo aquellos productos en buenas condiciones y que cumplan las márgenes de tolerancia entren al mercado. En su momento fue el instrumento para adquirir la calidad exigida, pero generaba un nivel bajo y se presume unos costos elevados.

- **Control del producto.**

Se establecen los conceptos estadísticos para la verificación y control, con estos se quiso reducir la inspección producto por producto. Con este instrumento se basaba en el muestreo de los productos salientes, reduciendo así la tarea de inspección, también es un simple control del producto final, pero en forma estadística. Estos instrumentos siguen siendo costosas y de lo único que se trata es de verificar las muestras seleccionadas y detectar los productos defectuosos antes de llegar al consumidor final.

- **Control del proceso.**

El primer paso importante en la evolución del concepto de calidad, es de controlar no solo el producto, para pasar a algo más puntual que es el control del proceso, siendo esta un auténtico control de calidad y a un costo aceptable. Con este instrumento ya no solo se controla al producto ya terminado, sino que el producto será controlado en todo y a lo largo del proceso de fabricación para evitar los defectos o que el producto no cumpla con las especificaciones o márgenes de calidad. La calidad ya no solo es responsabilidad del departamento de calidad, sino que involucra al resto de departamentos como el de ventas, producción, marketing, incluso involucra a los proveedores. En esta etapa la calidad se planifica desde el diseño y por ende se reduce los productos defectuosos y así cumplan con las expectativas de los clientes.

- **Gestión de la calidad total.**

Implica a toda la empresa, es una extensión conceptual y en sus objetivos. Menciona también que la calidad alcanza un nivel de estrategia global de la empresa, y por ende deja de ser solo una característica del producto o servicio, la calidad para lograr progresar a calidad total debe involucrar no solo al producto sino a todo el recurso humano de la empresa, a la producción, a los procesos, a los métodos, a la organización en sí, etc. Incluida la alta dirección, cuyo objetivo principal es de motivar a todo el recurso humano en la

obtención de los objetivos, en este ambiente. La gestión de la calidad total, busca las ventajas competitivas y cubrir plenamente la satisfacción en todo los aspectos y necesidades de los usuarios. En este punto la gestión de la calidad total maneja aspectos como, círculos de calidad, el automantenimiento, también promueve lo que es el trabajo en equipo, la flexibilidad tanto en los procesos como en los productos, la mejora continua, etc. (pp.17-21)

b) Determinantes de la calidad y su gestión.

Según Cuatrecasas (2010) menciona como características, pautas, de actuación u objetivos para alcanzar la calidad:

- **Precisar la calidad y nivel.**

Se refiere que la calidad se determina cuando las necesidades o requerimientos que debe cumplir un producto o servicio los define el cliente o consumidor final, también quien verifica y decide si dicho producto o servicio cumple con las especificaciones y características para satisfacer sus necesidades es el cliente. Por lo tanto, se debe de determinar qué criterios valora o requieren los clientes en un producto o servicio, y para esto estar atentos y saber escuchar a todo momento y realizar en consecuencia las reformas necesarias.

- **Educación, información, y motivación.**

Es absurdo pretender que se involucre a todo el personal o recurso humano sino tiene una apropiada información, motivación y educación sobre calidad, cuáles son los objetivos de la organización que persigue, e instruyendo el modo eficaz y practico de cómo emplear las nociones de calidad. La información y formación están asociados a la motivación. La base de la calidad total es la información y formación que tiene el recurso humano, la información implica dar a conocer a los consumidores sobre el nivel de

calidad proporcionado, informando las formas o características de los procesos, productos o servicios que diferencian a la organización del resto de los competidores. Consiguiendo así la asociación del concepto de calidad con la organización en sí. Par esto la motivación es la parte importante ya que de esto depende la acción o actitud que tiene el personal, incitando la colaboración permanente y activa, la aportación de nuevas ideas innovadoras que impulsen a la empresa, y por ende la superación por parte del recurso humano y de toda la empresa.

- **El liderazgo activo de la dirección.**

Para una buena gestión de calidad es importante que se involucre y comprometa la alta dirección en brindar y facilitar todo el apoyo, para lo cual debe involucrarse en él, obrando con el ejemplo para la consecución de los objetivos. Para un buen liderazgo es aconsejable un estilo participativo donde se involucre a todos los participantes en la toma de decisiones.

- **Ventaja competitiva.**

Este es un factor básico para obtener ventaja sobre los competidores. Contar con un plan estratégico es fundamental en las organizaciones si busca calidad en los servicios, productos y proceso en sí, y por consiguiente se diferencien del resto, el objetivo principal de una empresa con respecto a la calidad es la consecución de dicha ventaja sobre la competencia obteniendo así el crecimiento de la empresa, a su vez a esta diferenciación por la calidad le permita enfrentar los nuevos retos en escenarios favorables.

- **Implicación de todos los recursos humanos.**

Se refiera a que desde la alta dirección hasta el último operador se comprometan e involucren en una buena gestión de la calidad, por eso el recurso humano representa el componente elemental en la consecución de los objetivos con respecto a la calidad. Para esto es fundamento una buena

motivación de todo el recurso humano de la organización, la calidad va a depender de la buena selección del personal y estas a su vez tengan una buena formación e información con criterios acordes a cultura de la calidad. Y así alcanzar un grado de excelencia y satisfacer plenamente al cliente.

- **Los proveedores.**

Para que se dé una buena aplicación de la calidad depende mucho de los proveedores siendo estos lo que inician la cadena del proceso de un producto, sobre ellos tiene que prestarse bastante atención para así obtener la calidad desde el origen. Debe existir un compromiso y responsabilidad, para la obtención de los niveles de calidad en común tanto de los proveedores como de la organización, con un trabajo en conjunto, porque de los proveedores depende que proporcionen su suministro en un nivel de calidad y así se involucren en la obtención de los objetivos de la empresa o de los clientes. Se suele hoy en día que las empresas insten a sus proveedores tener la certificación como las normas ISO 9000, UNE 66900 y otra como la EN 29000.

- **Ética de la calidad.**

Menciona a las pautas o formas positivas que se toman en cuenta en la calidad:

- la calidad es desde el inicio hacerlo bien.
- Antes de constantes errores, es mejor una efectiva y adecuada información a cuenta de una amonestación o crítica.
- Anticipar a la aparición de las fallas.
- Considerar y valorarlo como algo positivo las fallas o defectos ya que aportan información para aprender y avanzar.

- La calidad implica comprometerse en el bienestar del medio ambiente, como también del entorno social, donde se desenvuelve la organización.
- La calidad busca que el consumidor obtenga una satisfacción plena. (pp. 31-33)

c) Los pilares de la calidad total.

Según Cuatrecasas (2010) refiere que la gestión eficiente de la calidad por excelencia, se basan principalmente en una adecuada organización, con una administración correcta de todos los recursos de la empresa tanto materiales como del recurso humano que engloban la organización y estas se involucran como tal en la organización. Enfatiza como base de la gestión de la calidad a cuatro pilares:

- Adecuarse a los requerimientos del cliente: se refiere a que todo lo que se hace en la organización, producto o servicio se orienta a la satisfacción del cliente.
- Eliminación total de los despilfarros: minimizar las actividades y el consumo de recurso en general, logrando así el costo y el tiempo en el proceso y entrega serán mínimos.
- Mejora continua: que la mejora y la calidad aumente constantemente en los procesos, productos y por ende en toda la organización.
- Participación integrada: con una buena estructura en la organización, esto involucra y engloba a todo el recurso humano, sin esto es imposible lograr los tres pilares anteriores. La implementación de estos cuatro pilares se obtendrá resultados óptimos en la consecución de la calidad. (p.34)

2.2.2 Motivación laboral.

Koontz, Weihrich y Cannice (2008) definen, que los motivos humanos es una respuesta a las necesidades y estas llegan conscientes o inconscientes, asimismo consideran a las necesidades primaria y secundarias, en las necesidades primarias mencionan a las necesidades fisiológicas como la necesidad de aire, agua, alimento, descanso, refugio, en las necesidades secundarias consideran al autoestima, afiliación, logro y autoafirmación. Y todas estas necesidades son diferentes en cada individuo tanto en intensidad como en el tiempo.

La motivación frecuentemente aplica a los impulsos, anhelos, deseos, necesidades, también se refieren a que los gerentes para motivar a sus subordinados realizan actividades para satisfacer dichas fuerzas o impulsos, encontrando así una respuesta deseada por parte de los subordinados. (pp.419-421)

A su vez Robbins y Judge (2009) define, que la motivación son procesos que involucra a tres elementos, la intensidad, dirección y persistencia estos tres elementos actúan en las acciones que efectúan las personas para la consecución de sus objetivos, estos objetivos pueden ser de cualquier índole, en este caso refiere y precisa netamente a los objetivos organizacionales con el fin de describir el comportamiento laboral. (p.175)

a) Los elementos o dimensiones de la motivación.

Para, Muchinsky (2000) consideran como elementos o dimensiones que intervienen en la motivación:

- La intensidad.

Señala a la cantidad o el ímpetu del esfuerzo en el intento de una persona. En esta dimensión se centra la mayoría cuando se habla de motivación.

- **Dirección.**

Es la orientación del esfuerzo, esta se canaliza a una dirección para el beneficio o provecho de las metas de la organización, en esta dimensión se selecciona las actividades o tareas donde se centrará el esfuerzo para lograr dichas metas.

- **La persistencia.**

que es la medida del tiempo del esfuerzo que realiza un individuo. Los individuos al mantener la persistencia supera los obstáculos y se mantienen motivados en el tiempo lo necesario para realizar su actividad que le permita lograr su objetivo. (p. 192)

b) Importancia de la motivación.

Para, Porret (2010) manifiesta que un trabajador con baja motivación presenta en sus actividades poco esfuerzo y atención en sus labores en su organización, y esta pueda ser el resultado a que el trabajador no consiga alcanzar sus metas u objetivos propuestos, esto produce un estado de frustración en el empleado y esto a la vez puede ser duradera o no, el cual provocara tención y frustración. Siendo esto el motivo para el empleado busque otras labores donde pueda conseguir la satisfacción, que no pudo conseguir dentro de la organización. (p. 87)

2.2.3 Teoría motivacional de Herzberg.

Al respecto, Robbins y Judge (2009) refiere que Frederick Herzberg planteó una cuestión para su investigación donde los trabajadores tenían que describir condiciones con respecto a su trabajo, en donde ellos se sintieron afirmadamente bien y condiciones donde se sintieron afirmadamente mal. Para luego tabularlas y clasificarlas estas contestaciones. De estos resultados Herzberg concluye que las conductas de las personas van en dos líneas distintas, las que respondieron

que se sentían considerablemente bien en su trabajo dista de forma evidente de los trabajadores que se sentían considerablemente mal en su trabajo. Encuentra características que se relacionan con la satisfacción de la persona con respecto a su trabajo, estos apuntan a los factores que se encuentran en control del individuo denominados intrínsecos como son el reconocimiento, la responsabilidad y el logro. Que conciernen al efecto de satisfacción de la persona, siendo estos factores que se atribuían a sí mismo o la interna de la persona. Y las características que atañen a lo insatisfacción y las que se encuentran en la otra línea apuntaban a atribuirse a factores externos tales como las políticas, la supervisión el salario y as condiciones de trabajo, siendo las características que encontró Herzberg en los que respondieron con respecto a su trabajo sentirse considerablemente mal.

Con los datos conseguidos de la investigación Frederick Herzberg, apunta que la insatisfacción no es el opuesto a la satisfacción. Al eliminar las características insatisfactorias estas no se vuelven necesariamente satisfactorias, Herzberg indica la existencia de un continuo dual: lo opuesto de "satisfacción" es "falta de satisfacción" y lo contrario de "insatisfacción" es "ausencia de insatisfacción". (p. 178)

Koontz, Weihrich y Cannice (2012) menciona que Frederick Herzberg tomaron como base el enfoque a las necesidades de Maslow. Y la modificaron en busca de una teoría de dos factores de la motivación. Divide en dos grupos las necesidades en uno están los que solo son insatisfactorios como las condiciones de trabajo, salario, relaciones interpersonales, política y administración, seguridad en el empleo, todos estos existen y se encuentran en el ambiente de trabajo, si son los adecuado y están presentes, estos no alcanzan niveles de insatisfacción en los trabajadores, pero tampoco no motiva o alcanzan la satisfacción, pero si no están presente o no se encuentran, provocaría insatisfacción, a todos esto factores Herzberg también los denomino de mantenimiento o higiene.

En la segunda lista considera e incluyen al logro, trabajo desafiante, crecimiento en lo personal, reconocimiento, todos estos relacionados con el trabajo en sí, considerados como satisfactores, la presencia de estos causara sentimiento de satisfacción y la ausencia denotara la no satisfacción.

En el grupo de los insatisfactores estos no motivan al personal de la organización, pero su presencia es importante ya que no causaran insatisfacción en lo empleados de la organización, el segundo grupo o los del contenido del trabajo, estos son los que provocan sentimiento de satisfacción y por lo tanto se les considera como motivadores. Si la teoría de Herzberg es válida, será importante para los administradores, y deberán centrarse en elevar el contenido del puesto. (pp. 393-394)

a) Factores higiénicos o factores extrínsecos.

Chiavenato (2006) menciona que, Frederick Herzberg lo define al ambiente o entorno donde se desenvuelve la persona y donde esta realiza el desempeño de sus actividades, están fuera del control del trabajador, ya que estas se encuentran en control y administradas por la empresa. Entre los trascendentales factores higiénicos menciona al salario, el tipo supervisión, las condiciones físicas y ambientales, las políticas y reglas, etc.

Destaca anteriormente que apenas se les trataba a los factores higiénicos en la motivación del personal para conseguir que trabajen más, al trabajo se le considera como labor que no agradaba, y las empresas tenían que recurrir a incentivos tales como el salario, liderazgo democrático, es decir incentivos externos a la persona y todo esto a cambio de trabajo. Denomina motivación positiva a la recompensa como incentivo para el trabajador y el castigo lo denomino motivación negativa.

Según lo que instigo Herzberg cuando los factores higiénicos, se dan o están presentes en el individuo estos no logran consistentemente la satisfacción y si lo aumentan solo se da por un tiempo corto, cuando los

factores higiénicos son negativos o no están presentes, los trabajadores se sienten insatisfechos. (Pg. 286)

b) Factores motivacionales o intrínsecos.

Para Chiavenato (2011) define, que los factores motivacionales están relacionados directamente con el trabajo en sí, y el entorno de las tareas que realizan, son factores intrínsecos, se encuentran al interior del individuo y por ello tienen el control, producen satisfacción duradera y mejoran el rendimiento del trabajador. Los factores motivacionales implican impulsos o sentimientos como el desarrollo o crecimiento de la persona, la autorrealización, reconocimiento al esfuerzo profesional o al logro y depende del significado y desafío de la tarea que ejecuta en su trabajo para que la persona se identifique. (p 45)

Según Hellriegel y Slocum (2009) refiere que los individuos lo asocian, los factores motivacionales a sentimientos beneficiosos que contempla el contenido en si del trabajo o el mismo puesto, y en medida considerable al dominio interno del individuo. La persona lo relaciona a experiencias positivas con respecto al reconocimiento, manifiestan desarrollo y reconocimiento permanente con respecto al trabajo que realiza. (p. 139)

2.2.4 Micro y pequeña empresa. (MYPE)

Según SUNAT (2014); Ministerio de Economía y Finanzas (2013) consideran a la micro y pequeña empresa como una unidad económica, y está dirigida y formada por una persona natural o jurídica, tiene por propósito obtener ingresos al inicio de sus actividades en pequeña escala, pudiendo así ser de cualquier forma de organización que se halla en la legislación actual, cuyo objeto es de realizar actividades como la transformación, extracción, comercialización, producción de bienes o la prestación de servicios.

Según la Ley 30056, esta ley busca o fue creada con el objeto de beneficiar a las empresas que estas sean competitivas, que se promocionen y se formalicen, con el fin que las micro y pequeñas empresas se desarrollen, beneficiando así en la generación de empleo, el crecimiento del producto bruto interno e incrementar de las exportaciones. Por todos estos beneficios que genera es importante que se incremente e impulsar a los microempresarios.

a) Características de las micro y pequeñas empresas. (MYPE)

Ministerio de Economía y Finanzas (2013) según la Ley 30056 las micro y pequeñas empresas se diferencian por el límite máximo de los ingresos como características principales, Y están se encuentran en una de las siguientes categorías empresariales.

- Microempresa.

Es aquella que no superan en el año el monto de los 525 mil nuevos soles como ingreso. El monto máximo de ingreso para esto se regula anualmente a través del valor de la unidad impositiva tributaria (UIT) es así que para la microempresa el monto máximo es de 150 unidades impositivas tributarias.

- Pequeña empresa.

Aquella que tenga ingresos que no superen en el año los 6.8 millones de nuevos soles, esta no puede superar el monto máximo de 1700 (UIT)

b) Importancia de las micro y pequeñas empresas. (MYPE)

Para Sánchez (2014) considera a las micro y pequeñas empresas (MYPE) en el Perú, como el elemento importante que moviliza y activa nuestra economía. A nivel nacional las MYPES mueve la economía brindando trabajo en un 80%, también genera ingresos al PBI en un 40%. Las MYPES abarcan

en muchos aspectos de la economía al país, reduciendo la pobreza ya que esta genera ingresos por medio de sus actividades, promueve el espíritu empresarial y el carácter emprendedor en las personas, mejora la contribución del ingreso, pero entre los más resaltantes es la generación de empleo, aunque estas aún no tengan las condiciones adecuadas, siendo esta el que solucione la gran cantidad de desempleados.

2.2.5 MYPE rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza.

Definición ABC (2014) define a la peluquería al lugar o espacio donde la gente llega para cortar el cabello, dar otro tipo o estilo a su imagen con el corte de su cabello. En este establecimiento se realizan una serie de tratamiento al cabello, con el fin de embellecerlas o de restaurarlas. Hay una gama de tipos de peluquería, que se diferencian por el tipo de servicio o especialización en cortes para niños, para mujeres, o para hombres.

Los tratamientos o tipos de servicio que se pueden dar en las peluquerías son el más conocido o requerido es el corte de cabello, otro de los servicios son los peinados, la aplicación de tintura, la colocación de pelucas, aplicar extensiones, modelado del cabello, todo esto tiene que ver con restaurar el cabello su vitalidad y brillo natural, así también se brinda el servicio en estos establecimientos, así como manicure, depilación, etc.

a) Características de la peluquería y/o salones de belleza:

Para Guerzoni (2014) menciona que las peluquerías deben contar con las siguientes características:

- Con respecto al ambiente físico: menciona de ser agradable la decoración, una correcta distribución, equipos necesarios y adecuados, apropiada iluminación, etc.

- Con respecto a la calidad del servicio: contar con personal calificado, que muestren confianza, que tengan disponibilidad de horarios, etc.
- Comodidad: esto se refiere a un ambiente agradable y seguro, solucionar y brindar las diferentes necesidades del cliente en un mismo local.
- Diferenciación: se refiere a ser diferentes con respecto a los demás mantener la limpieza, usar productos de calidad, mantener una tradición en el tiempo, la peluquería que ofrece sus servicios.

b) Importancia de las peluquerías y/o salones de belleza:

Para JCprofesional (2014) son importantes las peluquerías y salones de belleza por las siguientes razones:

- Por autoestima.

Como se sabe la autoestima siempre va relacionada con la imagen que proyecta una persona y tengamos de nosotros mismos. Hoy en día en la sociedad a las personas se les juzga por la imagen física que proyecta antes que, por la capacidad intelectual o mental que una persona pueda tener, es ahí donde las peluquerías y los profesionales que trabajan en ellas cumplen una labor sustancial en mejorar esa imagen de los clientes.

- Por salud.

El estrés diario a que las personas se someten, ya sea por diferentes motivos es la causa de la aceleración de enfermedades, hay muchas maneras de librarse y solucionar el estrés, los spas con el servicio de masaje o un tratamiento de belleza cumplen la función de relajar contribuyendo así con la salud de las personas.

- **Por profesionalidad.**

Al adquirir productos cosméticos de belleza sin saber el uso o cual es el indicado para el tipo de piel o para que queremos solucionar es necesario un profesional que tenga conocimiento en estos temas, o en otro de los casos guiándonos por el precio, cuando lo mejor sería acudir a un profesional para solucionar y dar con el producto que adecuado para cada persona.

c) **Tipos de peluquerías y/o salones de belleza.**

En la revista, La voz (2011) se mencionan y consideran a dos tipos de peluquerías que los clasifica en salones especializados y de salones de servicio múltiples.

- **Peluquerías y/o salones de belleza especializados.**

Son los que se centran en brindar uno o dos servicios específicos, así tenemos solones de manicura y tratamientos faciales, del mismo modo cortes de cabello, coloración y pelucas.

- **Peluquerías y/o salones de belleza de servicios múltiples.**

En estos salones se ofrece como su nombre mismo lo dice múltiples servicios o encuentras todos los servicios de tratamiento de belleza en un solo lugar, uno de los problemas de este tipo de salones de belleza de servicios múltiples, ya no se encuentra la misma especialización del personal calificado o específico estos son, por ejemplo, cuidado de uñas, masajes, servicios capilares y otros tratamientos de belleza.

2.3 Marco conceptual de la investigación.

- **Autonomía.**

Al respecto, Amorós (2007) define como el grado de libertad esencial que asume un trabajador al momento de programar o diseñar con independencia y discrecionalidad sus labores, y determina el procedimiento por usar para realizar sus actividades. (p. 187)

- **Autorrealización.**

Define, Stoner (2006) la persona busca en su trabajo, que este le brinde y le proporcione el desarrollo y crecimiento personal, dándole y generando más responsabilidad.

Para Werther y Davis (2008) menciona que los empleados cuanto más calificados sean estos aportaran y complementaran en la consecución de los objetivos. La experiencia que gana un trabajador en otros puestos y también la preparación como adquirir nuevos conocimientos, conllevan estos al crecimiento personal de los trabajadores. (p. 294)

- **Condiciones laborales.**

Según, Maristany (2007) refiere a la condición laboral como al bienestar del individuo en el lugar donde realiza o desenvuelve sus actividades laborales, se refiere a las condiciones del ambiente laboral en todos sus aspectos respecto de las personas. Un ambiente laboral es malo cuando se realiza las actividades en estas condiciones: Exigencia excesiva de los jefes respecto de los resultados, malos tratos de los jefes a sus empleados, malas relaciones entre los compañeros de trabajo, condiciones inadecuadas como de luz, aire, ruido, trabajo desmotivante, etc. Por todas estas condiciones el trabajo se torna desagradable afectando al trabajador en su desempeño en la organización, ya que su actitud será negativa y no se sienta satisfecho con su

labor, y en esta situación es más probable los accidentes o enfermedades mermando la calidad de vida del empleado. (p.63)

- **Comunicación.**

Al respecto Werther y Davis (2008) refiere que la organización al tener una buena estrategia de comunicación conlleva al éxito de esta, la información es la que hace que funcione la organización, sobre esta se mueve sus objetivos, productos, servicios, su entorno, especialmente por que el ser humano necesita de este, sin una buena comunicación los administradores no podrían tomar buenas decisiones, dar a conocer o informar al personal de la empresa la misión, visión, objetivos, los nuevos proyectos, las estrategias, sabiendo así las personas el rumbo, y con la claridad a donde se dirige la empresa. (p.447)

Para Chiavenato (2011) refiere que por medio de la comunicación las personas se relacionan continuamente con las demás y con el ambiente donde se desenvuelven, una persona no puede vivir aislada de los demás por eso la comunicación cumple un papel importante en las relaciones interpersonales, por medio de esta se transmiten ideas, hechos y valores. La comunicación es el proceso por donde las personas transmiten, unen y comparten sus sentimientos, conocimientos. Para que se dé el proceso o acto de comunicación es necesario dos personas por lo menos, uno envía el mensaje y el otro para que lo reciba. Sin la comunicación las organizaciones no podrían existir o desarrollarse, por medio de la comunicación opera la organización ya que es el medio por donde se integran y coordinan todas sus partes. (p.50)

- **Estabilidad y seguridad en el trabajo.**

Para Socorro (2006) menciona, a la estabilidad laboral como el compromiso y responsabilidad compartida entre el empleador y el empleado, asegurando ambas partes la participación segura en el ambiente laboral y se

mantenga mientras estos respondan en la contribución al valor de los procesos tanto en lo productos o servicios que fabriquen u ofrezcan. La estabilidad laboral brinda al trabajador un nivel de satisfacción, cubriendo muchas necesidades, y mejore su condición de vida, para dar paso luego alcanzar nuevas metas y conseguir sobresalir. La estabilidad reside en el derecho del trabajador a permanecer en el trabajo indefinidamente, mientras este no cometa falta o incumpla con los compromisos previamente determinadas. (p. 45)

- **Factores higiénicos.**

Según Hellriegel y Slocum (2009) define a los factores higiénicos, como factores externos al trabajo, el entorno que rodea al trabajador como las condiciones físicas así mismo el ambiente de trabajo, denomina también extrínsecos, y estos sirven en ocasión como recompensas para un alto desempeño solo si la organización reconoce el alto desempeño. (p. 139)

- **Factores motivacionales.**

Según Chiavenato (2011) definen a los factores motivadores o también factores intrínsecos, los que se relación con el trabajo o cargo en sí, estos son los factores que estas dentro de la persona y corresponden a la fuerza interna, provocan en el trabajador satisfacción perdurable, y mejora su productividad. (p. 45)

- **Políticas y reglas.**

Según Mondy (2010) se refiere, a las políticas como una guía donde se establece las pautas, como una empresa pueda direccionar con respecto a la toma de decisiones. Si las políticas y los conocimientos de los recursos humanos son administradas de la mejor manera, con políticas que se interesen y consideren al empleado, como por ejemplo: políticas de incentivos realistas y prácticos, políticas con relación a buenas condiciones de trabajo, políticas

para contratar a personas sin importar su raza, color, nacionalidad, sexo; estos pueden contribuir a favor de la empresa y a la satisfacción del empleado, pero si las políticas de la empresa muestran falta de respeto, no son claras, son arbitrarias y restrictivas estos alejaran y desmotivaran a los empleados. (p.323)

- **Reconocimiento.**

Según Chiavenato (2011) define como reconocimiento al resultado de distinguir por sus características, rasgo o atributos de una selección que pueden ser cosas, personas o instituciones que se evalúan entre sí, en lo que se refiere a la organización el reconocimiento es el agradamiento que se distingue del resultado de algún favor o beneficio.

- **Relaciones interpersonales.**

Para Koontz, Weihrich y Cannice (2012) conllevar en la organización las buenas relaciones interpersonales, la colaboración de los trabajadores dentro y fuera de la empresa es decisiva en la obtención de las ventajas competitivas. Para eso se requiere de trabajadores que se adapten en diferentes ambientes culturales. El reclutamiento, la selección, capacitación, integración personal, y el desarrollo son funciones importantes en la obtención de estas ventajas, así como manejar el liderazgo, buena motivación y una comunicación efectiva aportan a la organización. (p.312)

Según Chiavenato (2011) la relación interpersonal en una organización se establece en la confianza mutua entre los individuos y no en diseños formales que pueda realizar la organización, como el diseño de puestos, el conducto formal previstas en el organigrama, etc., la organización alienta o estimula la participación y el compromiso grupal para que las personas logren responsabilidad en lo que hacen o decidan en su trabajo. (p.92)

- **Responsabilidad.**

Para Werther y Davis (2008) menciona, como la responsabilidad que tienen una persona en las actividades que realiza, se refiere a asumir y hacer lo que una juzgue en el lugar de trabajo, los lugares o cargos donde se tiene autoridad para tomar decisiones se expresan de más responsabilidad y esto conlleva al aumento de la autoestima del empleado. La ausencia de responsabilidad en el empleado conlleva a la apatía, o que este se desempeñe de una manera negativa o poco suficiente. (p. 113)

- **Retroalimentación.**

Robbins y Judge (2009) refiere que la persona adquiere información clara y directa sobre la eficacia de su trabajo, posterior al resultado en la realización de sus actividades que requiere el lugar donde labora. (pg. 216)

Para Werther y Davis (2008) menciona que al no estar presente la retroalimentación en los puestos de trabajo, con respecto al éxito relativo del desempeño que logran los trabajadores en sus actividades, estos provocan que haya pocos motivos o razones para que el trabajador mejore su desempeño. Al contrario, si los informes son confiables y se les brinda con respecto al progreso e incremento en su labor, estos motivan y mejoran su desempeño en el trabajador. No siempre los informes serán positivas con respecto al progreso del desempeño en el trabajador en este caso la información es entregada de forma clara y honesta, pero evitando que el trabajador sienta que se le culpa por la situación negativa. (p.115)

- **Salario.**

Para Chiavenato (2011) denomina al salario como la transacción que se da entre la persona y la organización. La persona acepta una rutina diaria de actividades ajustado a lo requerido por la organización, a una interacción y relación con otras personas dentro de la organización, de un modo empeña

parte de si misma, de su esfuerzo, a cambio de esto la persona recibe por parte de la organización una retribución o salario, un elemento simbólico e intercambiable denominado dinero. (p.237)

Para Johansen (citado Por Pérez 2010) define al salario como la remuneración, retribución o pago que recibe una persona a cambio de prestar su servicios o esfuerzo en una actividad. Esta retribución puede ser percibida semanal, quincenal, mensual, que se basan o definen en cierto número de horas.

- **Supervisión.**

Para Bartle (2011) menciona, que la supervisión se orienta en alcanzar estándares altos de producción en la organización, busca que los trabajadores se desenvuelvan en un ambiente agradable, motivador donde se sientan satisfecho los trabajadores, para que estos puedan desempeñarse positivamente en beneficio de la organización en general.

Al respecto, Robbins y Decenzo (2008) define a la capacidad de supervisión, al manejo de competencias técnicas, interpersonales y conceptuales. El supervisor debe contar con habilidad y conocimiento sobre el manejo de personas en lo individual y en lo grupal, deben contar con habilidades como motivar al personal, entender sus necesidades, tener una buena comunicación, todo estos son habilidades interpersonales que apoyan a la solución de conflictos a un supervisor. El supervisor analiza los problemas con un aspecto más extenso, siendo estas las competencias conceptuales que sirven para resolver problemas de una manera creativa y tomar decisiones acertadas. (p. 17)

III. Metodología

3.1 Diseño de investigación.

La investigación, fue de diseño no experimental transeccional, ya que se recolectaron los datos en un solo momento, en un tiempo único, siendo su propósito describir la variable en estudio. Fue de tipo descriptiva, ya que busca describir para luego explicar la Gestión de la calidad en las MYPES del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz. Según la naturaleza del estudio se basará en un nivel cuantitativo, ya que se procederá a la recolección de los datos basada en la medición de las variables y conceptos, siendo estas analizadas a través de los métodos estadísticos, para ello estos datos serán representadas mediante números y gráficos.

3.2 Población y muestra.

La población estuvo conformada por los trabajadores de 12 MYPES del Sector servicio - Rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, donde se les consulto sobre la cantidad de trabajadores que tenían a su cargo. Para lo cual se consideró un total de 58 trabajadores, para la población y una muestra censal que refleja la misma cantidad (58 trabajadores) ya que la población fue relativamente pequeña. (Fuente: SUNAT / Huaraz – meza de partes- 2015)

3.3 Definición y operacionalización de variables.

Variable		Definición Operacional			Escala De Medición
		Dimensión		Indicador	
Denominación	Definición Conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Teoría motivacional de Herzberg	Robbins y Judge, (2009) Herzberg, con los datos conseguidos apunta que la insatisfacción no es el opuesto a la satisfacción. Al eliminar las características insatisfactorias estas no se vuelven necesariamente satisfactorias, Herzberg indica la existencia de un continuo dual: lo opuesto de "satisfacción" es "falta de satisfacción" y lo contrario de "insatisfacción" es "ausencia de insatisfacción". (Pág. 178)	Factor Higiénico	Chiavenato (2006) define al ambiente o entorno donde se desenvuelve la persona y donde esta realiza el desempeño de sus actividades, están fuera del control del trabajador, ya que estas se encuentran en control y administradas por la empresa. Entre los trascendentales factores higiénicos menciona al salario, el tipo supervisión, las condiciones físicas y ambientales, las políticas y reglas, etc. Hellriegel y Slocum (2009) define a los factores higiénicos, como factores externos al trabajo, el entorno que rodea al trabajador como las condiciones físicas y ambientales de trabajo	Políticas y reglas	Likert Escala Ordinal
				Relaciones interpersonales	
				Supervisión	
				Salario	
				Seguridad y estabilidad laboral	
				Condiciones de trabajo físicas	
		Factor motivacional	Chiavenato (2011) definen a los factores motivadores o también factores intrínsecos, los que se relación con el trabajo o cargo en si estos son los factores que estas dentro de la persona y corresponden a la fuerza interna, provocan en el trabajador satisfacción perdurable, y mejora su productividad.	Reconocimiento al logro	
				Crecimiento personal	
				Autonomía	
				Retos	
				Retroalimentación	
				Responsabilidad	

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el trabajo de investigación se empleó la técnica de la encuesta, como instrumento, un cuestionario estructurado por 18 preguntas y respuestas cerradas, relacionadas a los aspectos generales de los trabajadores (6) y a la variable en estudio: teoría motivacional de Herzberg (12) el cual posee cinco alternativas de respuesta: totalmente en desacuerdo (1) en desacuerdo (2) ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) de acuerdo (4) totalmente de acuerdo (5) no se enfatizó en el análisis de este instrumento por que ha sido demostrado su valides y confiabilidad en múltiples contextos. (Ver anexo 02)

3.5 Plan de análisis.

Los datos se obtuvieron por medio de la aplicación de las técnicas e instrumentos, apelando a los informantes o fuentes de los cuales fueron ingresados a los programas especiales como MS Word, MS Excel y el programa estadístico SPSS 20 para el respectivo procesamiento de los datos, la presentación en tablas y gráficos y el análisis estadístico.

3.6 Matriz de consistencia.

Problema	Objetivos	Variables	Metodología y diseño de la investigación	Instrumentos y procesamientos
<p>General:</p> <p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2015?</p>	<p>General:</p> <p>Describir las principales características de la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2015.</p> <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las principales características de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz - Determinar las principales características de la Teoría motivacional de Herzberg en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz 	<p>Teoría motivacional de Herzberg</p>	<p>Diseño:</p> <p>No experimental (transeccional o transversal) por que se recolectan los datos en un solo lugar y tiempo único</p> <p>Tipo:</p> <p>Es descriptivo, porque se busca describir la motivación de los trabajadores en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz,</p> <p>Nivel:</p> <p>cuantitativo, porque se realizará la recolección de los datos fundamentada en la medición de las variables y conceptos las cuales serán representadas mediante números.</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p>

3.7 Principios éticos.

En la investigación se puso especial énfasis en los principios éticos de confidencialidad, respeto a la decencia y dignidad de la persona, conservando estricto respeto a la propiedad intelectual, del mismo modo toda la información utilizada en el presente trabajo fue destinada para fines académicos exclusivamente.

IV. Resultados

4.1 Resultados.

Respectos a las características de los empleados.

Tabla 1. *Distribución según edad.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
De 18-25	39	67.2%
De 26-50	19	32.8%
Total	58	100.0%

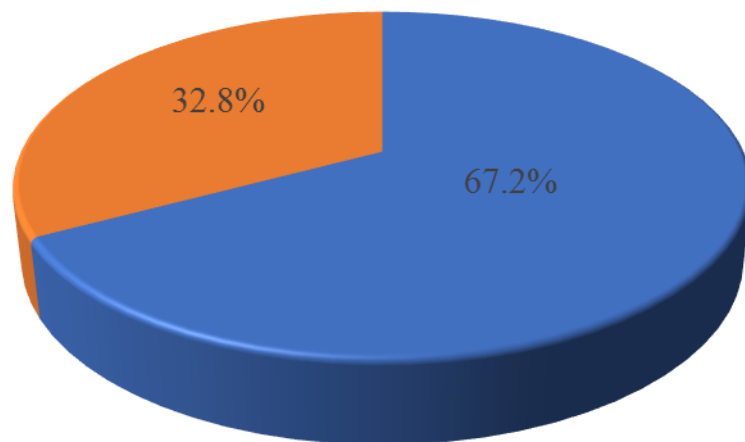


Figura 1. *Distribución según edad.*

Interpretación: del 100% de encuestados en las MYPES del rubro de peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 67.2% tienen un rango de 18 a 25 años; el 32.8% de la población tienen de 26 a 50 años.

Tabla 2. *Distribución según sexo.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	48	82.8%
Masculino	10	17.2%
Total	58	100.0%

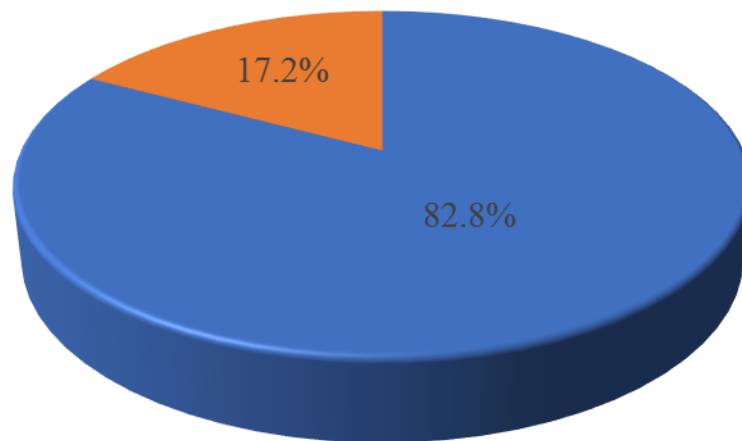


Figura 2. *Distribución según sexo.*

Interpretación: del 100% de encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 82.8% representa el sexo Femenino; y el 17.2 son del sexo Masculino.

Tabla 3. *Distribución según estado civil.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	45	77.6%
Casado	13	22.4%
Total	58	100.0%

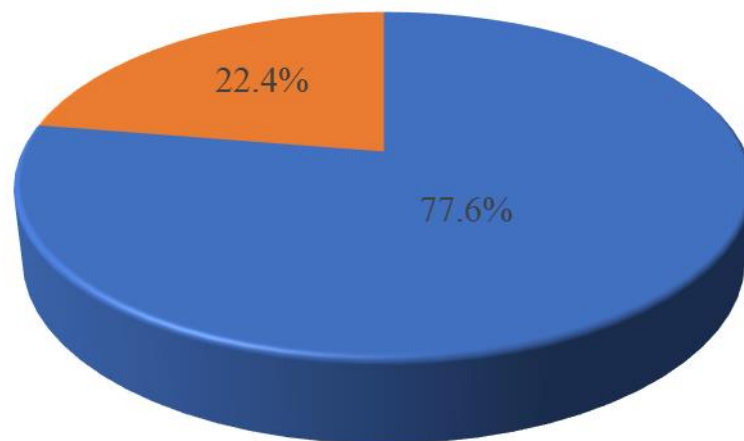


Figura. 3. *Distribución según estado civil.*

Interpretación: del 100% de encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 77.6% representa los soltero (a) y el 22.4% de la población está casado. (a)

Tabla 4. *Distribución según grado de instrucción.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	6	10.3%
Superior no universitario	52	89.7%
Total	58	100.0%

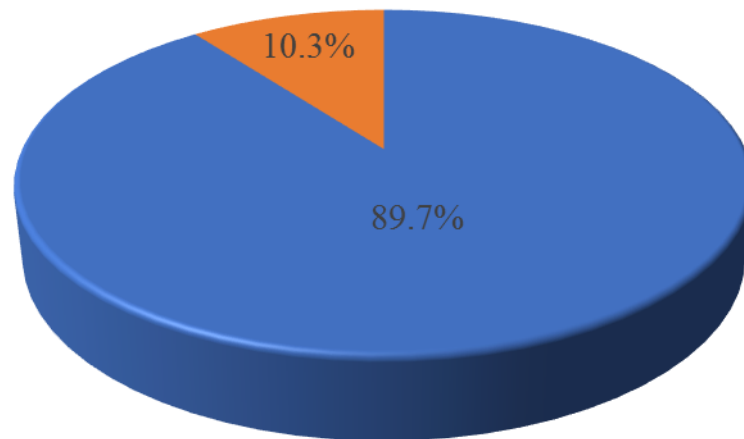


Figura 4. *Distribución según grado de instrucción.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 89.7% tiene superior no universitario y el 10.3% tiene secundaria.

Tabla 5. *Distribución según cargo desempeño.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Peluquero (a)	58	100.0

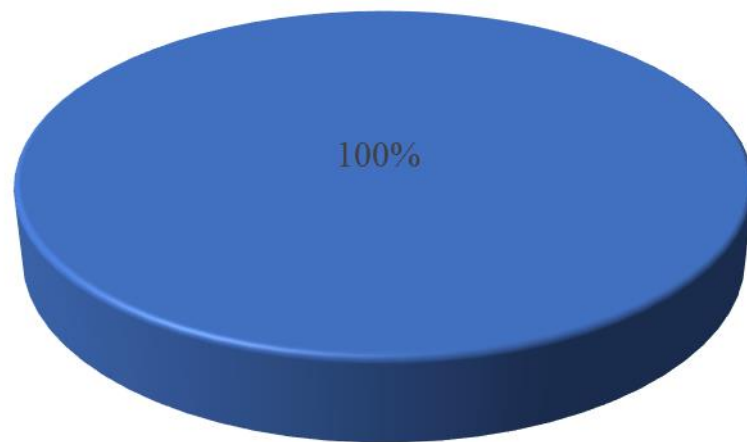


Figura 5. *Distribución según cargo desempeño.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 100% son peluquero (a)

Tabla 6. *Distribución según tiempo de servicio.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
1-5	58	100.0%

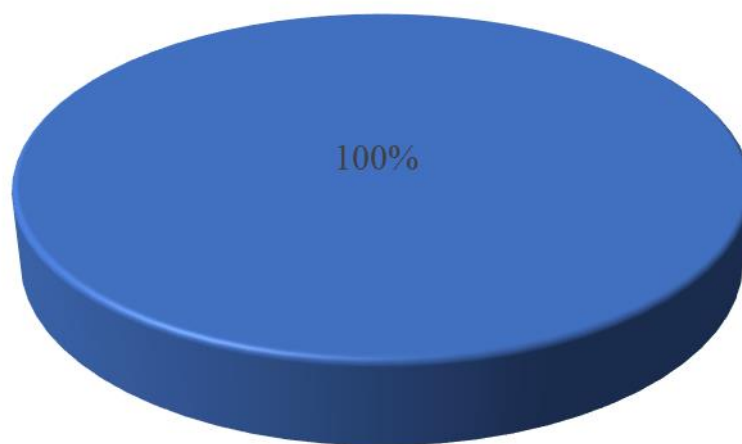


Figura 6. *Distribución según tiempo de servicio.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 100% se desempeña de 1 a 5 años trabajando.

Resultados respecto a la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg.

Tabla 7. *Distribución según, como aplica las reglas y políticas.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	16	27.6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32	55.2%
De acuerdo	10	17.2%
Total	58	100.0%

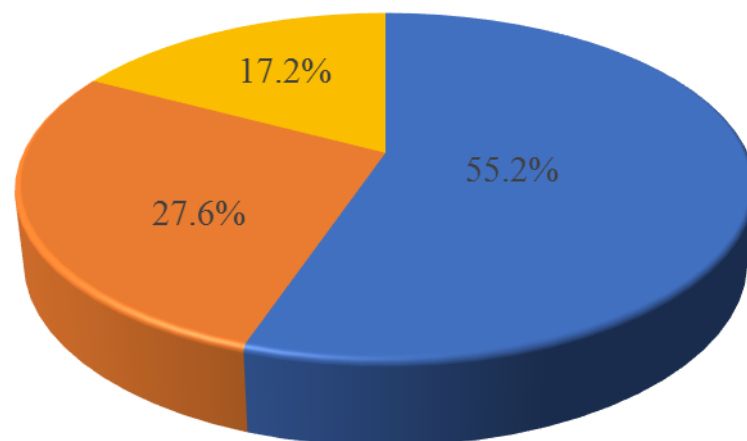


Figura 7. *Distribución según, como aplica las reglas y políticas.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 55.2% ni de acuerdo ni en desacuerdo la empresa da a conocer y aplica las reglas y políticas; el 27.6% está en desacuerdo la empresa da a conocer y aplica las reglas y políticas, y el 17.2% está de acuerdo la empresa da a conocer y aplica las reglas y políticas.

Tabla 8. *Distribución según, relación con los compañeros de trabajo.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	27,6%
De acuerdo	39	67,2%
Totalmente de acuerdo	3	5,2%
Total	58	100,0

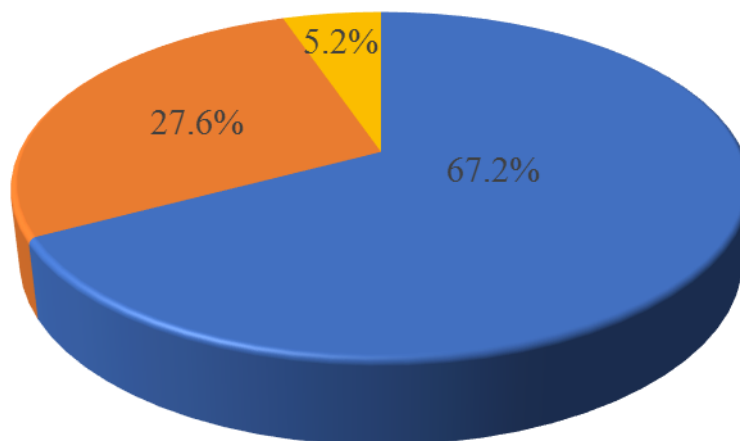


Figura 8. *Distribución según, relación con los compañeros de trabajo.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro de peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 67.2% está de acuerdo con la relación con sus compañeros de trabajo; el 27.6% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la relación con sus compañeros de trabajo, y el 5.2% está totalmente de acuerdo con la relación con sus compañeros de trabajo.

Tabla 9. *Distribución según, como aplican la supervisión.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	29	50.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	39.7%
De acuerdo	6	10.3%
Total	58	100,0%

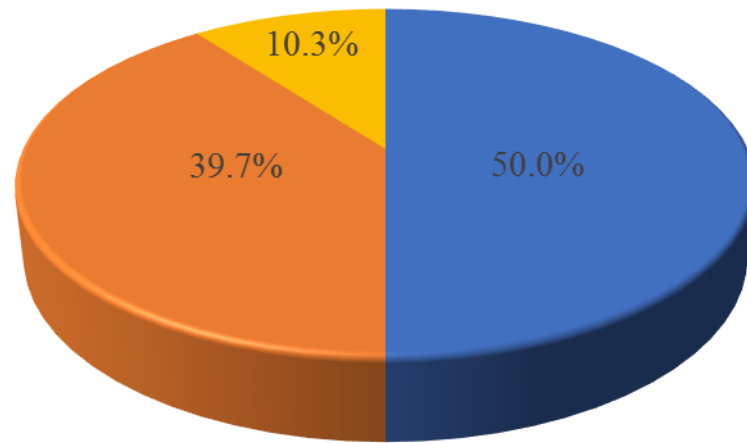


Figura 9. *Distribución según, como aplican la supervisión.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 50.0% está en desacuerdo con la supervisión que realizan sus jefes, el 39.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo con la supervisión que realizan sus jefes, y el 10.3% está de acuerdo con la supervisión que realizan sus jefes.

Tabla 10. *Distribución según, opinión conforme con el sueldo.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	26	44.8%
En desacuerdo	23	39.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	10.3%
De acuerdo	3	5.2%
Total	58	100.0%

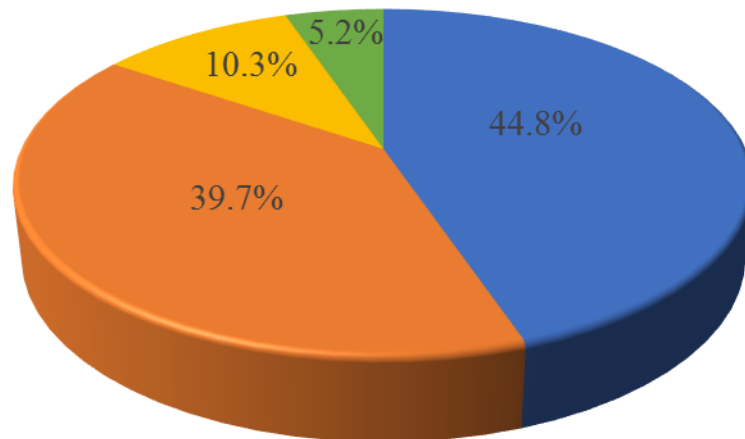


Figura 10. *Distribución según, opinión conforme con el sueldo.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 44.8% está totalmente en desacuerdo con su sueldo, el 39.7% en desacuerdo con el sueldo que percibe, y el 10.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, e l 5.2% de acuerdo con su sueldo que percibe.

Tabla 11. *Distribución según, si el trabajo es estable.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	10.4%
En desacuerdo	26	44.8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	44.8%
Total	58	100.0%

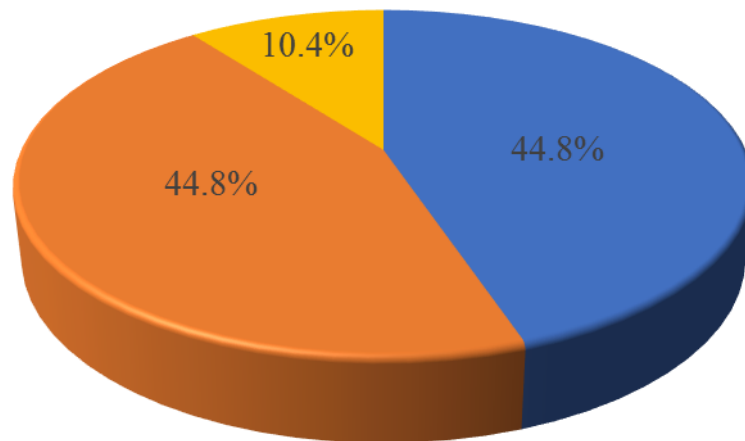


Figura 11. *Distribución según, si el trabajo es estable.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 44.8% en desacuerdo que tiene un trabajo estable el cual le brinda seguridad, 44.8% ni de acuerdo ni en desacuerdo siente que tiene un trabajo estable el cual le brinda seguridad, el 10.4% está totalmente en desacuerdo que tiene un trabajo estable el cual le brinda seguridad.

Tabla 12. *Distribución según, reciben implementos y herramientas.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	10	17.2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	50.0%
De acuerdo	19	32.8%
Total	58	100.0%

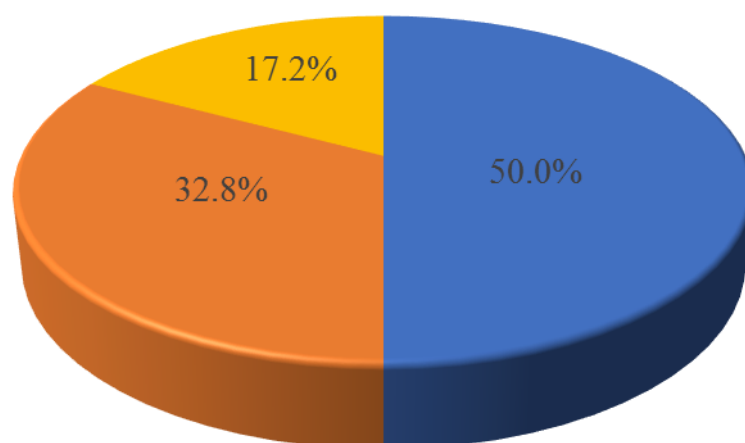


Figura 12. *Distribución según, reciben implementos y herramientas.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 50.0% ni de acuerdo ni en desacuerdo que recibe todas las herramientas e implementos necesarios para realizar su trabajo, 32.8% de acuerdo recibe todas las herramientas e implementos necesarios para realizar su trabajo, y el 17.2% está en desacuerdo que recibe todas las herramientas e implementos necesarios para realizar su trabajo.

Tabla 13. *Distribución según, opinión reconocimiento al logro.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	29	50.0%
En desacuerdo	19	32.8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	17.2%
Total	58	100.0%

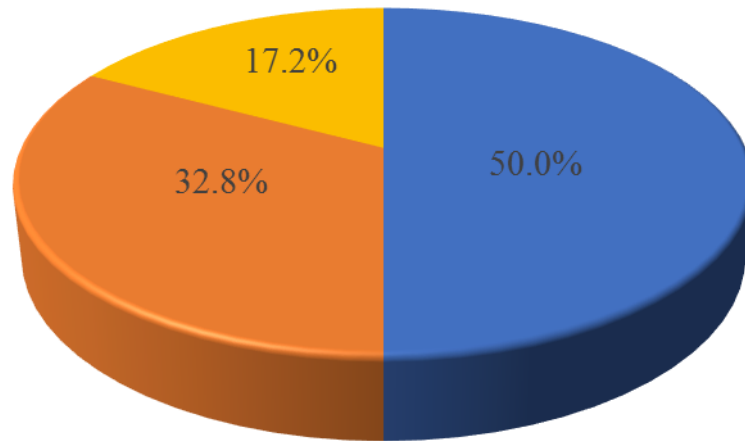


Figura 13. *Distribución según, reconocimiento al logro.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 50.0 % está totalmente en desacuerdo siente el reconocimiento al ver el resultado de su trabajo; el 32.8% en desacuerdo siente el reconocimiento al ver el resultado de su trabajo, 17.2% ni de acuerdo ni en desacuerdo siente el reconocimiento al ver el resultado de su trabajo.

Tabla 14. *Distribución según, crecimiento personal en el trabajo.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	26	44.8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	44.8%
De acuerdo	6	10.4%
Total	58	100.0%

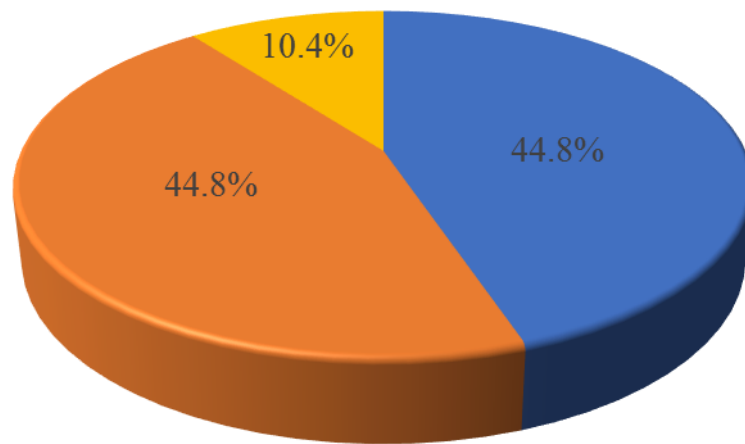


Figura 14. *Distribución según, crecimiento personal en el trabajo.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 44.8% en desacuerdo siente que ha crecido personalmente con su trabajo; el 44.8% ni de acuerdo ni en desacuerdo siente que ha crecido personalmente con su trabajo; y el 10.4% de acuerdo siente que ha crecido personalmente con su trabajo.

Tabla 15. *Distribución según, iniciativa y toma sus propias decisiones.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	10	17.2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32	55.2%
De acuerdo	16	27.6%
Total	58	100.0%

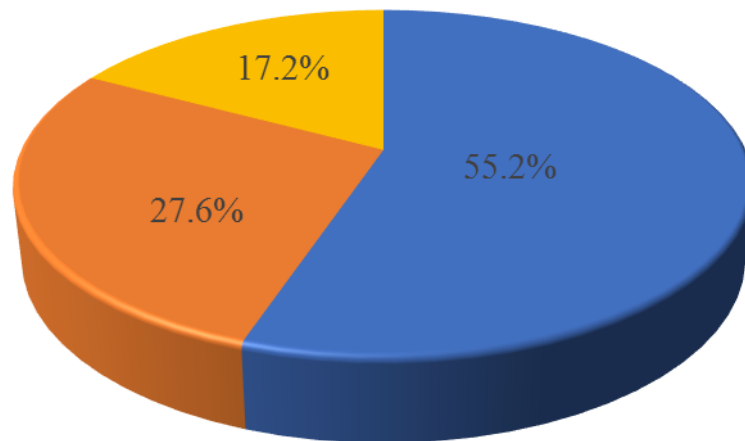


Figura 15. *Distribución según, iniciativa y toma sus propias decisiones.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 55.2% ni de acuerdo ni en desacuerdo, tiene la oportunidad de generar iniciativa y tomar sus propias decisiones en su trabajo; 27.6% de acuerdo, tiene la oportunidad de generar iniciativa y tomar sus propias decisiones en su trabajo; y el 17.2 % en desacuerdo, tiene la oportunidad de generar iniciativa y tomar sus propias decisiones en su trabajo.

Tabla 16. *Distribución según opinión, el trabajo le presenta nuevos retos.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	6	10.4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	44.8%
De acuerdo	26	44.8%
Total	58	100,0%

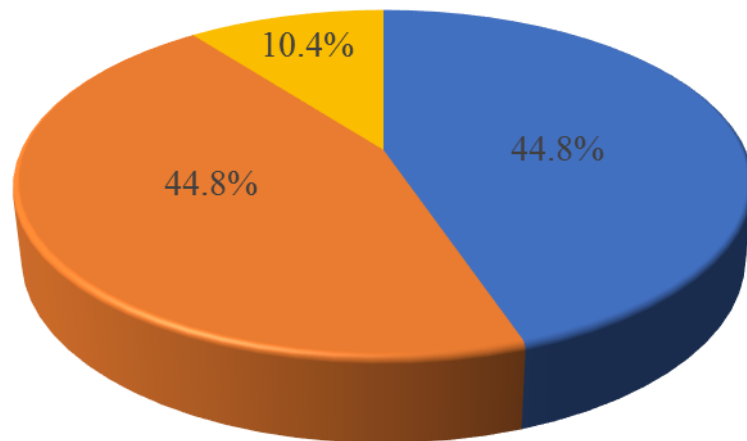


Figura 16. *Distribución según opinión, el trabajo le presenta nuevos retos.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 44.8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, si su trabajo le presenta nuevos retos de forma permanente; 44.8% de acuerdo, si su trabajo le presenta nuevos retos de forma permanente; y el 10.4% en desacuerdo, si su trabajo le presenta nuevos retos de forma permanente.

Tabla 17. *Distribución según, informan acerca del resultado de su trabajo.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	13	22.4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	44.8%
De acuerdo	19	32.8%
Total	58	100.0%

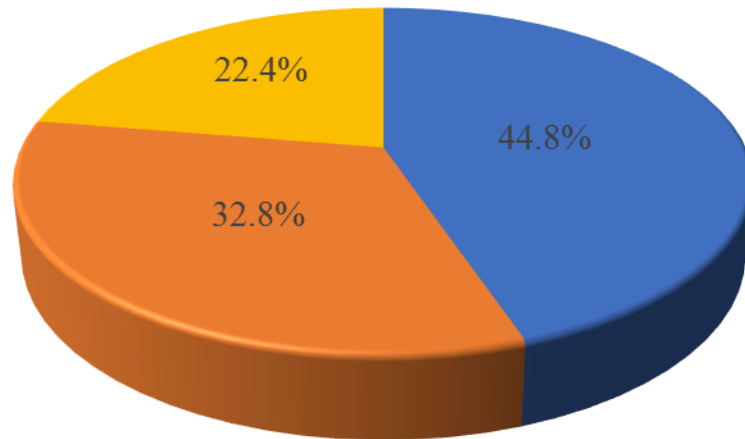


Figura 17. *Distribución según, informan acerca del resultado de su trabajo.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 44.8% ni de acuerdo ni en desacuerdo está con la conversación que su jefe imparte acerca del resultado de su trabajo; 32.8% de acuerdo está con la conversación que su jefe imparte acerca del resultado de su trabajo; y el 22.4 % en desacuerdo está con la conversación que su jefe imparte acerca del resultado de su trabajo.

Tabla 18. *Distribución según, opinión de la responsabilidad asignada*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	6	10.4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	67.2%
De acuerdo	13	22.4%
Total	58	100.0%

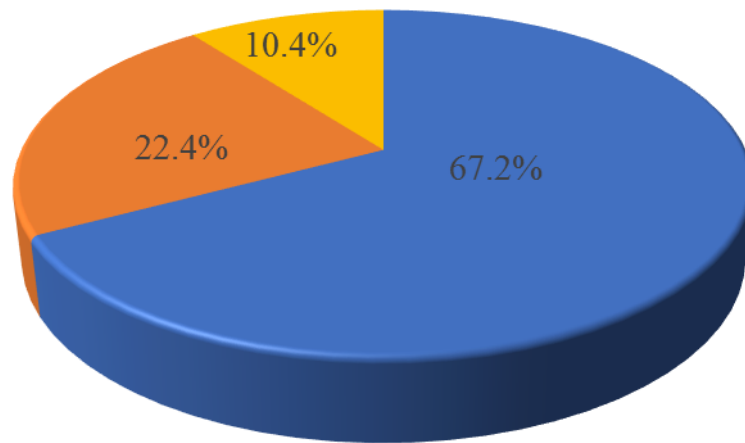


Figura 18. *Distribución según, opinión de la responsabilidad asignada.*

Interpretación: del 100% de los trabajadores encuestados en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, el 67.2% ni de acuerdo ni en desacuerdo, que la asignan responsabilidad propia para desarrollar sus actividades; el 22.4% de acuerdo, que le asignan responsabilidad propia para desarrollar sus actividades trabajo; y el 10.4 % en desacuerdo, que le asignan responsabilidad propia para desarrollar sus actividades.

4.2 Análisis de resultados.

Respecto a los datos generales de los trabajadores.

- En cuanto a los datos generales el 67,2% del personal manifiesta tener de 18 – 25 años de edad, el 82.8% son mujeres, el 77.6% son solteros, el 89.7% cuentan con estudios superiores no universitarios, el 100% son peluquero(a), y el 100% de trabajadores manifiesta tener un tiempo de servicio de 1 a 5 años (Ver figuras 1, 2, 3, 4, 5, 6)

Respecto a la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg.

- En la investigación, se advierte que las reglas y políticas en las empresas del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza no se aplica o practica de manera adecuada, tal es así que el 55.2% de los trabajadores señala que las reglas y políticas les es indiferente, y el 27.6% señalan estar en desacuerdo como las empresas lo aplican o practican, y solo el 17.2% de los trabajadores están de acuerdo con respecto a la práctica de las políticas y reglas. (ver figura 7) esto se corrobora con Zarzosa (2010) donde presenta que el 28% de los trabajadores de la municipalidad provincial de Huaraz, les es indiferente las prácticas de las políticas, muestra también que el 34% de los trabajadores manifiestan estar insatisfechos, y el 29% se siente satisfecho como la municipalidad provincial de Huaraz aplica sus políticas.
- Con respecto a las relaciones interpersonales en las MYPES del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza se muestra, que el 67.2% de los trabajadores, está de acuerdo con respecto a la relación con sus compañeros, y solo el 27.6% le es indiferente a este factor, estos resultados nos presenta que las relaciones entre los compañeros de trabajo es positiva e influye en la no insatisfacción de los trabajadores, ya que Herzberg denomina a las relaciones personales en el grupo de factores Higiénicos (Ver figura 8) estos resultados se confirman con Alba y Trujillo (2014) mostrándonos en su investigación que los trabajadores de la distribuidora Navarro EIRL de

Huaraz, presentan que el 37.5% y 25% de los encuestados está de acuerdo o casi de acuerdo respectivamente, referido a las relaciones personales, y solo el 6.3% indica estar casi en desacuerdo con las relaciones personales en la Distribuidora Navarro.

- En cuanto a la supervisión que realizan los jefes del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, se aprecia que el 50% del personal encuestado señalan estar en desacuerdo con la supervisión, y solo el 10.3% menciona estar de acuerdo, esto nos muestra que no se aplica de manera adecuada la supervisión en las empresas, y esto conlleva a la insatisfacción de los trabajadores (Ver figura 9) resultados que coinciden con Zarzosa (2010) que se encontró que el 47% de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Huaraz se encuentran insatisfechos con la calidad de supervisión; a estos resultados contrasta en su investigación Alba y Trujillo (2014) donde se muestra, que el 37.5% y 25% es buena (casi siempre y siempre) respectivamente y solo el 12.5% manifiestan que es buena (casi nunca)
- En cuanto a las remuneraciones, los trabajadores el rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, muestran que el 44.8% y 39.7% señalan estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo respectivamente con su remuneración (Ver figura 10) de estos resultados se aprecia que la gran mayoría de los trabajadores de las empresas, están insatisfechos con respecto al factor salario; resultado que coinciden en su estudio Cerna y Celedonio (2014) donde se muestra que los trabajadores de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz, presentan que el 40.7% y 22.% indican que es bajo y muy bajo respectivamente la remuneración que reciben, esto contribuye a la insatisfacción de los trabajadores.
- Con relación a la estabilidad laboral los trabajadores de las empresas del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, indican que no tienen un trabajo estable el cual les brinde seguridad, tal es el caso que el 44.8% se muestra en desacuerdo que las empresas les brindan la seguridad y estabilidad laboral, (Ver figura 11) este resultado advierte que las empresas

no operan convenientemente la gestión de los recursos humanos, el cual les brinde la no insatisfacción de los trabajadores; resultado que concuerda con Cerna y Celidonio (2014) donde se observa, que el 45.5% indican que la estabilidad laboral es muy baja, así mismo se indica que el 32.5% manifiestan que solo es baja con relación a la estabilidad laboral.

- La investigación, muestra respecto a las condiciones de trabajo que el 32.8% del personal encuestado del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, está de acuerdo que recibe todas las herramientas e implementos necesarios para realizar su trabajo y solo el 17.2% está en desacuerdo en las condiciones que trabajan (Ver figura 12) de estos resultados, se observar que la gran mayoría de los encuestados de las empresas del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, cuenta con las herramientas e implementos necesarios, por lo que se sienten conforme en las condiciones que labora; resultados que concuerda Alba y Trujillo (2014) respecto a las condiciones de trabajo se muestra, que el 43.8% de los trabajadores encuestados indican que son idóneas las condiciones de trabajo, y solo el 6.3% manifiestan que nunca son aptas las condiciones en las que laboran.
- Con relación al reconocimiento y logro al ver el resultado de su trabajo se aprecia, que las empresas del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza no consignan adecuadamente el reconocimiento tal es así que el personal encuestado presenta, que el 50% y 32.8% están totalmente en desacuerdo y desacuerdo respectivamente, con el reconocimiento y logro al ver el resultado de su trabajo, y solo el 17.2% le es indiferente al reconocimiento al logro, cabe resaltar que no se presentó ningún resultado que esté de acuerdo o totalmente de acuerdo con el reconocimiento (Ver figura 13) de estos resultados se puede observar, que la gran mayoría de trabajadores no percibe o siente el reconocimiento en el lugar donde realiza sus labores; resultado que contrasta Zarzosa (2010) que muestra, que el 41% de los encuestados indica sentirse satisfecho con el reconocimiento al logro, así mismo indican que al 28% le es indiferente el reconocimiento al logro, y solo al 20% de los

trabajadores señalan estar insatisfechos con respecto al reconocimiento; así mismo Alba y Trujillo (2014) muestra, que el 43.8% se presenta siempre, y solo el 6.3% de los trabajadores manifiestan que no se presenta casi nunca el reconocimiento laboral.

- El estudio presenta, que el crecimiento personal de los trabajadores en las empresas del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, no están satisfechos con el crecimiento personal en la empresa donde laboran, tanto es así que el 44.8% del personal encuestado manifiestan no estar de acuerdo con el crecimiento personal con su trabajo, y solo el 10.4% manifiesta estar de acuerdo con la oportunidad de crecimiento personal en su trabajo (Ver figura 14); resultado que concuerda con Alba y Trujillo (2014) con respecto al crecimiento personal, muestra que 43.8% del personal encuestado indican que casi nunca hay oportunidad de crecimiento en la empresa donde laboran, y solo el 25% indica que casi siempre hay oportunidad de crecimiento laboral.
- Relacionado si tienen la oportunidad de generar iniciativa o tomar sus propias decisiones, en las MYPES de rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza, presenta que la gran mayoría le es indiferente el factor autonomía, tanto es así que el 55.6 % de los trabajadores les es indiferente si tienen la oportunidad de generar iniciativa y tomar sus propias decisiones en su trabajo (Ver figura 15) en base a estos resultados se puede contrastar con Delgado y Di Antonio (2010) donde se muestra un 50% de la población toma decisiones laborales en forma grupal y la otra mitad lo hace de manera individual sin consultar, optando por la mejor decisión.
- Correspondencia a la responsabilidad asignada los trabajadores de las empresas del rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, se muestran indiferentes con la responsabilidad que les asignan, observándose que el 66.7% del personal encuestado no está de acuerdo ni en desacuerdo con relación a la responsabilidad, y solo el 22.4% de los trabajadores indica estar de acuerdo que les asignen responsabilidad propia

para desarrollar sus actividades (Ver figura 18) resultado que coincide con Zarzosa (2010) muestra, con respecto a la responsabilidad asignada que el 34% indican estar indiferentes con la responsabilidad que se les asigna, y el 29% presentan insatisfacción con respecto a la responsabilidad, y solo el 25% mencionan estar satisfechos con que se asigne responsabilidad en el trabajo; a estos resultados le contrasta Alvites y Ramírez (2013) al respecto, el 80% de los trabajadores encuestados indica tener mucha satisfacción con que se les asigne responsabilidad en sus labores, y solo el 20% de los trabajadores encuestados muestra indiferencia con respecto la responsabilidad.

V. Conclusiones

Las conclusiones a las que se llegó con la presente investigación con relación al objetivo general, fue que no se aplica adecuadamente el manejo de los factores Higiénicos, donde se muestra desacuerdo en mayor porcentaje con características como la supervisión y el salario, así también se presenta una dirección poco conveniente de los factores motivacionales como el crecimiento personal y el reconocimiento al logro, donde se observa el desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente en mayor porcentaje. Con estos resultados se puede afirmar que los trabajadores no tienen una apropiada motivación, por lo que no es beneficioso para los directivos que buscan alcanzar una gestión de calidad.

Con respecto a las características de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza un gran porcentaje de ellos tienen de 18 a 25 años de edad, son mujeres y tienen estudios no universitarios.

Los resultados obtenidos nos permiten arribar a la conclusión en razón a las características de la teoría motivacional de Herzberg, que los trabajadores muestran sentirse en desacuerdo con el convenir de la supervisión que realizan sus jefes con un liderazgo falto de comunicación, con muestras de indiferencia en la posibilidad de autonomía en la toma de decisiones, así también perciben estar en desacuerdo con el sentir de autorrealización al no ver que su trabajo les permita crecer como personas, de igual manera tienen el mismo resultado con el reconocimiento al logro siendo esto perjudicial en la motivación de los trabajadores y por ende en la productividad de las organizaciones.

Referencias bibliográficas.

Alba, I. y Trujillo, J. (2014) *Factores de motivación según Herzberg y desempeño laboral de la distribuidora Navarro EIRL de Huaraz, 2014* (tesis para optar el título de licenciado en administración) Universidad Nacional “Santiago Antúnez de Mayolo”, Huaraz-Perú.

Alvitez, F., Ramírez, M. (2013), *Relación entre el programa de compensación e incentivos y la motivación en los empleados de la empresa del grupo Almer.* (Tesis para obtener el título de licenciado en administración) Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo-Perú.

Amorós, E. (2007) *Comportamiento organizacional: En busca del desarrollo de ventajas.* [www. Eumed.net/libros/2007a/231/](http://www.Eumed.net/libros/2007a/231/)

Bartle, P. PhD. (2011) *La naturaleza de la supervisión y la evaluación.* Recuperado de [Http://cec.vcn.bc.ca/mofc/modules/mon-wht.htm](http://cec.vcn.bc.ca/mofc/modules/mon-wht.htm).

Cerna, M. y Celedonio, Y. (2014) *La teoría motivacional de los dos factores de Herzberg y el desempeño laboral de los trabajadores en los hoteles de tres estrellas en la ciudad de Huaraz 2013.* (Tesis para optar el título profesional de licenciado en turismo) Universidad Nacional “Santiago Antúnez de Mayolo”. Huaraz- Perú.

Chiavenato, I. (2011) *Administración de recursos humanos*, McGraw-Hill/Interamericana Editores. (9ª Ed.)

Chiavenato, I. (2006) *Introducción a la teoría general de la administración.* 7ed. Colombia: Ed. McGraw Hill.

Cuatrecasas, L. (2010) *Gestión integral de la calidad. implantación, control y certificación.* Barcelona. España. Profit Editorial, 2010 (www.profiteditorial.com)

Definición ABC. (2014) *Definición de peluquería.* Recuperado el 20/01/2015: <http://www.definicionabc.com/general/peluqueria.php>

Delgado, M. y Di Antonio (2010) *La motivación laboral y su incidencia en el desempeño organizacional.* (Tesis de grado de licenciada en educación) Universidad Central de Venezuela.

González, S. (2013) *Gestión del desempeño y motivación de los trabajadores de una empresa automotriz. San Martín Emprendedor. Volumen 5, (numero 1) Pg. 14-37*

Guerzoni, F. (2014) *Tips para elegir el salón de belleza perfecto para ti.* Recuperado el 20/01/2015: <http://www.que.es/moda/estilo/201410300800-tips-para-elegir-salón-belleza-cont.html>.

- Hellriegel, D. y Slocum, J., (2009) *Comportamiento organizacional*. México: Cengage Learning Editores. (12ª Ed.)
- Heras, I.; Cilleruelo, E. y Iradi, J. (2008) *ISO 9001 and residential homes for the elderly: a Delphi study*. *Managerial Auditing Journal*, vol.17. (Nº11)
- JCprofesional. (2014) *La importancia de acudir a un salón de belleza*. Recuperado el 20/01/2015: <https://productosestetica.wordpress.com/2014/04/08/la-importancia-de-acudir-a-un-salón-de-belleza/>
- Koontz, H.; Wehrich, H. y Cannice, M. (2012) *Administración una perspectiva global y empresarial*: McGraw-Hill Interamericana (14ªEd)
- La voz. (2011) *¿cuánto dinero gana los dueños de los salones de belleza?* Recuperado el 22/01/2015: <http://pyme.lavoztx.com/cunto-dinero-ganan-los-dueos-de-los-salones-de-belleza-5000.html>
- La Voz. (2012) *¿Cuál es la clave para un buen negocio de Salón y spa?* Recuperado el 22/01/2015: <http://pyme.lavoztx.com/cul-es-la-clave-para-un-buen-negocio-de-saln-y-spa-10321.html>
- Mondy, R. Wayne. (2010) *Administración de recursos humanos*. México: Pearson (11ª ed.)
- Muchinsky, p. (2000) *Psicología aplicada al trabajo*. Madrid: Thomas Learning Editores/Paraninfo.
- Pérez, M. (2010) *Diccionario de Administración*. Lima: San Marcos (6ª Ed.)
- Porret, M. (2010) *Gestión de personas: manual para la gestión del capital humano en las organizaciones*. Madrid: ESIC Editorial.
- Robbins, S. (2005) *Comportamiento organizacional*. México: Pearson- Prentice AlderferHall.
- Robbins, S. y Decenzo, D. (2008) *Supervisión*. México: Pearson Educación (5ª Ed)
- Robbins, S. y Judge, T. (2009) *Comportamiento organizacional*. México: Pearson Educación. (13ª Ed)
- Sánchez, B. (2014) *Las MYPE en Perú, su importancia y propuesta tributaria*. Recuperado el 20/01/2015: <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/quipukamayoc/2006/primer/a13.pdf>
- Socorro, f. (2006) *Estabilidad laboral: otro paradigma que cambia*. Documento electrónico disponible en: www.gerencialrrhh.com

- SUNAT. (2014) *Definición de la micro y pequeña empresa*. Recuperado el 20/01/2015:<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/MYPE/define-microPequenaEmpresa.html>
- Werther, W. y Davis, K. (2008) *Administración de los recursos humanos: el capital humano de las empresas*. México: McGraw-Hill.
- Zavala, O. (2014) *Motivación y satisfacción laboral en el centro de servicios compartidos de una empresa embotelladora de bebidas*. (Tesis de maestro en administración) Instituto Politécnico Nacional, México.
- Zarzosa, C. (2010) *La teoría de la motivación e higiene de Herzberg y la satisfacción laboral de los trabajadores en la municipalidad de Huaraz-2010*. (Tesis para optar el título de licenciado en administración) Universidad nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Huaraz- Perú.

Anexos

Anexo 1

Directorio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza

ÍTEM S	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCIÓN	Numero de RUC	TAMAÑO DE LA EMPRESA
01	SALÓN DE BELLEZA BAZAR PAQUITA	AV. AGUSTÍN GAMARRA 680 - SOLEDAD BAJA	10414358301	Micro
02	PELUQUERÍA - SPA"JULIAN FASHION".	JR. SAN MARTIN S/N	10442017561	Micro
03	MULTISERVICIOS TU STYLO	PJ. SAN MARTIN 415	10438564565	Micro
04	PELUQUERÍA Y TRATAMIENTO DE BELLEZA.	PJ. SAN MARTIN 466 HUARUPAMPA.	15457825061	Micro
04	PELUQUERÍA UNISEX EDGARS	JR. SAN MARTÍN 621	10418474691	Micro
05	PELUQUERÍA DANIEL S	JR. SAN MARTÍN 522- HUARUPAMPA	10316749777	Micro
06	PELUQUERÍA CHARITOS	JULIÁN DE MORALES 411	10411512261	Micro
07	PELUQUERÍA TONIS	MALECÓN NORTE RIO QUILLCAY	10316591944	Micro
08	PELUQUERÍA MARÍA DEL CIELO	JR. JOSÉ DE LA MAR 430	10316720035	Micro
09	PELUQUERÍA LA JUVENTUD	JR. AMADEO FIGUEROA 1268	10316271265	Micro
11	PELUQUERÍA UNISEX EVANS	JR. 27 DE NOVIEMBRE 685- HUARUPAMPA	10333412085	Micro
12	IMÁGENES SALÓN	AVENIDA 28 DE JULIO 448- HUARUPAMPA	17201376068	Micro

Población: 12 MYPES del sector servicio rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza

Encuestados: 58 trabajadores peluqueros/a de las peluquerías elegidas del distrito de huaras- categorías micro empresas.

Fuente: SUNAT Huaraz / mesa de partes-2014

Anexo 02

Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO ACADÉMICO METODOLOGÍA DE LA
INVESTIGACIÓN –CADI

CUESTIONARIO APLICADO A LOS TRABAJADORES DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO-RUBRO PELUQUERÍAS Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA EN EL DISTRITO DE HUARAZ.

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las MYPES del sector y rubro anteriormente indicado, la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado.

CARACTERIZACIÓN DE LA MOTIVACIÓN LABORAL BAJO EL ENFOQUE DE HERZBERG EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS-RUBRO PELUQUERÍAS OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA EN EL DISTRITO DE HUARAZ, 2015

La información que usted proporciona será utilizada con fines académicos y de investigación

Instrucciones: Con una (X) se está totalmente en desacuerdo o está totalmente de acuerdo, en la siguiente escala:

1. totalmente en desacuerdo	2. en desacuerdo	3. ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. de acuerdo	5. totalmente de acuerdo
------------------------------------	-------------------------	--	----------------------	---------------------------------

DATOS GENERALES		
1 edadaños cumplidos	3. estado civil a.- soltero (a) b.- casado (a)	5.- cargo que desempeña. a.- gerente b.- trabajador
2. sexo a.- masculino b.- femenino	4.- grado de instrucción a.- secundaria completa b.- superior no universitaria	6. tiempo de servicio a.- 3 meses-1 año c) 3años- 5 años b.- 1año-3 año

ÍTEMS		Puntuación				
1	La empresa da a conocer y aplica adecuadamente sus reglas y políticas	1	2	3	4	5

2	Se siente bien con respecto a la relación con sus compañeros de trabajo	1	2	3	4	5
3	Se encuentra conforme con la supervisión que realizan sus jefes en la empresa	1	2	3	4	5
4	El sueldo mensual que percibe le parece aceptable	1	2	3	4	5
5	Siente que tiene un trabajo estable el cual le brinda seguridad	1	2	3	4	5
6	Recibe todas las herramientas e implementos necesarios para realizar su trabajo	1	2	3	4	5
7	Siente logro y reconocimiento al ver el resultado de su trabajo	1	2	3	4	5
8	Siente que ha crecido personalmente con su trabajo	1	2	3	4	5
9	Tiene la oportunidad de generar iniciativa y tomar sus propias decisiones en su trabajo	1	2	3	4	5
10	Su trabajo le presenta nuevos retos de forma permanente	1	2	3	4	5
11	Está satisfecho con la información que su jefe imparte acerca del resultado de su trabajo	1	2	3	4	5
12	Siente que le asignan responsabilidad propia para desarrollar sus actividades	1	2	3	4	5

Anexo 3

Presupuesto

N°	BIENES	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
01	Papel bond 75 gr. A4	Millar	1	20.00	20.00
02	Lapiceros	Unidades	14	0.50	7.00
03	Lápiz 2B	Unidades	14	1.50	21.00
04	Resaltador	Unidades	2	3.50	7.00
05	Borrador Blanco	Unidades	8	2.00	16.00
06	Corrector Líquido	Unidades	3	4.00	12.00
07	Folder manilo A4	Unidades	20	0.50	10.00
08	Clips	Caja	1	2.00	2.00
09	Engrapador	Unidad	1	15.00	15.00
10	Perforador	Unidad	1	15.00	15.00
11	Grapas	Caja	2	5.00	10.00
12	Saca grapas	Unidad	1	5.00	5.00
13	CD.RW/PRINCO	Unidad	5	1.00	5.00
	Memoria USB	Unidad	1	30.00	30.00
SUB TOTAL					175.00

N°	SERVICIOS	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
1	Digitado e impresión	Unidades	300	0.50	150.00
2	Fotocopias	Unidades	1000	0.10	100.00
3	Anillados	Unidades	1	3.00	3.00
4	Empastados	Unidades	4	25.00	100.00
5	Alquiler de Internet	Hora	100	1.00	100.00
6	Pago a especialista	Persona	01	500.00	500.00
7	Pago estadístico	Persona	01	500.00	500.00
SUB TOTAL					1 453.00