



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y EL LIDERAZGO EN
LAS MYPE RUBRO ZAPATERÍAS DEL
MERCADO MODELO DE PIURA, AÑO 2019**

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

AUTORA:

YANGUA SAAVEDRA DIANA KATERINE

ORCID: 0000-0001-5385-6820

ASESORA:

PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA - PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Yangua Saavedra, Diana Katerine

ORCID: 0000-0001-5385-6820

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

ASESOR

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650_4322

Miembro

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios por bendecir y guiar mi vida, a mis padres por su apoyo y fortaleza y a los empresarios MYPE por brindar una valiosa información haciendo posible el desarrollo de esta investigación.

DEDICATORIA

A mi hija quien es mi motor y mi mayor inspiración para progresar y ser mejor persona cada día.

A mi esposo por su apoyo constante ya que, a través de su paciencia, amor y comprensión me acompañó en el desarrollo de esta meta.

A mi querida universidad y todos los que la conforman por permitirme concluir una etapa más de mi vida, por la orientación y guía en el desarrollo de esta investigación.

RESUMEN

La presente investigación estableció como objetivo general describir las características de la gestión de calidad y el liderazgo en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019. así como objetivos específicos (a) determinar los beneficios de la calidad de atención en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019; (b) conocer la importancia de los principios de Gestión de Calidad en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019; (c) determinar los comportamientos del Liderazgo en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019; (d) identificar los atributos de Liderazgo de las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019. Se empleó la metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativa, diseño no experimental y corte transversal. Las MYPE objeto de estudio se conforman por 7 micro y pequeñas empresas. Para la variable gestión de calidad la población es infinita teniendo como muestra a 384 clientes y con respecto a la variable liderazgo la población es finita contando con 18 colaboradores. La técnica que se aplicó fue la encuesta y como instrumento el cuestionario a las cuales se obtuvieron resultados relevantes como: que el 78,6 % de clientes encuestados indicaron que no percibieron una atención de calidad en las zapaterías del mercado central de Piura, el 66,7 % de clientes indicaron que el colaborador debe mostrar compromiso al momento de la atención, el 66,7 de colaboradores indican que el nivel de empuje motivador que perciben es regular y el 66,7 indicaron que su líder tiene un nivel regular en el manejo de emociones.

Palabras clave: Gestión de calidad, liderazgo.

ABSTRACT

This research had as a general objective to describe the characteristics of quality management and leadership in the MYPE shoe stores in Piura Model Market, during 2019, as well as four specific objectives (a) to determine the benefits of quality of customer service in the MYPE Shoe store in Piura Model Market, during the year 2019; (b) know the importance of the Quality Management principles in the MYPE shoe stores in Piura Model Market, year 2019; (c) determine the Leadership behaviors in the MYPE shoe stores in the Piura model market, year 2019, and (d) identify the Leadership attributes of the MYPE shoe stores in the Piura Model Market, during the year 2019. A quantitative type, non-experimental design and cross-section descriptive level methodology was used. The MYPEs under study are made up of 7 micro and small businesses. For the quality management variable, the population is infinite, with 384 clients as a sample, and regarding the leadership variable, the population is finite with 18 employees. The technique applied was the survey, and a questionnaire was used as an instrument from which relevant results were obtained such as: that 78.6% of customers surveyed mentioned that they did not receive quality customer service in the shoe stores of the Central Market of Piura, 66, 7% of customers indicated that the employee must show commitment when providing customer service, 66.7 employees indicated that the level of motivational thrust they perceive is regular and 66.7 stated that their leader has a regular level in Emotion management.

Keywords: Quality Management, Leadership

CONTENIDO

AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN.....	vi
ASTRAC.....	vii
CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	8
2.1. Antecedentes	8
2.2. Bases teóricas.....	23
2.2.1. Teoría de Gestión de calidad.....	23
2.2.1.1. Evolución del concepto de calidad.....	23
2.2.1.2. Los grandes gurús de la calidad.....	25
2.2.1.3. La calidad y su gestión.....	27
2.2.1.4. Características determinantes de la gestión de calidad.....	27
2.2.1.5. Costes de la calidad y de la no calidad.....	29
2.2.1.6. El control de calidad.....	30
2.2.1.7. Calidad de atención	31
2.2.1.8. Beneficios de la atención de calidad	32
2.2.1.9. Principios de la gestión de calidad	33
2.2.2. Teoría del liderazgo.....	37
2.2.2.1. Comportamientos del liderazgo.....	39
2.2.2.2. Atributos del liderazgo.....	42
2.2.2.3. Ética y liderazgo empresarial.....	45

III. HOPÓTESIS.....	48
IV. METOLOGÍA.....	49
4.1. Diseño de la investigación.....	49
4.2 Población y muestra.....	49
4.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	53
4.4. Técnicas e instrumentos.....	55
4.5. Plan de análisis.....	55
4.6. Matriz de consistencia.....	56
4.7. Principios éticos.....	57
V. RESULTADOS.....	58
5.1. Resultados.....	58
5.2. Análisis de resultados.....	86
VI. CONCLUSIONES.....	106
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	108
Bibliografía.....	108
Cuestionario.....	112
Prueba piloto.....	119
Libro de códigos.....	122
Evidencia Turnitin.....	137
Matriz de preguntas.....	138
Constancia de no adeudo.....	142
Consulta RENIEC ruc.....	143

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Matriz de operacionalización de las variables.....	53
Tabla 02: Matriz de consistencia	56
Tabla 03: ¿Considera usted que las veces que frecuenta las zapaterías del mercado central de Piura se le brinda un servicio de calidad?.....	59
Tabla 04: ¿Considera usted que los productos complementarios que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura determinan la decisión de compra del producto principal?.....	60
Tabla 05: ¿Las veces que ha frecuentado las zapaterías del mercado central de Piura su experiencia de satisfacción le ha permitido recomendar a otros clientes?.....	61
Tabla 06: ¿Considera usted que el clima en el que se desenvuelve el personal de las zapaterías del mercado central de Piura refleja atención personalizada y de calidad?.....	62
Tabla 07: ¿Considera usted que las veces que ha presentado un reclamo y/o queja la zapatería tomó una alternativa de solución óptima?.....	63
Tabla 08: ¿Considera usted que al percibir una buena atención y un precio accesible del producto esto facilita su decisión compra?.....	64
Tabla 09: ¿Considera usted que los medios de comunicación que emplean las zapaterías del mercado central de Piura para promocionar sus productos son estratégicos?.....	65
Tabla 10 ¿Considera usted que una buena atención es el reflejo de colaboradores entrenados y capacitados en el área respectiva?.....	66
Tabla 11: ¿Considera usted que la ubicación estratégica de las zapaterías del mercado	

central Piura aporta a una ventaja competitiva?.....	67
Tabla 12: ¿Considera usted que ha recibido una buena orientación antes de efectuar la compra?.....	68
Tabla 13: ¿Considera usted que el colaborador debe mostrar compromiso al momento de la atención?.....	69
Tabla 14: ¿Verifica usted que la ubicación y distribución de los productos de calzado que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura le permiten realizar su compra en el momento esperado?.....	70
Tabla 15: ¿Considera usted que en las zapaterías del mercado central de Piura le ofrecen algún tipo de cupón de descuento para su siguiente compra?.....	71
Tabla 16: ¿las zapaterías le ofrecen variedad, moda, calidad y precios para decidir por su compra final?.....	72
Tabla 17 ¿Considera usted que su jefe le brinda un empuje motivador para mejorar su desempeño?.....	73
En la Tabla 19: ¿Cómo califica usted la motivación inspiracional que recibe de su líder?.....	74
Tabla 19: ¿Considera usted que su jefe le otorga todas las facultades que requiere para realizar sus obligaciones?.....	75
Tabla 20 ¿Cómo califica usted la iniciativa de su jefe de premiar su buen desempeño?.....	76
Tabla 21: ¿Considera usted que su actual jefe realiza un procedimiento óptimo para castigar alguna acción no favorable de su desempeño?.....	77

Tabla 22: ¿Cómo evalúa usted la iniciativa de brindar plena autonomía a los trabajadores?.....	78
Tabla 23 ¿Cómo califica usted su desempeño y actitud por parte de su jefe reflejada hacia los colaboradores?.....	79
Tabla 24: ¿Califique usted que la confianza brindada por parte de su jefe influye positivamente en su desempeño?.....	80
Tabla 25: ¿Cómo evalúa usted el hecho de que su jefe actual encamine a sus colaboradores a ser capaces de tomar sus propias decisiones?.....	81
Tabla 26: ¿Califique usted el nivel en el que su jefe demuestra habilidades y destrezas en el manejo de emociones?.....	82
Tabla 27: ¿Califique usted el nivel en el que su jefe reconoce y desarrolla el talento humano de sus colaboradores?.....	83
Tabla 28: ¿Cómo califica usted el hecho de que su jefe cuente con la capacidad de procesar información para facilitar la capacitación?.....	84
Tabla 29: Califique usted el nivel de comunicación por parte de su jefe hacia los colaboradores.....	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 03: ¿Considera usted que las veces que frecuenta las zapaterías del mercado central de Piura se le brinda un servicio de calidad?.....	59
Gráfico 04: ¿Considera usted que los productos complementarios que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura determinan la decisión de compra del producto principal?.....	60
Gráfico 05: ¿Las veces que ha frecuentado las zapaterías del mercado central de Piura su experiencia de satisfacción le ha permitido recomendar a otros clientes?.....	61
Gráfico 06: ¿Considera usted que el clima en el que se desenvuelve el personal de las zapaterías del mercado central de Piura refleja atención personalizada y de calidad?.....	62
Gráfico 07: ¿Considera usted que las veces que ha presentado un reclamo y/o queja la zapatería tomó una alternativa de solución óptima?.....	63
Gráfico 08: ¿Considera usted que al percibir una buena atención y un precio accesible del producto esto facilita su decisión compra?.....	64
Gráfico 09: ¿Considera usted que los medios de comunicación que emplean las zapaterías del mercado central de Piura para promocionar sus productos son estratégicos?.....	65
Gráfico 10 ¿Considera usted que una buena atención es el reflejo de colaboradores entrenados y capacitados en el área respectiva?.....	66

Gráfico11: ¿Considera usted que la ubicación estratégica de las zapaterías del mercado central Piura aporta a una ventaja competitiva?.....	67
Gráfico12: ¿Considera usted que ha recibido una buena orientación antes de efectuar la compra?.....	68
Gráfico 13:¿Considera usted que el colaborador debe mostrar compromiso al momento de la atención?.....	69
Gráfico 14: ¿Verifica usted que la ubicación y distribución de los productos de calzado que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura le permiten realizar su compra en el momento esperado?.....	70
Gráfico 15: ¿Considera usted que en las zapaterías del mercado central de Piura le ofrecen algún tipo de cupón de descuento para su siguiente compra?.....	71
Gráfico16:¿las zapaterías le ofrecen variedad, moda, calidad y precios para decidir por su compra final?.....	72
Gráfico 17 ¿Considera usted que su jefe le brinda un empuje motivador para mejorar su desempeño?.....	73
Gráfico 19: ¿Cómo califica usted la motivación inspiracional que recibe de su líder?.....	74
Gráfico 19: ¿Considera usted que su jefe le otorga todas las facultades que requiere para realizar sus obligaciones?.....	75
Gráfico 20 ¿Cómo califica usted la iniciativa de su jefe de premiar su buen desempeño?.....	76

Gráfico 21: ¿Considera usted que su actual jefe realiza un procedimiento óptimo para castigar alguna acción no favorable de su desempeño?.....	77
Gráfico 22: ¿Cómo evalúa usted la iniciativa de brindar plena autonomía a los trabajadores?.....	78
Gráfico 23 ¿Cómo califica usted su desempeño y actitud por parte de su jefe reflejada hacia los colaboradores?.....	79
Gráfico 24: ¿Califique usted que la confianza brindada por parte de su jefe influye positivamente en su desempeño?.....	80
Gráfico 25: ¿Cómo evalúa usted el hecho de que su jefe actual encamine a sus colaboradores a ser capaces de tomar sus propias decisiones?.....	81
Gráfico 26: ¿Califique usted el nivel en el que su jefe demuestra habilidades y destrezas en el manejo de emociones?.....	82
Gráfico27: ¿Califique usted el nivel en el que su jefe reconoce y desarrolla el talento humano de sus colaboradores?.....	83
Gráfico28: ¿Cómo califica usted el hecho de que su jefe cuente con la capacidad de procesar información para facilitar la capacitación?.....	84
Gráfico 29: Califique usted el nivel de comunicación por parte de su jefe hacia los colaboradores.....	85

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 01: Relación de MYPE.....	50
Cuadro 02: Características demográficas.....	58
Cuadro 03: Consultas RUC MYPES “zapaterías del mercado central de Piura “Zapatería Venus.....	140
Cuadro 04: Distribuidora Saavedra.....	141
Cuadro 05: Centro de calzado Dany.....	142
Cuadro 06: Negocios Molina.....	143
Cuadro 07: Comercial Calza Norte.....	144
Cuadro 08: Negocios Audaz S.R.L.....	145
Cuadro 09: Comercial Martha.....	146

I. INTRODUCCIÓN

La investigación presentada a continuación busca realizar una evaluación de la situación en que se encuentran las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) en la Región Piura (Perú), teniendo como data que Piura es una de las tres regiones más importantes del Perú después de Arequipa y La Libertad. La región concentra el 5,9% de la población, el 4,2% de la producción y el 5,6% de las exportaciones. Es una economía diversificada donde destaca la actividad agroindustrial, siendo el primer productor nacional de uva, mango y limón. Adicionalmente, Piura produce pota, fosfatos y petróleo. (MINCETUR.GOB.PE,2017).

Del mismo modo la región Piura se caracteriza por tener una gran actividad comercial, movida principalmente por las MYPES; por lo tanto, son las que están generando más puestos de trabajo. Entre sus fortalezas están: capacidad de liderazgo y de asumir nuevos retos, deseo de salir adelante, son amantes del riesgo, muy emprendedoras. Debilidades: el actuar en la informalidad, dejarse llevar por terceras personas que muchas veces no son las más idóneas, la desorganización; sin embargo, pese a las dificultades, muchos se esfuerzan y pueden salir adelante gracias a su gran creatividad y a su voluntad de querer hacer bien las cosas. (Udep, 2017).

Según el aspecto económico los propietarios MYPE se rigen a diferentes normas entre las que menciona la Organización Internacional del trabajo (OIT), en su último reporte indicando que las micro y pequeñas empresas (MYPE) son el motor de crecimiento del empleo en Latinoamérica, además de dio a conocer que aún hay dificultades para la formalización total de estas. Las MYPE, como las denomina la

OIT, generan el 47% de los empleos de la región y, si se añaden los trabajadores por cuenta propia, suman el 75% del total. En el Perú existen 2 millones 332 mil 218 de empresas de las cuales más del 95% están en el régimen MYPE. De acuerdo con el reporte anual Doing Business del Banco Mundial (2019), Perú ocupó el puesto 51 de 190 economías en el pilar protección de los inversionistas minoritarios.

Considerando el aspecto político legal en el Perú la micro y pequeña empresa (MYPE), es aquella reconocida como tal mediante Ley N° 30056, publicada en el año 2008, esta describe primero a unidades micro empresariales que registran ventas anuales hasta de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT's); y luego a las pequeñas empresas, que registran ventas hasta de 1700 UIT's (Económica, 2017).

Las MYPES cumplen un rol fundamental, su aporte produciendo u ofertando bienes y servicios, adquiriendo y vendiendo productos o añadiéndoles valor agregado constituye un elemento determinante en la actividad económica y generación de empleo, pero carecen de capacitación, poca gestión de negocios, falta de capital de trabajo por elevado financiamiento de crédito, poca asistencia técnica, y la informalidad.

Bajo este panorama, es indispensable que el gobierno, ministerios e instituciones involucrados accionen una agresiva política para promocionar las MYPES efectuándose coordinaciones con el sector privado para introducir las en la actividad exportadora y buscar cómo aprovechar las oportunidades que generan los TLC (tenemos 20 acuerdos con 50 países), además, brindándoles financiamientos de crédito competitivos y accesibles, implementando comités locales y regionales

orientadores para su formalización, constitución, organización y gestión que coadyuven a mejorar su calidad, productividad y competitividad. (Palacios, 2018).

Agregando detalles de su tributación los trabajadores del régimen especial tienen derecho a percibir por lo menos la remuneración mínima vital (actualmente, S/. 930.00), de conformidad con la Constitución y demás normas legales vigentes. La jornada de trabajo de los trabajadores de las MYPE es de ocho (08) horas diarias o cuarenta y ocho (48) semanales, al igual que el régimen laboral común. Sin embargo, en los centros de trabajo cuya jornada laboral se desarrolle habitualmente en horario nocturno, no se aplicará la sobretasa del 35% de la remuneración vital prevista para el régimen común.

En 2017, la presencia de “El Niño Costero” afectó severamente a Piura, reduciendo la producción más de 2% en el primer semestre. Pese a ello, las exportaciones crecieron 18% en este periodo, recuperándose de la caída de 7% sufrida en 2016. Según información de la SUNAT, en el primer semestre 2017, Piura exportó bienes por más de mil millones de dólares. (MINCETUR.GOB.PE,2017)

Piura cuenta con dos aeropuertos (Piura y Talara); tres puertos (Paita, Talara y Bayóvar) que completan la infraestructura que sirve de plataforma para su desarrollo económico y vinculación a los principales mercados donde exporta una gran variedad de productos; además de 9 desembarcaderos pesqueros artesanales ubicados en las principales caletas del litoral. (CEPLAN.GOB.PE,2018).

La inversión privada permite generar más fuentes de empleo a esto se suma la iniciativa de la Municipalidad de Piura de ejecutar una operación para enfrentar la informalidad y recuperar vías públicas en los alrededores de la red del mercado Modelo. Pues este centro de abastos se compone por diversidad de emprendedores MYPE que no se alinean a trabajar de manera formal trayendo consigo inseguridad, y caos.

La producción manufacturera mantiene una tendencia positiva. Las importaciones de calzado en este período registraron un incremento de 7.7% en pares de calzado, y las exportaciones fueron en aumento, por lo que registraron un avance significativo de 85%.

La producción anual de los pequeños empresarios llega a los diez millones de pares anuales, entre calzado de cuero y hecho con material plástico. Además, se cuentan las más de 100 empresas dedicadas a la curtiembre del cuero, algunas formales y otras informales, con familias enteras que por años se dedican a procesar de manera artesanal el cuero. (Diario el Correo 2016).

A nivel de microambiente las MYPE afrontan dificultades debido a la falta de conocimiento del mercado, falta de una organización interna, falta de una producción planificada, mala distribución del trabajo, contabilidad deficiente, falta de Innovación tecnológica, falta de financiamiento, falta de una correcta planificación en las compras. (PQS.PE,2019)

El fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas depende, principalmente, de quien las dirige y toma las decisiones. Por ello, el microempresario debe conocer su

oficio y, además, aprender a realizar una buena gestión. Esta inicia en la negociación con los proveedores, donde se debe establecer la cantidad a comprar, el plazo y lugar de entrega, la forma de pago, el transporte de mercadería; es muy importante que conozca todo esto, pues forma parte de sus costos.

Además, debe conocer el proceso de distribución y almacenamiento, la estratégica ubicación de los productos, para acceder rápidamente a ellos; y el control de los mismos, para mantener un orden su uso. Todo ello permitirá mejorar la atención al cliente, haciéndola más rápida y oportuna. Asimismo, debe conocer los costos y gastos de operación del negocio para determinar si el precio del producto le otorga un margen de ganancia; y saber qué productos son de mayor rotación y cuáles son los más rentables para establecer algún tipo de promoción dentro de la empresa. Lamentablemente en las MYPES piuranas no se aplican estos procedimientos por lo que debilita su capacidad de competir frente a las grandes empresas. (UDEP,2018).

De acuerdo a la situación antes caracterizada, se puede enunciar el problema como: ¿Qué características tiene la gestión de calidad y el liderazgo en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019?

Teniendo como objetivo general establecido: “Describir las características de la gestión de calidad y el liderazgo en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019”. Mientras que los objetivos específicos son: (a) determinar los beneficios de la calidad de atención en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019; (b) conocer la importancia de los principios de Gestión de Calidad en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019; (c) determinar

los comportamientos del Liderazgo en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019; (d) Identificar los atributos de Liderazgo de las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019. Por todo lo expuesto la presente investigación se justifica porque se desarrolla con el propósito de determinar las características de las MYPE del rubro calzado y del liderazgo que ejerce su personal con el fin de identificarlas para que posteriormente las MYPE cuenten con las herramientas estratégicas necesarias para tener la capacidad de formular y ejecutar estrategias para su propio beneficio ya que con esta investigación se lograra conocer para luego pronosticar y finalmente concretar un diagnóstico y que a la vez sea referencia para futuras investigaciones.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI,2018) en el Perú existen 2 millones 332 mil 218 de empresas de las cuales más del 95% están en el régimen MYPE. De acuerdo con el reporte anual Doing Business del Banco Mundial (2019), el Perú ocupó el puesto 51 de 190 economías en el pilar protección de los inversionistas minoritarios.

Además según la Sociedad de Comercio Exterior (Comex Perú) de las 5.9 millones de MYPES existentes en 2017 únicamente 7,400 (0.12%) son exportadoras que representan solo 1.8% del total de las exportaciones, esta situación es advertida también por la Asociación de Exportadores (Ápex), en el primer semestre 2018 han dejado de exportar 1,480 MYPES (1,337 microempresas y 143 pequeñas) demostrándose la debilidad de este sector, además, a pesar que brindan trabajo a 8.2

millones de personas (principalmente en comercio, servicios, producción y extracción), es grave su extrema informalidad (83.5% en 2017). (Palacios, 2018).

Para estar de la mano con el crecimiento económico del departamento de Piura las MYPE del rubro zapaterías deben alinearse para lograr sus objetivos y con ello contribuir con el desarrollo del país. El potencial que tiene Piura, en la agroindustria, pesca y el turismo, es importante para el desarrollo de la región, pero requiere del compromiso del Gobierno, la empresa y las universidades que lo impulsen.

Esta investigación se realiza bajo los nuevos enfoques de la nueva Ley Universitaria 30220 y SUNEDU, siguiendo las pautas establecidas, respetando las normas y con visión a obtener el título profesional.

Por otro lado, también la presente investigación se justifica desde la perspectiva metodológica porque en el presente trabajo de investigación se trabajará con metodología científica, se acudió a las principales fuentes de información para obtener precisión de datos, del mismo modo se ha determinado el tamaño de la población y muestra y como instrumento se ha elaborado un cuestionario para la data de la información.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Zavala (2017) realizó una investigación denominada “Comercialización de calzado personalizado para damas localizado en la ciudad de Guayaquil” de la Universidad de Guayaquil – Ecuador. En su metodología, utilizó el tipo de investigación descriptivo. Siendo su objetivo determinar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de calzado personalizado en la ciudad de Guayaquil. Se concluye, que el proyecto es factible en base a los resultados obtenidos en la investigación, el calzado personalizado elaborado a base de zapan prevé una aceptación del 81% de posibilidad de compra por parte de la población encuestada dentro de la ciudad de Guayaquil.

La utilización de medios interactivos como la página web y las redes sociales como canal de compra, y ofrecer productos complementarios tiene gran aceptación por parte de nuestro mercado meta que son los consumidores de la era milleniuns al estar estos sumergidos en todo lo referente a lo digital y la moda. En el análisis financiero proyectado a 5 años se observa el éxito en la rentabilidad con un porcentaje positivo del van de \$125.005,92 y la tasa interna de retorno con el 77% por encima del costo del costo del capital reflejando así la viabilidad del proyecto.

Montero (2015) realizó una investigación denominada “Formulación del diseño de propuesta del sistema de Gestión de Calidad, bajo la norma iso 9001:2008, para calzado “La casa del Pantanero” de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca de Ecuador. Utilizando metodología científica, teniendo como objetivo identificar las necesidades y requerimientos del cliente bajo la norma iso 9001:2008,

para calzado “La casa del Pantanero” tomando como conclusiones que “La casa del Pantanero” con la elaboración de la siguiente tesis, dispone ahora de un modelo de gestión de calidad para los diferentes procesos de la organización conforme a los estándares contenidos en la norma ISO 9001:2008.

León (2015) realizó una investigación denominada “Sistema de gestión de calidad aplicada a la industria del calzado “en la Universidad Nacional de Autónoma de México. En su metodología, utilizó el tipo de investigación descriptivo y concluyó que, con la implementación de un sistema de gestión de la calidad, cualquier organización puede alcanzar y demostrar un comportamiento productivo, controlado y sostenido que apunte a los más altos estándares de calidad, reduciendo significativamente en más de 50% de los defectos identificados desde la entrada de materia prima hasta el producto final.

Para poner en práctica o implementar un sistema de gestión de la calidad exitoso, se necesita de un amplio conocimiento de la Norma ISO 9001-2008 e información actualizada de los aspectos e impactos sobre la producción de la organización.

La implantación de un sistema de gestión de calidad es importante en cualquier tipo de empresa independiente de su tamaño (microempresa, taller artesanal, pequeña mediana o grande empresa) hay una gran predisposición de la “Casa del Pantanero” para realizar los cambios y mejoras necesarias para tener productos de la más alta calidad.

Urcia (2017) realizó una investigación denominada “Caracterización de la gestión de la calidad y competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías del distrito de Chiclayo, 2016” en Universidad Católica los Ángeles

Chimbote- Chiclayo. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva, diseño no experimental, la cual utilizo como instrumento la encuesta, teniendo como objetivo: Determinar las características de la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías del distrito de Chiclayo, 2016 siendo las conclusiones que las características de La Gestión de la Calidad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías del distrito de Chiclayo, son que tienen claramente establecida su visión, conocen los valores de su negocio, aplican la planificación a las actividades de su negocio, proporcionan capacitación a sus empleados, existe un fomento del trabajo en equipo y de la motivación y están dispuestos a hacer cambios para que su negocio sea más eficiente.

Las características de la Competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías del distrito de Chiclayo, son que el poder de negociación de los proveedores es alto (en cuanto a precios y costos) y el poder de negociación de los clientes es bajo (por que el cliente no tiene opción a rebajar el precio), se tiene en cuenta la rivalidad con la competencia, el posible ingreso de productos sustitutos y la amenaza de nuevos competidores.

Acosta (2017) realizó una investigación denominada “Gestión de Calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016” en Uladech católica Chimbote. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva diseño No experimental transversal teniendo como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016 la cual utilizo como instrumento la encuesta, presentando como conclusiones que El 57,1% de las micro y

pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016 tienen de permanencia en el rubro de 7 años a más y tienen de 6 a 10 trabajadores, el 85,7% son formales, el 64,3% que trabajan en la MYPE son personas no familiares y el 78,6% se crearon con el objetivo de generar ganancias

El 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016 respondieron que tienen cierto conocimiento sobre el término gestión de calidad, el 42,8% conocen la técnica moderna de gestión de calidad de las 62 5s, el 57,1% conocen la técnica para medir el rendimiento del personal mediante la observación, el 100% respondieron que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 71,4% respondieron que la gestión de calidad sí ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización.

Mogrovejo (2018) en su investigación que lleva por título “Propuesta de implementación de un sistema de gestión de la calidad en base a la norma iso 9001:2015 en una empresa de fabricación de calzados de cuero femenino ubicada en Lima metropolitana” en Pontificia Universidad Católica del Perú Lima. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva diseño No experimental transversal la cual utilizo como instrumento la encuesta, tiene como objetivo la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) como herramienta para la mejora de los procesos de una empresa de calzado femenino y con ello, aumentar la satisfacción de sus clientes y la rentabilidad de la empresa. Presentando como conclusiones que El desarrollo del presente trabajo demuestra cómo la implementación de un SGC basado en la norma ISO 9001:2015 mejora y beneficia en diversos factores a la empresa CRELA. Brinda un soporte para cumplir con los objetivos de calidad planteados e

identifica las necesidades de todas las partes interesadas involucradas con la organización. Por ejemplo, al obtener la certificación ISO, mejora su imagen ante los clientes y otorga una ventaja comparativa frente a las demás empresas del mismo rubro, además de garantizar productos y servicios de calidad.

En los procesos de compras y producción, se evidenció un débil control e inspección de las materias primas adquiridas y una falta de organización y estandarización de los procesos. Por ello, para las compras se propusieron formatos de evaluación de proveedores externos y un manual de inspección del cuero obtenido. Para la producción se elaboró un manual de estandarización de los subprocesos productivos y formatos para la especificación y detalle de los calzados. Solucionando las principales falencias de la empresa tales como la falta de uniformidad de los calzados y las compras mal gestionadas.

Guerra (2015) realizó una investigación denominada "El control interno y su incidencia en la gestión de las MYPES ubicadas en el mercado central de Piura". En Universidad nacional de Piura. La metodología utilizada para el presente estudio fue de tipo básica y el nivel de investigación es analítico el diseño de la investigación es no experimental. La cual utilizó como instrumento la encuesta, teniendo como objetivo analizar si las acciones de control interno inciden en el resultado de la gestión empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas ubicadas en el mercado central de Piura presentando como conclusiones que las MYPES ubicadas en el mercado central de Piura no cuentan con todos los requisitos exigidos por ley para su correcto funcionamiento, y muchas de ellas carecen de todos estos requisitos cayendo en la informalidad.

No cuentan con normatividad interna como reglamentos, directivas o procedimientos para realizar sus operaciones, realizándose éstas en la rutina diaria y sin ninguna prevención.

Desconocen y no le han dado importancia a las acciones de control interno que puedan garantizar las existencias y activos fijos sin exponerlos a ningún riesgo.

La mayoría de empresas considera que, de implementarse acciones de control, éstas incidirán favorablemente en la gestión de la empresa.

Varas (2016) en su investigación que lleva por título “Caracterización del financiamiento y la productividad en las MYPE rubro-zapatería del mercado modelo de Piura, año 2016” en Uladech católica de Piura. La metodología utilizada para el presente estudio fue de tipo descriptivo se utilizará el diseño no experimental, la cual utilizó como instrumento la encuesta. Presenta como objetivo determinar las características del financiamiento y la productividad en las MYPE rubro-zapatería del mercado modelo de Piura, año 2016. Teniendo como conclusiones que Respecto al primer objetivo sobre las fuentes de financiamiento se concluye que las MYPE rubro zapatería, preferentemente acceden a préstamos externos, por la rapidez en el sistema no bancario; así mismo algunas de las MYPE en menor cantidad acuden a su financiamiento interno.

La investigación respecto a la composición del financiamiento de las zapaterías del mercado modelo, concluye que estas acuden al financiamiento externo utilizando los servicios no bancarios de las Cajas Municipales en la modalidad de corto plazo, lo que permite lograr sus metas generando mayores utilidades.

Conociendo la productividad de las MYPE se concluye que las claves de mayor relevancia en la productividad son el manejo del tiempo, organización del trabajo, la planificación, centralización en las actividades propias. Respecto a las estrategias productivas son: la capacitación, liderazgo en costos, gestión por resultados, eficacia en la administración de los recursos y la evaluación del rendimiento del personal de forma anual.

Masías (2016) realizó una investigación denominada “Formalización y gestión de calidad de las MYPE comerciales, rubro ropa del mercado central de Talara (Piura), año 2016” en Uladech católica de Piura, la metodología utilizada para el presente estudio fue descriptiva con diseño no experimental teniendo como objetivo identificar los factores que caracterizan a la formalización y gestión de calidad de las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara (Piura), año 2016. presentando como conclusiones que El nivel de formalización de las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara no es completamente alto ya que están conformada de manera independiente, cuentan con varios años dedicadas a este rubro de comercio, por lo que han adquirido experiencia en el servicio de la venta. Están constituidas bajo el régimen simplificado, para ello emiten boletas como comprobantes de pago a sus clientes, para acreditar la venta de sus productos ofrecidos al público en general. Cuentan solo con licencia municipal provisional, no están registradas en la SUNARP, no cuentan con registros de contabilidad porque se encuentran acogidas al Nuevo RUS.

Como efectos que trae la formalización en las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara es tener un registro legal de su empresa, brindando confiabilidad y credibilidad al cliente. La formalización sí les ayuda en el mercado

porque no tienen limitaciones para realizar negocios con otras empresas y así competir para su desarrollo empresarial.

Guzmán (2017) realizó una investigación denominada “El Liderazgo como un eficiente motivador para el desarrollo del talento humano” en la Universidad Autónoma del estado de México, la metodología utilizada para el presente estudio fue hipotético-inductivo el tipo de investigación utilizada fue exploratoria teniendo como objetivo analizar el liderazgo como elemento motivador para desarrollar habilidades que sean útiles para el talento humano dentro de las organizaciones. y presento como conclusiones que la presente tesis tuvo como objetivo comprobar que un líder es un eficiente motivador para el desarrollo del talento humano en las organizaciones. esto quiere decir que podemos tener un mejor desarrollo del personal guiado por una persona que ayude a cumplir los objetivos más rápidamente y eficientemente, pero a la vez tomando en cuenta la opinión de su equipo de trabajo para esas mejoras.

El objetivo de la presente investigación se basó en el liderazgo como elemento motivador para desarrollar habilidades que sean útiles para el talento humano dentro de las organizaciones. ya que siempre resulta útil e importante una persona que guía al cumplimiento de los objetivos, pero escuchando a su equipo de trabajo.

En el problema de investigación fue dado en base a la investigación pasadas obtenidas donde la motivación es muy importante para el desarrollo y aprovechamiento del talento humano y donde es necesario contar con personal con características especiales denominados líderes que ayuden, orienten, controlen, organicen y den atención a un equipo de trabajo dentro de las organizaciones. para comprobar esto, primero se realizó una encuesta de una empresa que tiene un gerente a cargo. se observó que estos grupos

de personas interactúan de manera significativa y positiva con la ayuda de su líder para dar una mejor perspectiva a sus objetivos.

Erráez, Ordoñez (2018) presentó un trabajo de investigación titulado “Evaluación de los sistemas de control de Gestión de la PYMES del Sector del Calzado de la provincia del Azuay periodo 2017-2018” en la universidad de Cuenca de Ecuador, se empleó la metodología descriptivo cuantitativo. El presente proyecto de investigación tiene como objetivo general la evaluación de los sistemas de control de gestión de las PYMES del sector del calzado en la Provincia del Azuay en los cantones de Cuenca, Gualaceo y Chordeleg. determinando como conclusión que se evaluó las áreas que determinan un SCG, que según los resultados de la investigación se corrobora la falta de desarrollo por parte de los gerentes-propietarios en ciertas áreas de planeación estratégica y presupuestaria, recursos humanos, así como la falta de innovación tecnológica lo cual no les permite ser negocios eficientes paralizando el crecimiento de los mismos.

En el área de Recursos Humanos, se logró identificar que existen empresas en las que todas las responsabilidades asume el dueño de los negocio, desde contratar al personal hasta evaluar a los mismo, la falta de innovación y elevados precios lo cual cuando no ha sido favorable, genera problemas en las empresas impidiendo el desarrollo de cada una de las áreas de la empresas que al no poseer el personal adecuado no se gestionan de manera eficiente, situación que de acuerdo a la evaluación hecha hacia los productores de los gremios de Cuenca, Gualaceo y Chordeleg se genera debido a que el 55% de gerentes o propietarios solo tiene educación primaria, lo cual no permite una adecuada gestión del personal, provocando la falta de competitividad en las empresas limitando la productividad de las mismas.

Ochoa (2016) realizó una investigación denominada “La capacitación en liderazgo y su impacto en el estilo de liderazgo transformacional en líderes de la provincia del Azuay” en la Universidad de Cuenca de Ecuador, la metodología utilizada para el presente estudio fue cuantitativo no experimental y el nivel de investigación de este estudio fue correlacional. Tiene por objetivo analizar el impacto del proceso de capacitación en el desarrollo de liderazgo transformacional en los participantes. Presentando como conclusiones que Durante la investigación se han podido entender varios aspectos relacionados con el impacto de la capacitación en liderazgo transformacional y sus implicaciones tanto teóricas como prácticas.

En primer lugar, el análisis estadístico demuestra un incremento significativo de las destrezas y conocimientos de los participantes en liderazgo transformacional tras el proceso de capacitación. En segundo lugar, la capacitación en liderazgo transformacional es efectiva para el incremento de las destrezas y conocimientos transformacionales en un corto plazo

Barrientos Báez (2018) realizó una investigación denominada “Caracterización del Liderazgo y la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de ropa femenina, distrito de Ayacucho, 2018” en Uladech católica de Ayacucho empleando la metodología cuantitativa, diseño no experimental teniendo como objetivo describir las principales características del liderazgo y la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas de venta de ropa femenina en el distrito de Ayacucho, 2018. Presentando como conclusiones que En relación a las características de la inteligencia emocional de las micro y pequeñas empresas, del rubro venta de ropas femeninas en el distrito de Ayacucho, se tiene que el nivel de la inteligencia emocional de los líderes es alta, debido a que el 90% de los líderes tienen el control de

sus emociones, considerando que tienen capacidad de sentir, entender, controlar y modificar los estados anímicos propios y ajenos, son empáticos con sus colaboradores y clientes con lo que consigue mayores beneficios y satisfacción en el trabajo, desarrollando mejores relaciones humanas con su personal y clientes, para los líderes de estas MYPES el control de las emociones es muy importante para hacer el trabajo de la mejor manera.

Con respecto a las características de la comunicación asertiva de las micro y pequeñas empresas, del rubro venta de ropas femeninas en el distrito de Ayacucho, se tiene un nivel alta y positiva, siendo clave para lograr el éxito en la vida, de acuerdo al desarrollo de los indicadores, el 83.3 % de los líderes es estas empresas, consideran que la actitud personal positiva es muy importante para ejercer un buen liderazgo, de la misma forma el respeto por los demás que es un valor digno de practicarlo, mediante la cual se manifiestan las ideas, deseos, opiniones, sentimientos o derechos de manera congruente, clara, directa sin la intención de herir o perjudicar a nadie. Así como retribuir a su buen desempeño

Paredes Morán (2017) realizó una investigación denominada “Habilidades gerenciales en las MYPES de calzado Paredes, Gianpierre y Contiex en el distrito El Porvenir, Trujillo, año 2017” en la Universidad Cesar Vallejo de Trujillo, la metodología utilizada para el presente estudio fue descriptiva: diseño no experimental transversal, teniendo por objetivo determinar la relación que existe entre las habilidades gerenciales y la satisfacción laboral en el personal de la Municipalidad Distrital Sta. Ana de Tusi, 2017. Presentando las siguientes conclusiones: Se identificó el nivel de las habilidades gerenciales en la toma de decisiones encontrándose que la MYPE Paredes posee un nivel alto con un 60% debido a que el

gerente determina las causas de los problemas antes de tomar una decisión; la MYPE Gianpierre posee un nivel medio con un 73.33% y la MYPE Contiex un nivel medio con un 60%, debido a que los gerentes rara vez toman decisiones acertadas ante los problemas.

Se determinó el nivel de las habilidades gerenciales en las MYPES de Calzado Paredes, Gianpierre y Contiex, demostrándose que la empresa de Calzados Paredes posee las habilidades de manejo de conflictos con un nivel alto de 66.67%, motivación con un nivel alto de 66.67% y liderazgo con un nivel alto de 100%; la empresa Gianpierre posee las habilidades de manejo de conflictos con un nivel alto de 80%, motivación con un nivel alto de 60% y Liderazgo con un nivel alto de 86.67% ; la empresa Contiex posee las habilidades de manejo de conflictos con un nivel alto de 80%. motivación con un nivel alto de 53.33% y Liderazgo con un nivel alto de 73.33%, lo cual se contrasta con la hipótesis Las Habilidades Gerenciales más desarrolladas de las MYPES de calzado Paredes, Gianpierre y Contiex son manejo de conflictos, motivación y liderazgo.

Castillo Enríquez (2018) realizó una investigación denominada “Gestión bajo el enfoque de liderazgo en las MYPES del sector servicios rubro empresas de seguridad, distrito Trujillo 2017 y propuesta de mejora” en Uladech católica de Trujillo, la metodología utilizada para el presente estudio fue descriptivo nivel cuantitativo, teniendo como objetivo implementar herramientas de gestión empresarial en las organizaciones. Presentando como conclusiones que La gestión de los gerentes no está basada en el liderazgo en las micro pequeñas empresas del sector servicios rubro empresas de seguridad, en el Distrito Trujillo 2017.

Los gerentes en su mayoría no conocen de Herramientas de Gestión Empresarial como: Benchmarking ,Reingeniería, Calidad total Empowerment, Outsourcing y el downsizing para valerse en el logro de objetivos, en cuanto a su gestión si está enfocada completamente al cliente, que se sienten líderes y que algunas veces integra a todos los colaboradores al momento de dar indicaciones para la mejora de servicios y la forma de motivar que utiliza para que los empleados logren sus metas es brindándoles un ambiente agradable de trabajo.

Los empleados consideran que la gestión de la gerencia si está enfocada al liderazgo, que los líderes si son importantes en la gestión de la empresa, que el tipo de liderazgo que predomina en el sector es el carismático que tiene una influencia en el clima organizacional de la empresa, que la habilidad conceptual es la más desarrollada por los líderes y que los empleados encuestados se siente bastante libre para hablar con los superiores sobre el trabajo que sus supervisores le brindan la motivación necesaria para realizar con éxito su trabajo.

Díaz (2016) realizó una investigación denominada “Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías en el Perú caso: zapatería Alessandro, Piura, 2015” en Uladech católica de Piura la metodología utilizada para el presente estudio fue Cualitativo -Descriptivo- bibliográfico documental y de caso, su objetivo es determinar las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro zapaterías en el Perú y de Zapatería Alessandro, Piura, 2015. Presentando como conclusiones que La investigación determino que Zapatería Alessandro financia su capital de trabajo y activos fijos a través de préstamos a Caja Municipal de Sullana y

al Banco Financiero, quienes brindan apoyo al microempresario, otorgando facilidad en trámites y requisitos.

El crédito obtenido en el año 2015 fue de S/. 100,000.00 otorgado por la Caja Municipal de Sullana, destinado a activo fijo, pactado a devolver en un plazo de 10 años, a una tasa de interés del 16% anual El crédito de S/. 90,000.00 otorgado por el Banco Financiero fue destinado a capital de trabajo, pactado a devolver en 18 meses, pagando una tasa de interés activa del 17.5% (TEA).

Zapatería Alessandro considera bajas las tasas de interés aplicadas por Caja Municipal de Sullana y el Banco Financiero, ya que con estas entidades financieras Zapatería Alessandro inició sus actividades con tasas bastante elevadas y en el transcurso del tiempo, debido al incremento de las Líneas de crédito, fueron otorgándole tasas preferenciales, como las que goza actualmente.

Las fuentes de financiamiento permitieron que Zapatería Alessandro cuente 78 con capital de trabajo y activos fijos, las mismas que han influido favorablemente en su desarrollo, lo que se ve reflejado en la optimización de su gestión y en el crecimiento micro-empresarial, mejorado sus ventas e ingresos.

Medina (2019) realizó una investigación denominada “Caracterización del liderazgo y la competitividad de las MYPE rubro abarrotes mercado de Castilla Piura, año 2019” en Uladech católica de Piura, la metodología utilizada para el presente estudio es cuantitativa diseño de investigación es no experimental teniendo por objetivo identificar las características de la competitividad y el liderazgo en las MYPE, rubro Abarrotes Mercado de Castilla – Piura, Año 2019. Presentando las siguientes conclusiones: De acuerdo al primer objetivo, Indicar los tipos de liderazgo en las

MYPE, rubro Abarrotes Mercado de Castilla-Piura, se obtuvieron resultados que indican que los tipos de liderazgo más practicados en las MYPE investigadas son: El liderazgo participativo, que promueve el diálogo entre los pertenecientes a la organización, siguiendo el Lid. Autoritario, se muestra en el carácter firme del líder para afrontar situaciones difíciles que se presentan en la tienda, el liderazgo delegativo o *laissez faire* permite a los trabajadores tener autonomía en el desempeño de funciones y decisiones, cuando se encuentre ausente el líder; así mismo el liderazgo transaccional que se centra en motivar al grupo de trabajo a realizar sus actividades encomendadas y por último el liderazgo transformacional, éste favorece la preocupación y motivación de los trabajadores dentro de la organización.

Con respecto al segundo objetivo: Conocer las herramientas del liderazgo en las MYPE, rubro Abarrotes Mercado de Castilla-Piura, se encontró que por lo general los encuestados consideran que para mejorar y potenciar su desempeño dentro de su puesto laboral, ellos deben de estar comprometidos e implicados tanto intelectual como emocionalmente con la tienda, tener la capacidad para cumplir con las actividades dentro del tiempo requerido y finalmente sentirse parte de la tienda y ser recompensados por el desempeño óptimo de sus funciones. Estas herramientas permitirán que los trabajadores, se sientan incentivados e involucrados con el crecimiento y desarrollo de la MYPE, como con el cumplimiento de los objetivos a corto y largo plazo que esta tenga.

Moscol (2017) realizó una investigación denominada “Estilos de Liderazgo y Satisfacción Laboral en los Colaboradores de una Empresa Privada de la Ciudad de Piura” en la Universidad César Vallejo de Piura, la metodología utilizada para el presente estudio es cuantitativa diseño transaccional su objetivo es determinar la

relación entre los estilos de liderazgo y satisfacción laboral en los colaboradores de una empresa privada de la ciudad de Piura. Presentando como conclusiones que se determina que no existe correlación significativa entre los estilos de liderazgo y la satisfacción laboral, dado que los valores de sig. Bilateral fueron mayor a ($p > 0.05$.) y que existirían otros factores que estarían influyendo en el grado de satisfacción

Se halló que los estilos de liderazgo Generativo Punitivo, Generativo nutritivo, Racional, Emotivo Libre y Emotivo Indócil tuvieron predominios promedio entre el 30% y 46%, mientras que el estilo Emotivo Dócil tuvo en mayoría una tendencia baja con el 35%.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Teoría de Gestión de calidad

Según Pérez y Gardey (2016) gestión de calidad es el mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren.

2.2.1.1. Evolución del concepto de calidad

Cuatrecasas y Gonzales (2017) indican que el concepto de calidad ha ido evolucionando a lo largo de los años, ampliando objetivos y variando la orientación. Se puede decir que su papel ha adquirido una importancia creciente al evolucionar desde un mero control, inspección a convertirse en uno de los pilares de la estrategia global de la empresa. En sus orígenes, la calidad era costosa porque consistía en rechazar todos los productos defectuosos, lo que representaba un primer coste, y después recuperar de alguna forma dichos productos, si era posible, lo que

representaba otro costo adicional. La calidad era responsabilidad exclusiva del departamento de inspección o calidad.

Posteriormente se comenzaron a aplicar técnicas estadísticas de muestreo para verificar y controlar los productos de salida. Suponía un avance en la inspección de todos los productos de salida.

La calidad es un concepto que ha ido evolucionando en su significado a lo largo de la historia. Con anterioridad a los tiempos recientes en que se ha desarrollado profundamente este concepto, fueron apareciendo algunos otros que pueden considerarse como la “prehistoria” de la calidad y su gestión.

Así, por ejemplo, durante la Revolución Francesa (1794) se crea un Taller Nacional de Calibres cuyo objetivo era lograr la estandarización de las municiones para su empleo en diferentes tipos de fusiles, donde ya se aplicaron conceptos de inspección y control de fabricación. A lo largo de la historia, actividades como esta contribuyeron a la aparición de la idea moderna de calidad, tal como se conoce en la actualidad.

Cuatrecasas y Gonzales (2017) manifiestan que la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) constituyó el detonante fundamental para un notable desarrollo del Control Estadístico de Procesos (SPC), así como el interés general por todos los temas relacionados con la calidad. Durante esta época, importantes maestros de la calidad como Walter E. Deming o Joseph M. Juran desarrollan el programa de gestión de la calidad. También en esa época, Armad V. Feigenbaum comienza a desarrollar un nuevo concepto: “el control de la calidad total”. En él se incluye una gestión de la calidad más extensa que abarca todas las áreas de la empresa y que persigue la

satisfacción plena de los clientes. Se puede considerar el origen de lo que hoy se denomina la Gestión de la Calidad Total (GGT).

Será durante la época de los ochenta cuando la calidad experimenta una evolución en la industria norteamericana, que pasa a considerarse un elemento estratégico fundamental. Philip B. Crosby introdujo el programa de mejora tratando de concienciar a las empresas para que centraran sus esfuerzos en la necesidad de obtener calidad. El objetivo consistía en suprimir gran parte de las inspecciones haciendo las cosas bien desde el principio, es decir, “a la primera”.

2.2.1.2. Los grandes gurús de la calidad

Cuatrecasas y Gonzales (2017) indican que la evolución histórica de la gestión de la calidad ha estado jalonada de desarrollos de sistemas de gestión, herramientas, y técnicas, impulsadas por grandes personajes (gurús) que han sido por ello determinantes en el importante avance que todo ello ha supuesto. Destacaremos especialmente los que siguen:

Walter A. Shewhart: Considerado el padre del Control Estadístico de Procesos (SPC). Fue el primero en realizar estudios sistemáticos sobre la calidad desarrollando métodos estadísticos. Consiguió reducir el porcentaje de defectos en la empresa.

Walter E. Deming: Discípulo de Shewhart y consultor eminente. Profundo conocedor de la estadística. En 1950, la Unión de Ingenieros y Científicos Japoneses le invita a preparar una serie de conferencias sobre el uso de la estadística en el control y mejora de la calidad. Deming caló tan hondo con sus ideas que en su homenaje se estableció en Japón un premio en su honor, el Deming Prize. Es conocido por sus diez puntos para la competitividad de la empresa y por el ciclo Deming que establece una espiral

de acciones para la mejora continua: planificación, realización, comprobación y actuación.

Joseph M. Juran: Contemporáneo de Deming, conocido por desarrollar la trilogía de la calidad: planificación, control y mejora de la calidad. En 1945, Juran ya trata de inculcar en la Western Electric un nuevo enfoque de la calidad que persigue una mentalización de las personas más allá de la simple inspección.

Armand V. Feigenbaum: Desarrolla en los años cuarenta el concepto de la calidad total ampliando en concepto de gestión de la calidad a los ya existentes. Se puede considerar el precursor de la moderna gestión de la calidad total. En sus artículos publicados promulgó la participación de todos los estamentos y departamentos de la empresa en busca de la calidad en todas las actividades y de esa forma alcanzar la máxima satisfacción de los clientes.

Kaoru Ishikawa: Experto y pionero en el control de la calidad en Japón, en conocido por el desarrollo de los “círculos de calidad”. Considera la calidad la principal característica para obtener el éxito a largo plazo. Creador, en 1943, del diagrama que lleva su nombre- Diagrama de Ishikawa, también llamado “espina de pez”, contemplado como una de las siete herramientas básicas de la calidad.

Philip B. Crosby: En los años sesenta lanza el concepto de “cero defectos”, aplicándolo en la ITT, donde estuvo catorce años de director de Calidad, en los que logró reducir gran cantidad de inspecciones. Propone un programa de catorce puntos para la gestión de la calidad.

2.2.1.3. La calidad y su gestión

Cuatrecasas y Gonzales (2017) indican que la correcta gestión de todos los aspectos relacionados con la calidad supone la planificación, diseño y desarrollo de productos y procesos en el marco de una organización y gestión de los recursos humanos para la calidad, así como la adecuada implantación y control de la calidad y su certificación final. Todo ello supondrá una gestión de la empresa, sus productos y procesos, basada en la calidad, y llevará a la misma a obtener el máximo de ventajas competitivas y la satisfacción y la satisfacción total de los clientes mediante la identificación, aceptación y satisfacción de todas sus expectativas y necesidades a través de los procesos, productos y servicios.

2.2.1.4. Características determinantes de la gestión de calidad:

Cuatrecasas y Gonzales (2017) manifiestan algunos aspectos de la gestión de la calidad, que deben establecerse como características del sistema de calidad, pautas de actuación u objetos que alcanzar:

- (a) Establecimiento de la calidad y su nivel:** Ante todo, el nivel de calidad y los requerimientos del producto o servicio los establece el cliente. El que decide si el producto o servicio es el adecuado y verifica si el cumplimiento de las características satisface sus necesidades es el propio cliente. Por lo tanto, la empresa ha de captar su confianza ofreciéndole la calidad que desea
- (b) Información, educación y motivación:** No se puede exigir una implicación activa de todos los recursos humanos sin la adecuada información y formación sobre los conceptos de calidad, los objetivos que persigue la empresa, las mejoras que se obtienen. La información y formación son la base, la

motivación es la acción o actitud que involucra a las personas, fomentando la participación activa y la mejoras.

- (c) **El liderazgo activo de la dirección:** La aportación de la dirección es fundamental en la implantación efectiva de la calidad. La gestión de la calidad debe contar con todo el apoyo y liderazgo de la alta dirección. En el marco de este liderazgo es aconsejable un estilo de gestión participativa que promueva un consenso en la toma de decisiones, con la implicación de todos los participantes.
- (d) **Ventaja competitiva:** La calidad constituye un factor básico para obtener ventaja competitiva. La empresa debe adoptar una estrategia que persiga la calidad en todos sus productos, procesos o servicios, que la diferencie del resto de la competencia y le permita afrontar los nuevos retos desde una posición de privilegio. La consecución de esta ventaja es fundamental para el crecimiento de la empresa.
- (e) **Implicación de todos los recursos humanos:** Para aplicar una gestión estratégica basada en la calidad es necesario que toda la organización, comenzando desde la alta dirección y terminando por el último operario, este involucrada y participe del proyecto común. Por este motivo, los recursos humanos representan un papel esencial en el desarrollo y obtención de los objetivos de calidad.
- (f) **Los proveedores:** El papel que desempeñan los proveedores resulta fundamental para que la aplicación de la calidad llegue a realizarse de forma efectiva. Los proveedores constituyen el primer eslabón de la cadena y sobre ellos habrá que actuar para obtener la calidad desde el origen.

(g) **Ética de la calidad:** Existen una serie de preceptos o actitudes positivas que constituyen la ética de la calidad, algunos de los cuales se enumeran a continuación:

- ❖ Hacerlo bien desde el principio.
- ❖ Prevenir la aparición de los fallos.
- ❖ Apreciar y resaltar el aspecto positivo y educativo que aportan los defectos como forma de aprender y avanzar.
- ❖ Ante los errores repetitivos, resulta más efectiva una información más adecuada y efectiva que una amonestación o crítica.
- ❖ La calidad persigue la satisfacción plena de los consumidores.
- ❖ La calidad debe implicar un clima de sensibilidad y preocupación en la empresa por el entorno social y medioambiental.

2.2.1.5. Costes de la calidad y de la no calidad

Cuatrecasas y Gonzales (2017) señalan que la implementación de la calidad supone unos costes que deben afrontarse, al tiempo que otros deberán evitarse. Los costes de la calidad se pueden considerar costes producidos por la obtención de la calidad. Los costes de no calidad son aquellos derivados de la falta o ausencia de calidad, de la no conformidad, o el no cumplimiento de las necesidades de los clientes, o simplemente de no alcanzar los niveles de calidad requeridos. Basándose en la clasificación de J.M. Juran, por su parte los costes de calidad se dividen en costes de evaluación y costes de prevención. Por otro lado, los costes de la no calidad se diferencian en costes internos y externos.

Para Pérez y Gardey (2016) sistema de gestión de calidad, por lo tanto, apunta a la coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad de la oferta. Un cliente satisfecho siempre implica un beneficio para la empresa: mayores ganancias, fidelidad, menos gastos en resolución de problemas, etc.

Es posible entender los sistemas de gestión de calidad como herramientas para la planificación, la ejecución y la evaluación de los proyectos empresariales con la calidad como fin. Para cumplir con sus objetivos puede recurrir a distintas metodologías, técnicas y estrategias.

Con respecto a las estrategias, la empresa debe establecer políticas bien definidas y apuntar sus esfuerzos a objetivos claros, que siempre tengan como prioridad la satisfacción de sus clientes por medio de productos y servicios de la mayor calidad posible. Dado que el presupuesto siempre es limitado, es importante encontrar el equilibrio adecuado entre todos los elementos, para evitar que la calidad se vea afectada de manera considerable.

2.2.1.6. El control de calidad

El control de calidad es uno de los puntos fundamentales de todo proceso de fabricación de productos o concepción de servicios, y puede llevarse a cabo de diversas formas, según el rubro, el presupuesto disponible, el nivel de secretismo asociado al proyecto, etcétera.

Entre los métodos usados para el control de calidad se encuentra el denominado testing, a veces traducido como «testeo» o simplemente «test». Se trata de pruebas de diversos tipos para asegurarse de que un producto o servicio cumple con los requisitos de calidad; por ejemplo: que un videojuego pueda completarse sin

errores graves, que un dispositivo electrónico funcione sin problemas tales como el sobrecalentamiento de su batería o que un servicio de televisión bajo demanda permita a sus usuarios alquilar contenido a través de su interfaz.

Un elemento clave en la gestión de calidad es el capital humano. El sistema de gestión de calidad debe contemplar la formación y el control de los trabajadores para que éstos desarrollen sus funciones de manera exitosa.

El sistema de gestión de calidad también debe analizar el funcionamiento de las máquinas y de los dispositivos empleados por la compañía para lograr que la producción alcance la más alta calidad posible.

En otras palabras, el trabajo del personal a cargo del sistema de gestión de calidad de una empresa es una tarea muy ardua, cuya dificultad se encuentra en constante crecimiento dada la también constante expansión de Internet y las posibilidades que ofrece a sus usuarios. Estar al tanto de las necesidades de los consumidores ya no solo acarrea a evaluar sus respuestas con respecto a los productos y servicios anteriores, sino revisar la misma información que ellos encuentran en la Red.

2.2.1.7. Calidad de atención

Según Escudero (2015) la calidad de atención al cliente es uno de los pilares fundamentales para lograr el prestigio de toda organización. Y ello se logra cuando todos los integrantes de una organización hablan el mismo idioma, y se brinda así a los demás una comunicación empática, basada en la excelencia del servicio y sobre todo hacer del valor agregado de la atención una constante.

2.2.1.8. Beneficios de la atención de calidad

Fernández (2015) indica que la buena atención al cliente debe ser una ventaja competitiva a gestionar por todas las empresas, ya que una deficiente atención, pone en serio riesgo su fidelización. Si encuentra el producto o servicio en las mismas condiciones, pero es atendido de una manera más rápida y profesional optará por quedarse con esa empresa. Además, en muchas ocasiones el cliente no perderá el tiempo en quejarse, simplemente no volverá.

A continuación, presentaremos los beneficios de la atención de calidad

- (a) **Fidelidad y lealtad:** se logrará siempre y cuando una marca responda a sus clientes con bienes y servicios de calidad.
- (b) **Venta cruzada:** lograr brindar una buena experiencia a un cliente supone abrir la puerta a la venta de otros productos o servicios.
- (c) **Referencias:** el denominado boca-a-boca genera una publicidad excelente y gratuita para las empresas que ofrecen un buen servicio y atención a sus clientes.
- (d) **Mejora la motivación:** y ambiente de trabajo, ya que una mala atención al cliente perjudica a los colaboradores, al exponer a estos a las continuas quejas de clientes insatisfechos.
- (e) **Mejora de la productividad:** se logra ya que el tiempo empleado en gestionar quejas y devoluciones, por la mala atención, drena recursos de la empresa que pudieran destinarse en otras áreas.

- (f) **Incremento de la rentabilidad:** ya que los clientes accederán a pagar mayores precios, si son atendidos correctamente y no se les hace perder el tiempo en colas o en esperas al teléfono.
- (g) **Incremento de las ventas:** se logrará al incrementar la frecuencia y repetición de los clientes de la empresa.
- (h) **Se reducen los gastos en marketing:** las empresas que ofrecen una deficiente atención a sus clientes se ven necesitadas de realizar mayores gastos en publicidad y relaciones públicas, para así reponer los clientes que pierden constantemente y contrastar los comentarios negativos
- (i) **Mejora de la imagen y reputación de la empresa:** gracias a la eficiente capacidad de brindar atención a los clientes.
- (j) **Obtención de una ventaja competitiva** esto va con respecto a los competidores, ya que los clientes percibirán la enorme diferencia entre ser bien atendidos y la deficiente atención que proporcionan otras empresas.

2.2.1.9. Principios de la gestión de calidad

Indecopi (2019) indica 7 principios de la gestión de calidad

Los principios de gestión de la calidad son el marco de referencia para que la dirección de cada organización guíe a la misma, orientándola hacia la consecución de la mejora del desempeño de su actividad. Los principios de gestión de la calidad se derivan de la experiencia colectiva y del conocimiento de los expertos internacionales que participan en el Comité Técnico ISO / TC 176 – Gestión de la calidad y aseguramiento de la calidad, responsable del desarrollo y mantenimiento de las normas ISO 9000.

Los principios de gestión de la calidad son aquellos que toda organización ha de seguir si quiere obtener los beneficios esperados. De nada sirve que una organización implante un sistema de gestión de la calidad que cumpla con los requerimientos detallados en la norma ISO 9001 si no sigue los principios de gestión de la calidad.

Los ocho principios son los siguientes:

La nueva versión de la norma ISO 9001:2015 trae varios cambios para las organizaciones que tienen la intención de certificarse en la norma, o de hacer la migración desde la versión 2008. Los principios de la Gestión de la Calidad, que hasta la versión 2008 eran 8, y ahora se reducen a 7, es uno de esos cambios que conviene conocer.

(a) Enfoque al cliente: Las organizaciones deben siempre tener presente que dependen de sus clientes, y por lo tanto deben comprender las necesidades actuales y futuras de los mismos, satisfacer sus requisitos de y esforzarse en exceder sus expectativas.

La empresa debe tener claro que las necesidades de sus clientes son dinámicas y cambiantes a lo largo del tiempo, además de ser los clientes cada vez más exigentes y por ello cada vez está más informado. Por ello, la empresa no sólo ha de esforzarse por conocer las necesidades y expectativas de sus clientes, sino que ha de ofrecerles soluciones a través de sus productos y servicios logrando de esa manera superar sus expectativas.

(b) Liderazgo: Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Su principal propósito es crear y mantener un ambiente interno

en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización”.

El liderazgo es una cadena que afecta a todos los directivos de una organización, que tienen personal a su cargo. Si se rompe un eslabón de esa cadena, se rompe el liderazgo de la organización trayendo consigo una problemática para la empresa.

(c) Compromiso de las personas: El personal es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización”.

La motivación del personal es clave y se debe aplicar, así como que una organización disponga de un plan de incentivos y de reconocimientos. Sin estas dos acciones, difícilmente una organización podrá conseguir el compromiso del personal. Ya que este no percibirá reconocimiento alguno.

(d) Enfoque a procesos: Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso”.

El cambio reside en cómo se tiene la idea de “organización”. Ha dejado de ser una organización por departamentos o áreas funcionales para ser una organización por procesos para poder crear valor a los clientes.

(e) Mejora: La mejora continua del desempeño global de una organización debe ser un hecho que se logre de manera permanente.

La mejora continua de los procesos se consigue siguiendo el ciclo PCDA del Dr. E. Deming que consiste en: Planificar – Desarrollar – Controlar – Actuar, para mejorar.

(f) toma de decisiones basada en la evidencia: Monitorear y medir los procesos es una actividad que se debe llevar a cabo todos los días, y por todos los empleados de la organización.

Gracias a la medición de la eficacia del sistema, es posible encontrar fallas, o lo que no está dando resultado y a partir de ello efectuar la toma de decisiones basadas en evidencias, lo que se debe ser una cultura en la organización.

(g) Gestión de las relaciones: Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Es por ello que es necesario desarrollar alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad y la rentabilidad organizacional. En las alianzas, gana tanto la organización como los proveedores.

La adopción e implementación de los principios de gestión de calidad debería ser una decisión estratégica que tome la dirección de cada organización. El éxito de una organización se logra mediante la implantación y mantenimiento de un sistema de gestión de calidad diseñado para mejorarlo continuamente.

La aplicación de los principios de la gestión de la calidad no sólo proporciona beneficios directos, sino que también hace una importante contribución a la gestión de costos y riesgos. Generando así grandes beneficios para la empresa.

2.2.2. El liderazgo

D'Alessio (2017) define al liderazgo como un proceso a largo plazo, en el que se busca lograr cambios útiles (para alcanzar una visión), y donde existe una acción voluntaria de los seguidores (individuos que son liderados) que actúan por el carisma, la personalidad y la credibilidad del líder. De acuerdo con la definición brindada, el líder es aquella persona que lleva adelante este proceso. Por ende, un líder tiene seguidores. Asimismo, un líder requiere de ciertos atributos para llevar adelante este proceso, actuando con ética y planeando el futuro (largo plazo).

Raffino (2019) indica que el liderazgo es un conjunto de habilidades que hacen que una persona sea apta para ejercer tareas como líder. Se pueden liderar no solo tareas, sino también ideologías o pueden ser un modelo en los que muchos se inspiren por sus labores. Generalmente, un líder tiene la capacidad de motivar a la gente porque tiene características emocionales que generan empatía en sus seguidores.

El conjunto de habilidades que son necesarias para ejercer como un líder son del tipo gerenciales o directivas y con ellas el líder generará una influencia positiva sobre un determinado grupo de personas, con el fin de que, por ejemplo, trabajen con más entusiasmo, reciban indicaciones para hacer una tarea, darles ánimo, etcétera. También es válido decir que un líder es quien toma la iniciativa para comenzar a hacer algo, quien incentiva, gestiona, evalúa

D'Alessio (2017) Indica que Burns estableció la existencia de dos tipos de liderazgo: transformacional y transaccional. El liderazgo transformacional ocurre cuando una o más personas se comprometen con otras de tal manera que los líderes y seguidores

elevan sus niveles de motivación y moralidad, y eso es visto como el liderazgo real y auténtico. El liderazgo transaccional ocurre cuando una persona toma la iniciativa de establecer contacto con otras con el propósito de intercambiar cosas de valor.

También identificó la existencia de nueve dimensiones en el comportamiento del liderazgo, con cinco dominios en el transformacional, y cuatro en el transaccional el primer comportamiento en el liderazgo transformacional es la influencia idealizada, con dos dimensiones: atributos y comportamiento; la cual se refiere a los líderes que tienen altos estándares de moral y conducta ética, quienes son vistos con gran respeto personal y que generan lealtad con el seguidor, por sus atributos y su comportamiento. Luego la motivación inspiracional, la cual se refiere a los líderes que poseen una clara visión del futuro, basada en valores e ideales.

La influencia idealizada y la motivación inspiracional están altamente correlacionadas y, combinadas, miden de alguna manera el carisma. La estimulación intelectual se refiere a los líderes que desafían las normas organizacionales, promueven el pensamiento divergente y empujan a los seguidores a desarrollar estrategias innovadoras. Por último, la consideración individualizada se refiere a los comportamientos que el líder tiene orientados a reconocer el crecimiento de las personas y necesidades de desarrollo de sus seguidores, así como en entrenamiento y asesoramiento que proveen en ambos casos.

En estos cinco dominios se pueden apreciar características personales variadas, como la de influenciar a los subordinados, por el respeto y la credibilidad para convertirse en un modelo a seguir; o la del líder motivador, que hace que sus seguidores vean con entusiasmo sus acciones, y los orienta a un futuro ambicioso y

triunfador; o la del líder que estimula el intelecto para ser creativos, innovadores, y saber usar esa capacidad mental instalada que poco se usa; hasta, finalmente, aquella capacidad propia de la persona, que se preocupa por sus subordinados para que sean mejores y crezcan en el plano personal y profesional. El líder transformacional es el verdadero líder.

Según D'Alessio (2017) Los comportamientos del liderazgo transaccional están orientados al monitoreo y control de los subordinados, usando medios racionales o económicos (Bass y avolio, 1993). El primer comportamiento del liderazgo transaccional es la recompensa contingente, en la cual el comportamiento del liderazgo se enfoca en el intercambio de recursos: los líderes proveen a sus seguidores de recursos o soporte tangible e intangible, por el intercambio de esfuerzo y desempeño. El segundo, la gerencia por la excepción activa se refiere al monitoreo del desempeño y la adopción de acciones correctivas cuando sean necesarias

2.2.2.1. Comportamientos del liderazgo

- (a) Liderazgo transformacional:** Es el proceso común de líder y sus seguidores para avanzar a un nivel más alto de la moral y la motivación. Es una transformación que produce cambios significativos en la empresa y en las personas que la conforman.

Se podría decir que se trata de un empuje más motivador y próximo al trabajador, y de un ejercicio más importante en la transmisión de los objetivos de la empresa. También se le denomina liderazgo Carismático.

Características

- ❖ Influencia idealizada – atributos
- ❖ Influencia idealizada – comportamiento
- ❖ Motivación inspiracional
- ❖ Estimulación intelectual
- ❖ Consideración individualizada

(b) **Liderazgo transaccional:** Este comportamiento está basado en el intercambio de recompensas entre el líder y los miembros de su equipo. Los seguidores realizan su labor y a cambio el líder les proporciona recompensas económicas o de otro tipo. Es un liderazgo por recompensa condicionada.

Características

- ❖ Recompensa contingente
- ❖ Gerencia por la excepción – activa

(c) **Liderazgo pasivo-evitativo:** El liderazgo laissez faire o conocido también como el liderazgo pasivo, laissez faire viene del francés que significa “Dejar hacer”. En este comportamiento de liderazgo, el líder tiene un papel más pasivo y sus seguidores son los que toman la mayor responsabilidad en las decisiones, diferente del líder autocrático bajo este estilo de liderazgo se tiene completa autonomía, aunque en algunos casos sus líderes dan tanta autonomía que sencillamente no se ocupan de sus tareas y optan por

abandonar su centro de labores.

Los líderes laissez faire, saben que manejan gente de mucho profesionalismo o conocen bien su trabajo por lo cual le dejan a ellos la responsabilidad de tomar decisiones delicadas. Sin embargo, algunos líderes laissez faire fracasan al dar liderazgo y motivación cuando muchos de sus empleados no cuentan con el potencial para trabajar por si solos.

Características

- ❖ Gerencia por la excepción – pasiva
- ❖ Dejar hacer

Las organizaciones se manejan usualmente en forma transaccional; inclusive, en las escuelas de negocios enseñan a gerenciar.

Según D'Alessio (2017) ¿Qué hacen las organizaciones para reconocer este liderazgo? Muy poco, salvo enviar a sus funcionarios a cursos donde les prometen que los convertirán en líderes, pero está lejos de serlo pues dictan bien los cursos clásicos de contabilidad, finanzas, economía, marketing, operaciones y recursos humanos, pero hacen muy poco con las habilidades del ser humano para moderarlas, cultivarlas, mejorarlas o desarrollarlas.

Siempre está en debate la pregunta ¿los líderes nacen o se hacen? Nacen y se hacen, porque siempre hay algo de genética y mucho de trabajo en los atributos de cada persona. La oportunidad es decisiva y hay que aprovecharla con convicción. No hay tema que haya recibido mayor atención en el mundo de los negocios y de las organizaciones, y, a pesar de ello, sigue siendo un concepto extraño y elusivo sobre el

cual, tal vez, no habrá nunca un acuerdo. Los líderes deben conducir a sus subordinados influenciándolos de manera positiva y desarrollando con ellos las actividades y estrategias que permitan a la organización alcanzar los objetivos que la lleven hacia la visión establecida.

2.2.2.2. Atributos del liderazgo

D'Alessio (2017) indica que existen ciertos atributos que debería tener un líder, como son: (a) la personalidad, (b) el pensamiento crítico, (c) y la inteligencia emocional. Estos atributos unidos a la ética permiten desarrollar un correcto y apropiado liderazgo.

(a) Personalidad

El ser humano, sin duda, es una “compleja caja negra” que los psicólogos, antropólogos, médicos administradores, entre otros profesionales, han tratado de entender con poco éxito. La compleja interacción de las seis facetas que forman cada uno de los cinco dominios de la personalidad son, en parte, generadores de este hecho. Sus tres dominios originales: neuroticismo, extroversión, y apertura a nuevas experiencias formaban el inventario personal, el cual fue luego revisado y aumentado en dos dominios: agradabilidad y responsabilidad o escrupulosidad.

El neuroticismo es lo opuesto a la estabilidad emocional. Las personas con bajos puntajes en neuroticismo son emocionalmente estables, apacibles y relajadas, y enfrentan situaciones difíciles sin perturbarse. Las personas extrovertidas son asertivas, activas, conservadoras, alegres y optimistas. Aquellas abiertas a nuevas experiencias poseen imaginación activa, creatividad, sensibilidad estética, gusto por la variedad, curiosidad intelectual e independencia de juicio. La agradabilidad está

presente en personas altruistas, simpáticas, y que agradan a los demás. La escrupulosidad y responsabilidad para alcanzar las metas son marcadas en este dominio, siendo las personas escrupulosas, puntuales, y confiables. Los dominios de la personalidad y sus facetas están presentes en el accionar gerencial, y que algunos gerentes tengan un mayor valor en ciertos dominios, señala su relación con los comportamientos del liderazgo.

Dominios y facetas de la personalidad

- ❖ **Neuroticismo:** las facetas encontradas son ansiedad, hostilidad, depresión, ansiedad social, impulsividad, vulnerabilidad.
- ❖ **Extroversión:** las facetas presentes son calidez, gregarismo, asertividad, actividad, búsqueda de emociones, emociones positivas.
- ❖ **Apertura a nuevas experiencias:** presenta como facetas a la fantasía, estética, sentimientos, acciones, ideas, valores.
- ❖ **Agradabilidad:** las facetas presentes son confianza, franqueza, altruismo, conformidad, modestia, ternura.
- ❖ **Escrupulosidad y responsabilidad:** las facetas presentes son la competencia, orden, sentido del deber, necesidad de logro, autodisciplina, deliberación.

(b) Pensamiento crítico

Según D'Alessio (2017) El ser humano muestra una serie de habilidades relacionadas con este pensamiento crítico, como son: (a) la actitud de investigación que involucra una habilidad para reconocer la existencia de problemas y una necesidad para evidenciar qué es lo que debe considerarse como verdadero (b) el

conocimiento de la validez de la interferencia, abstracciones y generalizaciones y las habilidades en el empleo y la aplicación de las actitudes y del conocimiento.

Habilidades del pensamiento crítico:

- ❖ Inferencia
- ❖ Reconocimiento de asunciones
- ❖ Deducción
- ❖ Interpretación
- ❖ Evaluación de argumentos

(c) Inteligencia emocional

La inteligencia emocional es crucial en el líder. Al usar esta inteligencia puede liderar adecuadamente al saber entender, percibir y manejar las emociones y usarla como un facilitador para su pensamiento. La inteligencia emocional está compuesta por cuatro ramas

- ❖ Percepción de las emociones
- ❖ Pensamiento facilitador
- ❖ Comprensión de las emociones
- ❖ Manejo de las emociones

La ética y sus perspectivas, la integridad percibida del líder y la creatividad e innovación en ser humano son importantes al influir en los comportamientos posibles del liderazgo, el cual se debe poner en práctica, ejerciéndolo con objetivos claros, usualmente estratégicos y de largo plazo.

Componentes de la inteligencia emocional

- (a) Inteligencia emocional experiencial:** presenta como ramas la percepción de las emociones y el pensamiento facilitador y como áreas se encuentra rostros- escenas y facilitación de sensaciones
- (b) Inteligencia emocional estratégica:** presenta como ramas la comprensión de las emociones y el manejo de las emociones. En áreas hay cambios, mezclas, administración emocional y relaciones emocionales.

2.2.2.3. Ética y liderazgo empresarial

Para (esan.edu.pe,2018) estos valores implican mostrar una buena imagen del negocio y, a la vez, atraer y retener los a mejores talentos. Todo líder empresarial debe presentar estas cualidades.

Los líderes éticos saben actuar en el momento correcto y por las razones correctas. Linda Fisher Thornton, señala que "los líderes éticos tienen un tremendo impacto sobre cómo se comportan las personas en sus organizaciones y lo que logran".

La experta en ética y liderazgo empresarial hace mención, en el mismo texto, a las causas que pueden llevar tanto a un líder como a las empresas a cometer fallas éticas. Una cultura empresarial centrada en la ética deriva en efectos positivos para los negocios. Para ello, es importante programar dentro de las compañías un liderazgo ético a través del establecimiento de pautas y procedimientos éticos.

Los líderes que entienden la importancia de actuar éticamente tendrán más probabilidades de atraer a los mejores empleados y clientes. Poner el ejemplo correcto para otros trabajadores ayuda a crear un entorno que alienta a una buena ciudadanía

corporativa y que motiva a los colaboradores a desempeñarse mejor y de forma más innovadora. Para ello, se deben seguir los siguientes pasos

❖ **Definir los valores de la organización mediante un código de ética.**

Para ser un buen gerente o líder y, en consecuencia, dar un ejemplo de liderazgo ético, primero necesitas conocer los valores de la empresa. Así, podrás incorporarlos en las actividades cotidianas del negocio. Es decir, debes implementar un código de ética.

Este comunicará a los miembros de tu equipo las reglas sobre el comportamiento que se espera de ellos y cómo navegar por áreas éticas grises. Este conocimiento generalmente se deriva de las declaraciones de misión y visión. Cuando las personas entienden por qué el comportamiento ético importa, es más probable que actúen en consecuencia.

Los valores comunicados en un documento básico, funcional y a la disposición de todos, deben abarcar desde el nivel más alto de la compañía hasta la base de la pirámide organizacional. El código debe quedar claro para todos los empleados y reforzarse mediante capacitaciones regulares y otros eventos. Además, debe contemplarse la revisión de estas reglas a medida que el negocio crece o cambia.

❖ **Adoptar transparencia en la toma de decisiones y las comunicaciones.**

Una buena práctica es tener una política de puertas abiertas y reuniones personales regulares para que los trabajadores puedan dar sugerencias y puntos de vista. Así, el equipo podrá apreciar que sus opiniones son bienvenidas y valoradas. Esta acción generará confianza y cultivará un entorno respetuoso dentro de la empresa.

❖ **Todos deben cumplir las expectativas éticas.**

Las reglas se deben cumplir y no pueden permitirse excusas. Nadie puede quedar exento de cumplir con los estándares éticos establecidos. En este sentido, se debe mantener el estado de la ética como un deber total y absoluto en la compañía. Todos deben hacerse responsables de su conducta, especialmente los líderes de cada departamento y gerentes de alto perfil.

❖ **Reconocer y recompensar ejemplos de comportamiento ético.**

Ser un líder proactivo no solo es enfatizar en la prevención. También debe tomarse el tiempo de aplaudir las elecciones éticas positivas y recompensar a los empleados que tienen el valor de admitir un error y aprender de ellos.

Ser un líder significa adoptar altos estándares éticos en tu vida profesional y tratar a los demás con respeto y autenticidad. Es necesario tener la disposición de exponer con honestidad las decisiones éticas difíciles. (esan.edu.pe,2018).

III. HIPÓTESIS

Según Hernández, Fernández y Baptista (2016) las investigaciones de nivel descriptivo indagan la incidencia de las modalidades o categorías de una o más variables, de las mismas formas determina situaciones, contextos y fenómenos proporcionando su descripción, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis.

IV. METODOLOGIA

4.1. Diseño de la investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2016) consideran que es de tipo cuantitativo porque utiliza la recolección de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico. Atribuyendo la acción de seguir un proceso, y los datos generados poseen un estándar de validez, contribuyendo a la generación de conocimiento.

Lerma (2016) considera que el nivel descriptivo tiene como objetivo detallar las características, los factores y los procedimientos presentes en el fenómeno. Caracterizando globalmente el objetivo de estudio

Muñoz (2015) el tipo de diseño que se aplicará a la investigación será no experimental, ya que se trabaja con base a eventos que ya sucedieron en la realidad, sin manipulación o intervención del investigador.

Según su prolongación en el tiempo es de corte transversal ya que se obtienen datos en un momento específico, delimitados por cortes de tiempo.

4.2. Población y muestra

En la presente investigación se tiene fijado analizar las MYPE del sector comercio rubro calzados del Mercado central de la provincia de Piura. La población, sin embargo, está dada por los individuos a quienes se acudirán en busca de la información respecto a las dos variables Gestión de Calidad y liderazgo, obteniendo como base de estudio 7 Zapaterías. Para la variable Gestión de Calidad la población son los clientes a quienes no se les conoce por tanto es infinita. La distribución se puede observar en

el cuadro 1. Y para la variable Liderazgo se acudirá al personal de las MYPE que es un promedio de 18 personas.

Cuadro 1: Relación de MYPE

ITEM	RAZON SOCIAL	RUC	N° DE TRABAJADORES	DIRECCIÓN
1.	Zapatería Venus	10030919641	2	Int. Mercado central tienda 34
2	Distribuidora Saavedra	10028195988	2	Puesto 9 unidad 01 Mz A 20 Mercado central
3.	Centro de calzado Dany	10176344763	3	Puesto 4-5 Mz A 7 interior Mercado central
4.	Calzado Molina	10741626450	2	Puesto 6 Mz A lote 7 interior Mercado central
5.	Comercial calza Norte	10473606661	3	Int. Mercado central puesto 32
6.	Negocios Audaz S.R.L	20530265677	3	Interior tienda 29 MZA. 234 Z.I. Mercado Modelo
7.	Comercial Martha	10026478664	3	Manuel Seoane Mz. 09 lote 1 Mercado modelo
TOTAL			18	

Elaboración propia.

Para la variable gestión de calidad, se acudiría a los clientes, por lo tanto, se daría una población infinita y se aplicaría la fórmula.

Para la variable liderazgo, se acudiría a los trabajadores. Por lo tanto, al presentar una cifra menor de 50 no es necesario aplicar fórmula. (N= n) N=7 → n = 7

Donde N=n

$$n = 7$$

Fórmula Ochoa (2015)

$$n = \frac{z^2 * q * p}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

Donde: Z= nivel de confianza del 95%

Valor Estadístico del nivel Confianza = 1.96

Probabilidad de que ocurra 50% =p

Probabilidad de que no ocurra 50% =q

Margen de Error Aplicando: 5 %

Se ha considerado como muestra de estudio a la totalidad de la población, para lo cual se determinó un tipo de muestro No Probabilístico.

Criterios de inclusión:

La variable de Gestión de Calidad se incluirá a los clientes de las MYPES, rubro zapaterías del mercado central de Piura; mayores de 18 años que cuenten con la capacidad y disponibilidad para brindar información objetiva en la encuesta.

La variable de Liderazgo se incluirá a los trabajadores de las MYPES, rubro zapaterías del mercado central de Piura; mayores de 18 años con autonomía y disponibilidad para brindar información que refuerce el objeto de estudio mediante la encuesta.

Criterios de exclusión:

La variable de Gestión de calidad y Liderazgo, se van a excluir a los clientes y los trabajadores operativos de las MYPES que no cuenten con la disponibilidad adecuada para resolver encuestas y aquellos que no tengan experiencia en el rubro.

4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Tabla1: Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Escala	
Gestión de Calidad	Mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. De manera que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren. (Pérez y Gardey, 2016).	Beneficios	Fidelidad y lealtad.	La dimensión “beneficios” se medirá con sus indicadores: “fidelidad y lealtad”, “referencias”, “mejora la productividad”, “incremento en ventas”, “reducción en gastos de marketing”, “obtención de una ventaja competitiva” con escala nominal.	Ordinal	
			Referencias			
			Mejora de la productividad			
			Incremento en ventas			
			Reducción en gastos de marketing			
		Obtención de una ventaja competitiva	Principios	Enfoque al cliente	La dimensión “Principios” se medirá con sus indicadores “enfoque al cliente”, “compromiso de las personas”, “enfoque a procesos”, “mejora”, “toma de decisiones basado en la evidencia”, “gestión de las relaciones” con escala nominal.	Ordinal
		Compromiso de las personas				
		Enfoque a procesos				
		Mejora.				

			Toma de decisiones basado en la evidencia		
Liderazgo	(D'Alessio, 2017) define al liderazgo como un proceso a largo plazo, en el que se busca lograr cambios útiles (para alcanzar una visión), y donde existe una acción voluntaria de los seguidores que actúan por la personalidad y la credibilidad del líder.	Comportamientos	Liderazgo transformacional	La dimensión "comportamientos" se medirá con sus "indicadores" "liderazgo transformacional", "liderazgo transaccional", "liderazgo pasivo-evitativo" con escala nominal.	Ordinal
			Liderazgo transaccional.		
			Liderazgo pasivo-evitativo		
		Atributos	Personalidad	La dimensión "Atributos" se medirá con sus "indicadores" "personalidad", "pensamiento crítico", "inteligencia emocional" con escala nominal.	Ordinal
			Pensamiento crítico		
			Inteligencia emocional		

Elaboración: propia

4.4. Técnicas e instrumentos

Técnicas: Encuesta.

La técnica que se empleará será la encuesta que según (López, Fachelli, 2016) se considera en primera instancia como un método de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida.

La encuesta aplicada a los objetos de estudio se realizó en base al marco teórico y el nivel de respuesta se trabajó a nivel ordinal mediante la escala de Likert. Se contó con el apoyo de 6 personas previamente capacitadas para orientar al cliente y colaborador y de esta manera obtener respuestas confiables que aporten a la investigación.

Instrumento: Cuestionario.

El instrumento que se empleará será el cuestionario, dirigido según esta matriz a trabajadores y clientes de escala ordinal. El cual se realizó mediante el Alfa de Cronbach indicando que el nivel de fiabilidad para este instrumento es de 0.707 por lo tanto la encuesta elaborada presenta fiabilidad aceptable.

4.5. Plan de análisis

Para el análisis de la presente investigación se realizará una recolección sistemática de los datos del instrumento de investigación, los cuales se describirán sus resultados ayudado de una tabulación, lo mismo que será presentado mediante tablas y gráficos, utilizando el programa SPSS estudio, Microsoft Word versión 2016 y power point.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 2: Matriz de consistencia

Enunciado	Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología
General	¿Qué características tiene la gestión de calidad y el liderazgo en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019?	Describir las características de la gestión de calidad y el liderazgo en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019.	Según Hernández, Fernández y Baptista (2016) las investigaciones de nivel descriptivo indagan la incidencia de las modalidades o categorías de una o más variables. por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis	TIPO DE INVESTIGACIÓN: cuantitativa NIVEL DE INVESTIGACIÓN: descriptiva DISEÑO: No experimental, corte transversal POBLACIÓN: muestra 7 MYPE del mercado central de Piura, 18 trabajadores y 384 clientes. Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario
Específicos		(a) Determinar los beneficios de la calidad de atención en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019.		
		(b) Conocer la importancia de los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019.		
		(c) Determinar los comportamientos del liderazgo en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019		
		(d) Identificar los atributos de liderazgo de las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019.		

4.7. Principios éticos

En la presente investigación se optó por respetar los principios que rigen la actividad investigadora descritos en el código de ética aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-ULADECH católica. Brindando protección a las personas sujetos de investigación mediante una participación voluntaria, del mismo modo se determinó brindar beneficencia y no maleficencia donde ningún dato será manipulado en beneficio del investigador. Por otro lado, se trabajó bajo un foque de justicia permitiendo que las personas en estudio tengan derecho de acceder a sus resultados. Todo lo mencionado anteriormente se logró porque se trabajó con el mayor número de fuentes con fundamento científico.

Al tratarse del consentimiento informado y expreso se contó con el apoyo de los sujetos de estudio para el uso de la información con fines específicos.

De esta manera la investigación se realizó en total transparencia sosteniendo la veracidad de los resultados, se cumplió con el uso de las normas APA respetando la propiedad intelectual.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Cuadro 2 Características demográficas

Características	Frecuencia	Porcentaje
<u>Edad</u>		
18 - 28	85	22,1%
29 - 39	116	30,2%
40 - 49	120	31,3%
50 - 59	41	10,7%
60 - 68	22	5,7%
<u>Estado civil</u>		
Soltero	231	60,2%
Casado	153	39,8%
<u>Género</u>		
Masculino	86	22,4%
Femenino	298	77,6%
<u>Nivel de estudios</u>		
Primaria	64	16,7%
Secundaria	177	46,1%
Superior	143	37,2%

En el cuadro 3 se observa que la edad más frecuente del cliente es de 40 años, con respecto al estado civil de los clientes encuestados en su mayoría son solteros 60.2%, mientras que el género que mayor recurrencia registra es el femenino con un porcentaje de 77.6%; del mismo modo se determinó que en mayor parte son secundaria y superior con 46,1% y 37,2% respectivamente.

5.1.1. Objetivo 1: Determinar los beneficios la calidad de atención en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019.

Tabla 03: ¿Considera usted que las veces que frecuenta las zapaterías del mercado central de Piura se le brinda un servicio de calidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	79	20,6 %
Totalmente de acuerdo	3	0,8 %
En desacuerdo	302	78,6 %
Total	384	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente

Elaboración propia

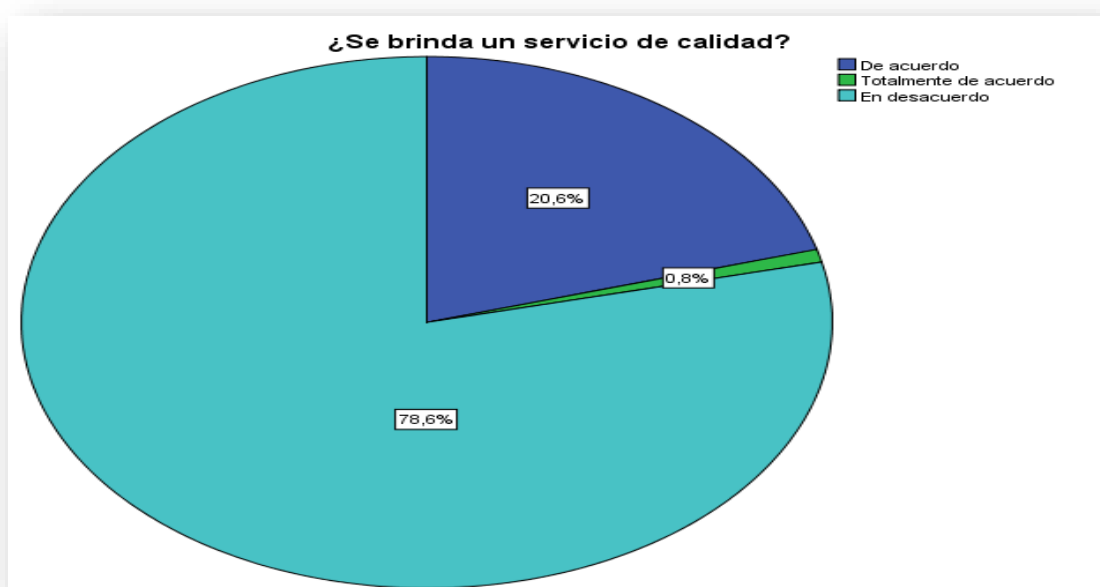


Figura 1: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿considera usted que las veces que frecuenta las zapaterías del mercado central de Piura se le brinda un servicio de calidad? Elaboración: propia

Interpretación:

En la tabla 3 y figura 1 que representan a la pregunta ¿Considera usted que las veces que frecuenta las zapaterías del mercado central de Piura se le brinda un servicio de calidad? Los clientes manifestaron en un 78.6% en desacuerdo con la calidad ofrecida, un 20.6% está de acuerdo y solo un 0.8% está totalmente de acuerdo con la calidad ofrecida en las zapaterías del mercado modelo de Piura.

Tabla 04: ¿Considera usted que los productos complementarios que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura determinan la decisión de compra del producto principal?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	346	90,1 %
Totalmente de acuerdo	22	5,7 %
En desacuerdo	16	4,2 %
Total	384	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente

Elaboración propia.

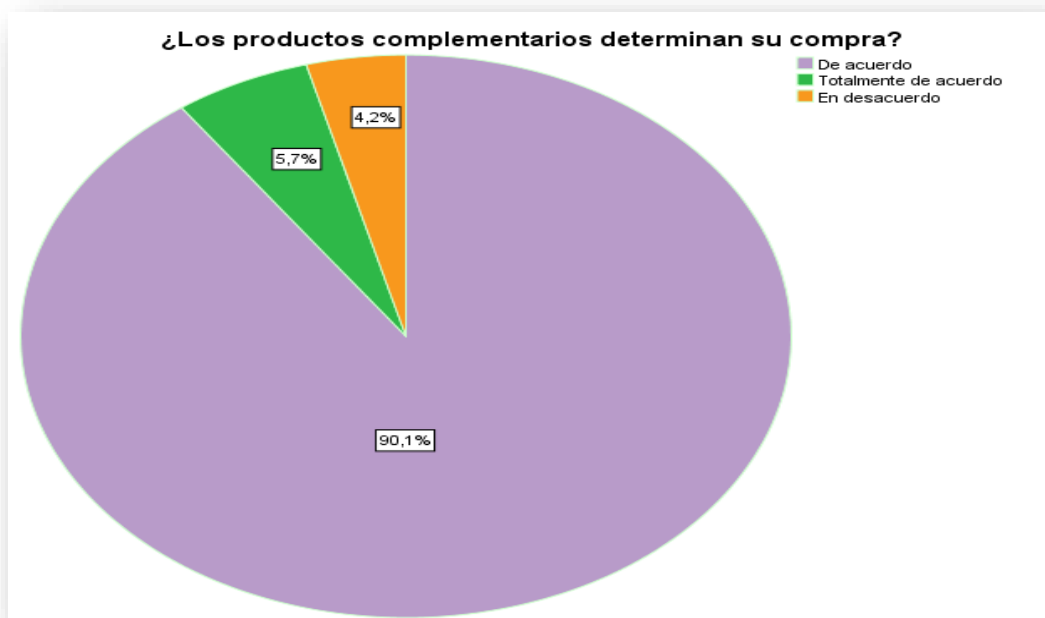


Figura 2: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿considera usted que los productos complementarios que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura determinan la decisión de compra del producto principal?

Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 4 y figura 2 que representan a la pregunta: ¿considera usted que los productos complementarios que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura determinan la decisión de compra del producto principal? Los clientes manifestaron estar de acuerdo en un 90.1% que los productos secundarios influyen en su compra, un 5.7% está totalmente de acuerdo, mientras que un 4.2% se muestra en desacuerdo.

Tabla 05: ¿Las veces que ha frecuentado las zapaterías del mercado central de Piura su experiencia de satisfacción le ha permitido recomendar a otros clientes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	352	91,7 %
Totalmente de acuerdo	15	3,9 %
En desacuerdo	15	3,9 %
Total opinión	382	99,5 %
No opino	2	0,5 %
Total	384	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente
Elaboración propia.



Figura 3: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿las veces que ha frecuentado las zapaterías del mercado central de Piura su experiencia de satisfacción le ha permitido recomendar a otros clientes?

Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 5 y figura 3 que representan a la pregunta ¿las veces que ha frecuentado las zapaterías del mercado central de Piura su experiencia de satisfacción le ha permitido recomendar a otros clientes? La opinión del cliente satisfecho influye en un 91.7% en la compra de los próximos clientes.

Tabla 6: ¿Considera usted que el clima en el que se desenvuelve el personal de las zapaterías del mercado central de Piura refleja atención personalizada y de calidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	175	45,6 %
Totalmente de acuerdo	64	16,7 %
En desacuerdo	143	37,2 %
Total opinados	382	99,5 %
No opino	2	0,5 %
Total	384	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente
Elaboración propia.

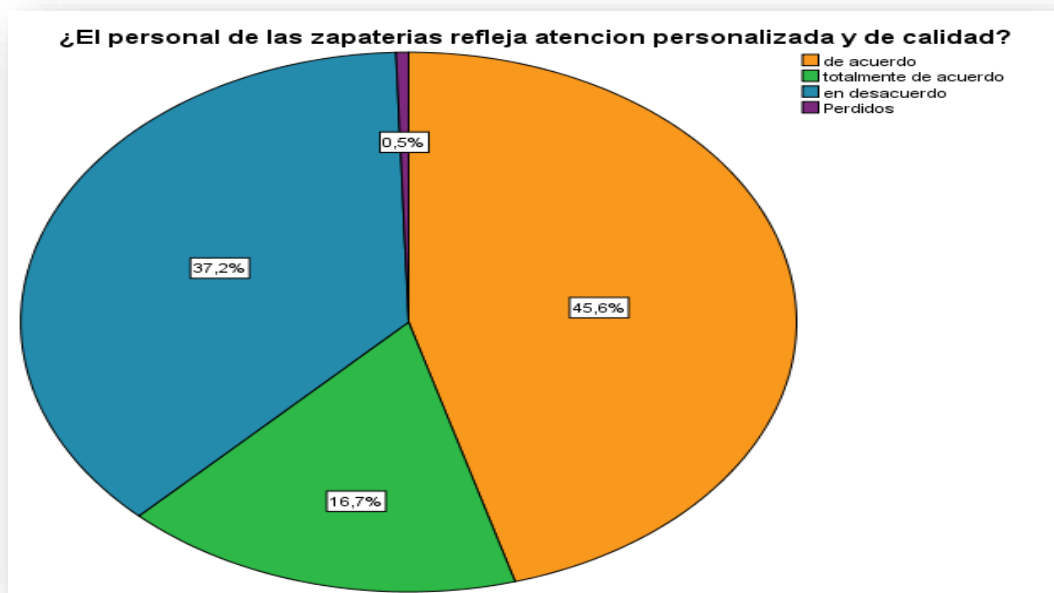


Figura 4: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿considera usted que el clima en el que se desenvuelve el personal de las zapaterías del mercado central de Piura refleja atención personalizada y de calidad?
Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 6 y figura 4 que representan a la pregunta ¿Considera usted que el clima en el que se desenvuelve el personal de las zapaterías del mercado central de Piura refleja atención personalizada y de calidad? Los clientes manifestaron en un 45.6% que están de acuerdo que la atención si es personalizada y de calidad, un 16.7% están totalmente de acuerdo, mientras que un 37.2% se muestra en desacuerdo.

Tabla 7: ¿Considera usted que las veces que ha presentado un reclamo y/o queja la zapatería tomó una alternativa de solución óptima?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	97	25,3 %
Totalmente de acuerdo	12	3,1 %
En desacuerdo	273	71,1 %
Total, de opinión	382	99,5 %
No opinaron	2	0,5 %
Total	384	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente
Elaboración propia.

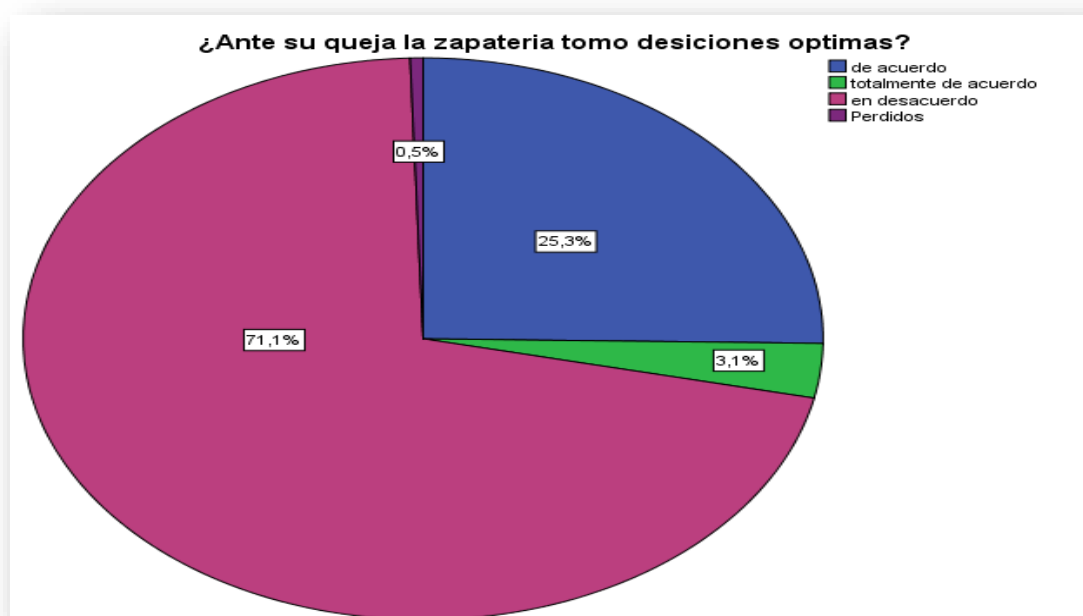


Figura 5: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿considera usted que las veces que ha presentado un reclamo y/o queja la zapatería tomó una alternativa de solución óptima?
Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 7 y figura 5 que representan a la pregunta ¿considera usted que las veces que ha presentado un reclamo y/o queja la zapatería tomó una alternativa de solución óptima? El cliente manifestó un desacuerdo del 71.1% en la decisión que toma la tienda ante un reclamo o queja, un 25.3% se mostró de acuerdo y un 3.1% afirmó estar totalmente de acuerdo.

Tabla 8: ¿Considera usted que al percibir una buena atención y un precio accesible del producto esto facilita su decisión de compra?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	295	76,8 %
Totalmente de acuerdo	84	21,9 %
En desacuerdo	3	0,8 %
Total de opinión	382	99,5 %
No Opinaron	2	0,5 %
Total	384	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente
Elaboración propia.

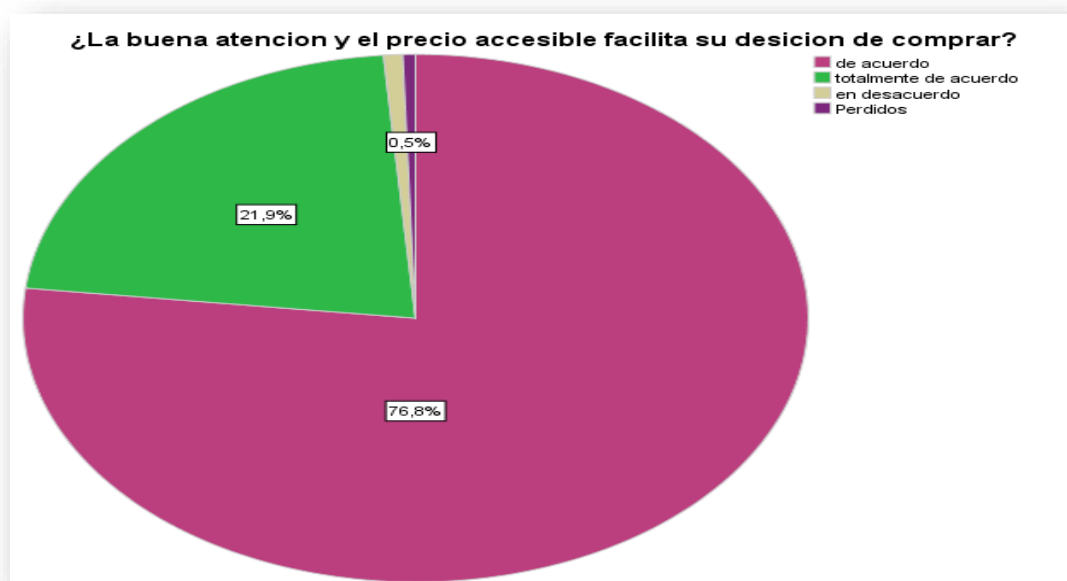


Figura 6: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿considera usted que al percibir una buena atención y un precio accesible del producto esto facilita su decisión de compra?
Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 8 y figura 6 que representan a la pregunta ¿Considera usted que al percibir una buena atención y un precio accesible del producto esto facilita su decisión de compra? Un 78.8% manifestó estar de acuerdo en que la buena atención y el precio influye en la compra del cliente, un 29.9% totalmente de acuerdo, mientras que un 0.5% se mostró en desacuerdo.

Tabla 9: ¿Considera usted que los medios de comunicación que emplean las zapaterías del mercado central de Piura para promocionar sus productos son estratégicos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	34	8,9 %
Totalmente de acuerdo	4	1,0 %
En desacuerdo	346	90,1 %
Total	384	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente
Elaboración propia.

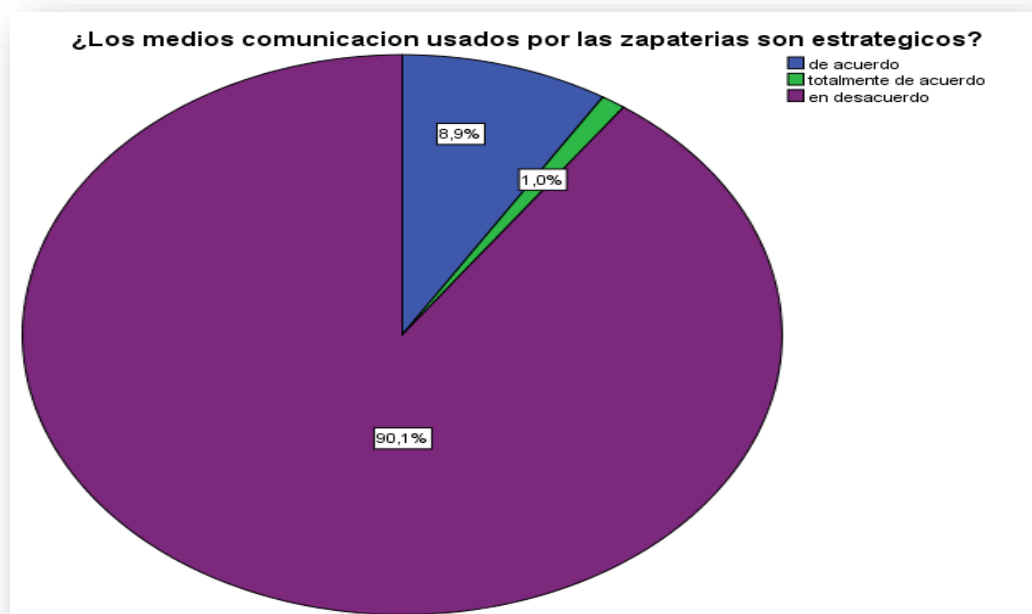


Figura 7: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿considera usted que los medios de comunicación que emplean las zapaterías del mercado central de Piura para promocionar sus productos son estratégicos?

Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 9 y figura 7 que representan a la pregunta ¿Considera usted que los medios de comunicación que emplean las zapaterías del mercado central de Piura para promocionar sus productos son estratégicos? Los clientes manifestaron un desacuerdo del 90.1%, un 8.9% está de acuerdo y un 1.0% se muestra totalmente de acuerdo.

Tabla 10 ¿Considera usted que una buena atención es el reflejo de colaboradores entrenados y capacitados en el área respectiva?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
de acuerdo	268	69,8 %
totalmente de acuerdo	113	29,4 %
en desacuerdo	3	0,8 %
Total	384	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente
Elaboración propia.

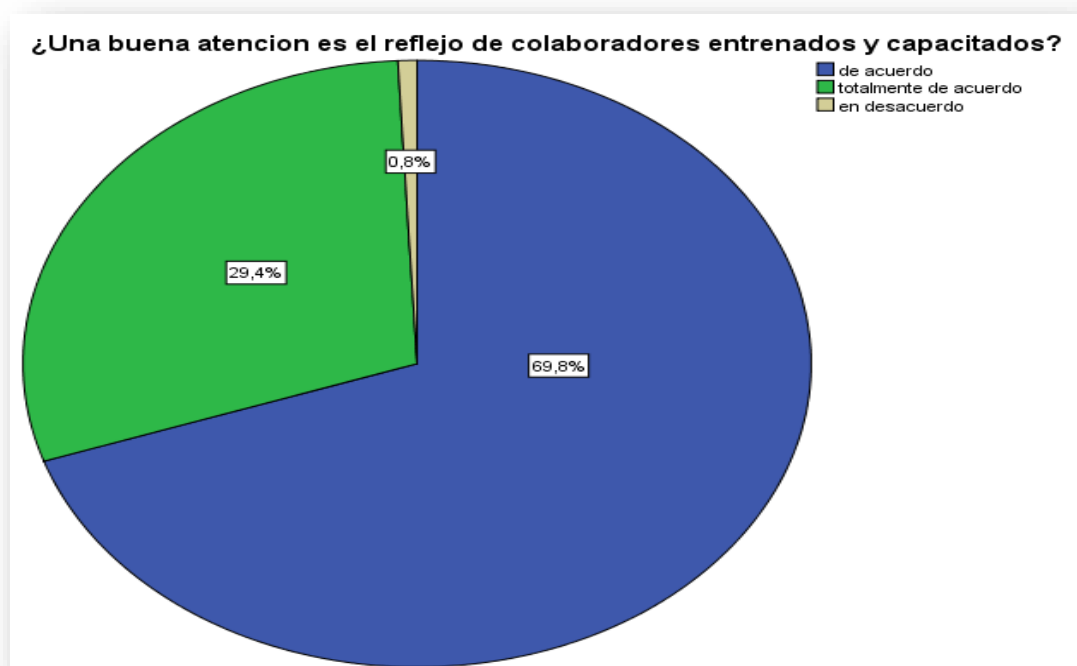


Figura 8: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿considera usted que una buena atención es el reflejo de colaboradores entrenados y capacitados en el área respectiva?
Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 10 y figura 8 que representan a la pregunta ¿considera usted que una buena atención es el reflejo de colaboradores entrenados y capacitados en el área respectiva? El 69,8% de los clientes están de acuerdo con que la buena atención se da por colaboradores capacitados, el 29,4% está totalmente de acuerdo, mientras que un 0,8% se muestra en desacuerdo.

Tabla 11: ¿Considera usted que la ubicación estratégica de las zapaterías del mercado central Piura aporta a una ventaja competitiva?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
de acuerdo	237	61,7 %
totalmente de acuerdo	141	36,7 %
en desacuerdo	6	1,6 %
Total	384	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente
Elaboración propia.

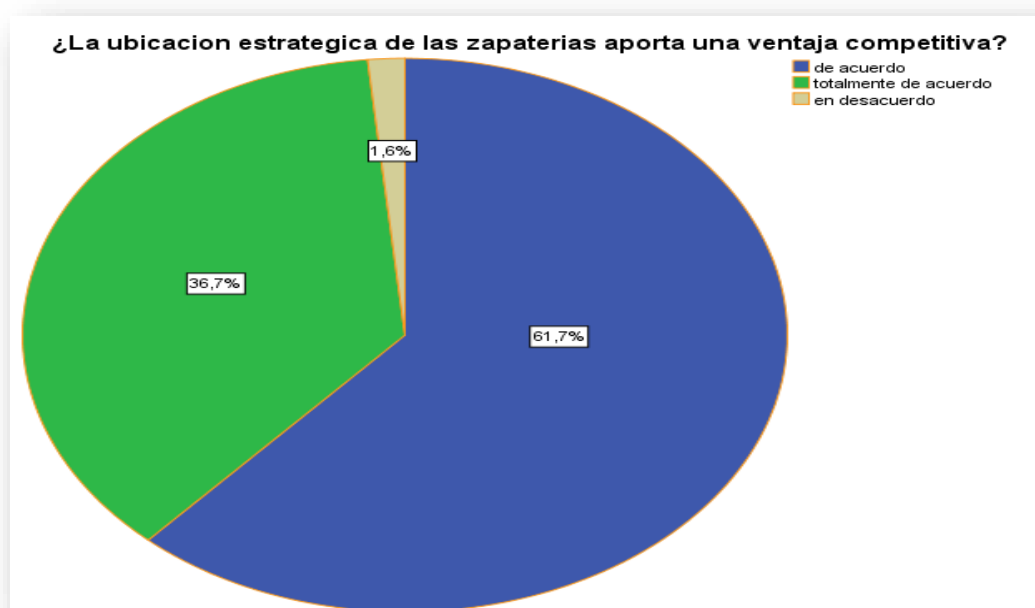


Figura 9: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿considera usted que la ubicación estratégica de las zapaterías del mercado central Piura aporta a una ventaja competitiva?
Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 11 y figura 9 que representan a la pregunta ¿Considera usted que la ubicación estratégica de las zapaterías del mercado central Piura aporta a una ventaja competitiva? Los clientes manifiestan que están acuerdo 61.7% que la ventaja competitiva se debe a la ubicación estratégica de la tienda, un 36.7% se manifiesta totalmente de acuerdo y un 1.6% indica estar en desacuerdo.

5.1.2. Objetivo 2: Conocer la importancia de los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019.

Tabla 12: ¿Considera usted que ha recibido una buena orientación antes de efectuar la compra?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
de acuerdo	82	21,4 %
totalmente de acuerdo	11	2,9 %
en desacuerdo	291	75,8 %
Total	384	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente
Elaboración propia.

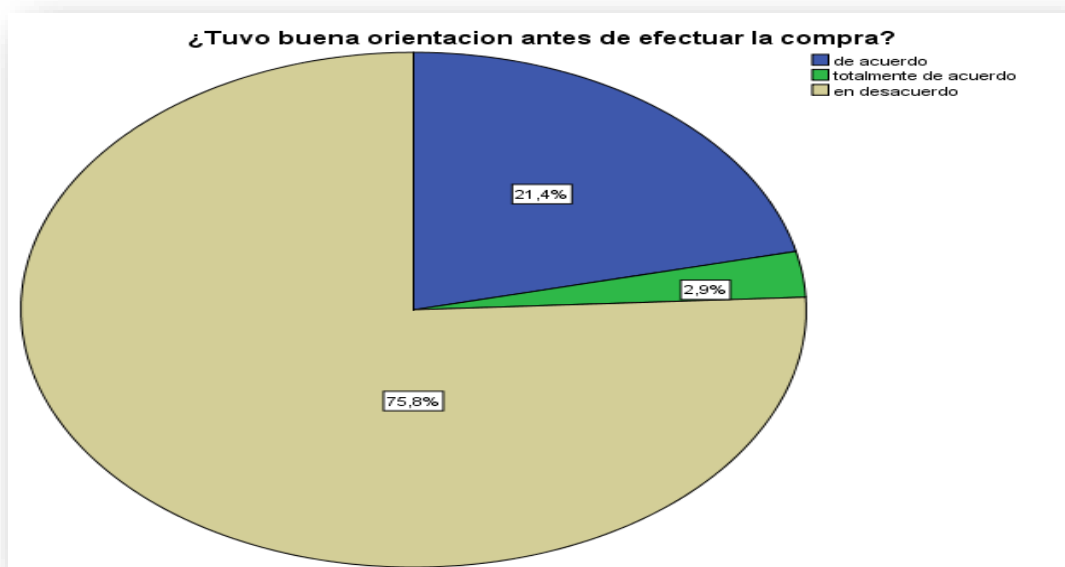


Figura 10: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿considera usted que ha recibido una buena orientación antes de efectuar la compra?
Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 12 y figura 10 que representan a la pregunta ¿Considera usted que ha recibido una buena orientación antes de efectuar la compra? Los clientes manifestaron un desacuerdo del 75.8% con respecto a la orientación recibida, el 21.4% se mostró de acuerdo, mientras que el 2.9% indicó totalmente de acuerdo.

Tabla 13: ¿Considera usted que el colaborador debe mostrar compromiso al momento de la atención?



Figura 11: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿considera usted que el colaborador debe mostrar compromiso al momento de la atención?
Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 13 y figura 11 que representan a la pregunta ¿Considera usted que el colaborador debe mostrar compromiso al momento de la atención? El 66.7 % de los clientes manifiestan que el colaborador debe mostrar en la atención un compromiso al cliente, mientras que el 33.3 % manifiesta que este no debe mostrar compromiso.

Tabla 14: ¿Verifica usted que la ubicación y distribución de los productos de calzado que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura le permiten realizar su compra en el momento esperado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	146	38,0 %
Totalmente de acuerdo	4	1,0 %
En desacuerdo	233	60,7 %
Total opinión	383	99,7 %
Total	1	0,3 %
Total	384	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente
Elaboración propia.

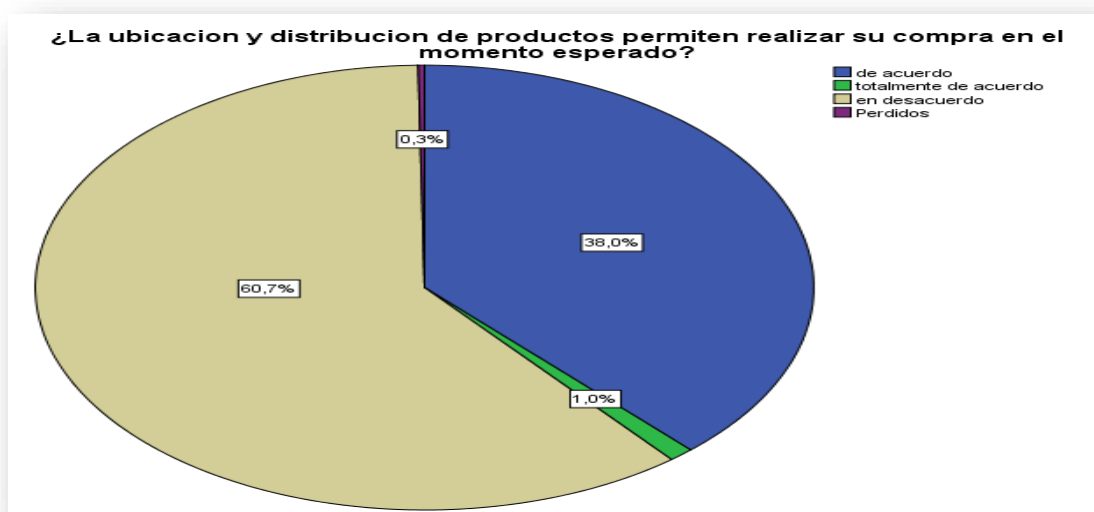


Figura 12: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿verifica usted que la ubicación y distribución de los productos de calzado que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura le permiten realizar su compra en el momento esperado?
Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 14 y figura 12 que representan a la pregunta ¿Verifica usted que la ubicación y distribución de los productos de calzado que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura le permiten realizar su compra en el momento esperado?

El 60.7 % de los clientes encuestados manifiestan desacuerdo con que la distribución y ubicación de productos, mientras que 38.0% se muestra de acuerdo y el 1.0% manifiesta estar totalmente de acuerdo.

Tabla 15: ¿Considera usted que en las zapaterías del mercado central de Piura le ofrecen algún tipo de cupón de descuento para su siguiente compra?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
de acuerdo	3	0,8 %
totalmente de acuerdo	1	0,3 %
en desacuerdo	380	99,0 %
Total	384	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente
Elaboración propia.



Figura 13: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿considera usted que en las zapaterías del mercado central de Piura le ofrecen algún tipo de cupón de descuento para su siguiente compra? Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 15 y figura 13 que representan a la pregunta ¿Considera usted que en las zapaterías del mercado central de Piura le ofrecen algún tipo de cupón de descuento para su siguiente compra? El 99.0 % de los clientes encuestados consideran que las zapaterías ubicadas en el mercado central de Piura no proporcionan algún tipo de descuento en los productos ofrecidos, mientras que 0.3 % de estos manifiestan que las zapaterías ofrecen algún tipo de descuento en los productos.

Tabla 16: ¿las zapaterías le ofrecen variedad, moda, calidad y precios para decidir por su compra final?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	151	39,3 %
En desacuerdo	233	60,7 %
Total	384	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente
Elaboración propia.

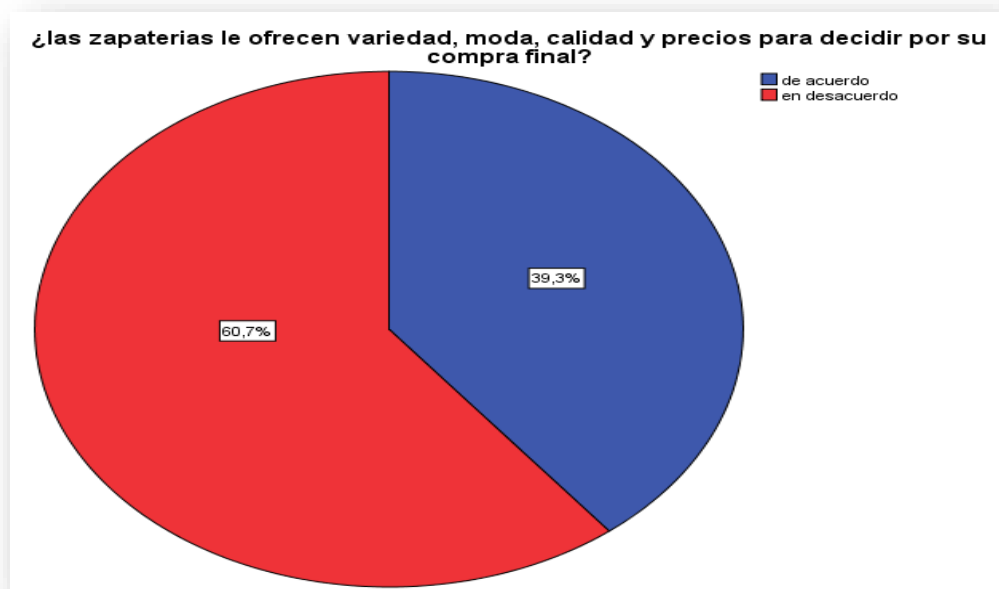


Figura 14: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿las zapaterías le ofrecen variedad, moda, calidad y precios para decidir por su compra final?
Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 16 y figura 14 que representan a la pregunta ¿las zapaterías le ofrecen variedad, moda, calidad y precios para decidir por su compra final? El 39.3 % de los clientes que acuden a las zapaterías del mercado central de Piura manifiestan que estas ofrecen variedad, calidad y moda en sus productos. No obstante, el 60.7% de los mismos manifiestan que tales zapaterías no cumplen con estándares de calidad, variedad y moda en los productos.

Variable: Liderazgo

5.1.3. Objetivo 03: determinar los comportamientos del liderazgo en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019.

Tabla 17: ¿Califique usted el nivel en el que su jefe le brinda un empuje motivador para mejorar su desempeño?

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	bueno	2	11,1
	regular	12	66,7
	deficiente	4	22,2
	Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración propia.

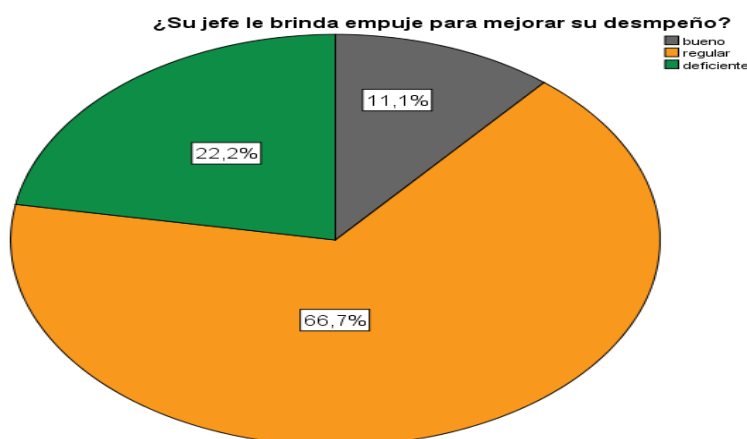


Figura 15: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera usted que su jefe le brinda un empuje motivador para mejorar su desempeño?
Elaboración: propia

Interpretación:

En la tabla 17 y figura 15 que representan a la pregunta ¿Considera usted que su jefe le brinda un empuje motivador para mejorar su desempeño? El 66.7 % de los colaboradores considera que el empuje que brinda el jefe al colaborador es regular, el 22.2 % considera que este empuje es deficiente y solo el 11.1 % manifiesta que el empuje del jefe es bueno.

En la Tabla 18: ¿Cómo califica usted la motivación inspiracional que recibe de su líder?

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	bueno	3	16,7
	regular	11	61,1
	deficiente	4	22,2
	Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración propia.

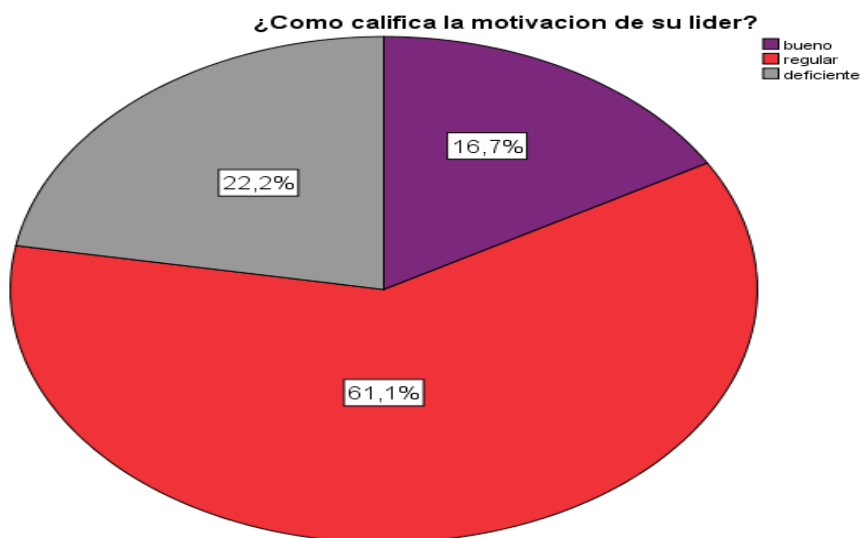


Figura 16: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cómo califica usted la motivación inspiracional que recibe de su líder?
Elaboración: propia

Interpretación:

En la tabla 18 y figura 16 que representan a la pregunta ¿Cómo califica usted la motivación inspiracional que recibe de su líder? El 61.1% de los colaboradores manifiesta que la motivación del líder es regular, mientras que 16.7 % manifiesta que la motivación emitida por el líder es buena. Por otro lado, el 22.2 % de colaboradores encuestados manifestaron que la motivación es deficiente.

Tabla 19: ¿Considera usted que su jefe le otorga todas las facultades que requiere para realizar sus obligaciones?

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	bueno	2	11,1
	regular	14	77,8
	deficiente	2	11,1
	Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración propia.

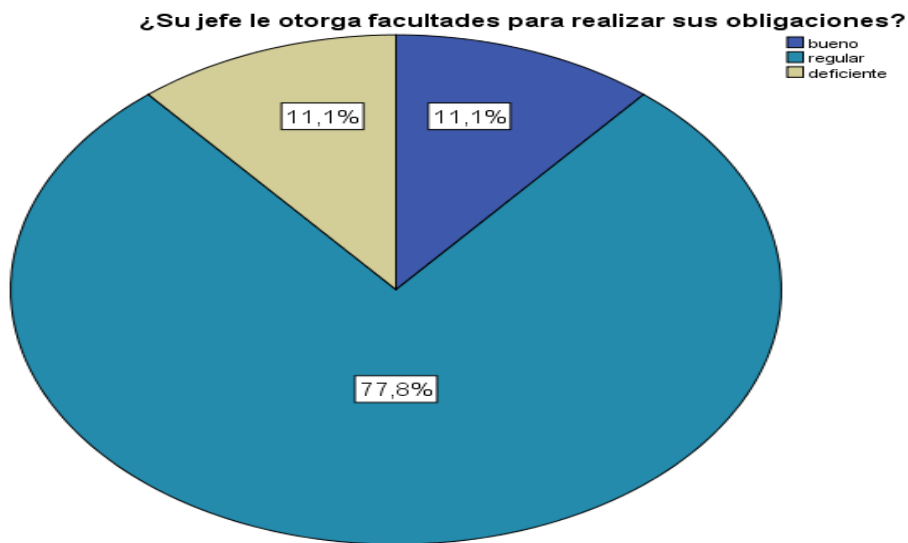


Figura 17: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera usted que su jefe le otorga todas las facultades que requiere para realizar sus obligaciones?
Elaboración: propia

Interpretación:

En la tabla 19 y figura 17 que representan a la pregunta ¿Considera usted que su jefe le otorga todas las facultades que requiere para realizar sus obligaciones? El 77.8 % de los colaboradores encuestados manifiestan que las facultades que el jefe brinda para realizar las obligaciones son regulares, solo el 11.1 % de estos manifiestan que estas facultades son buenas y el 11.1 % indica que las facultades son deficientes.

Tabla 20 ¿Cómo califica usted la iniciativa de su jefe de premiar su buen desempeño?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
excelente	2	11,1
bueno	15	83,3
regular	1	5,6
Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración propia.

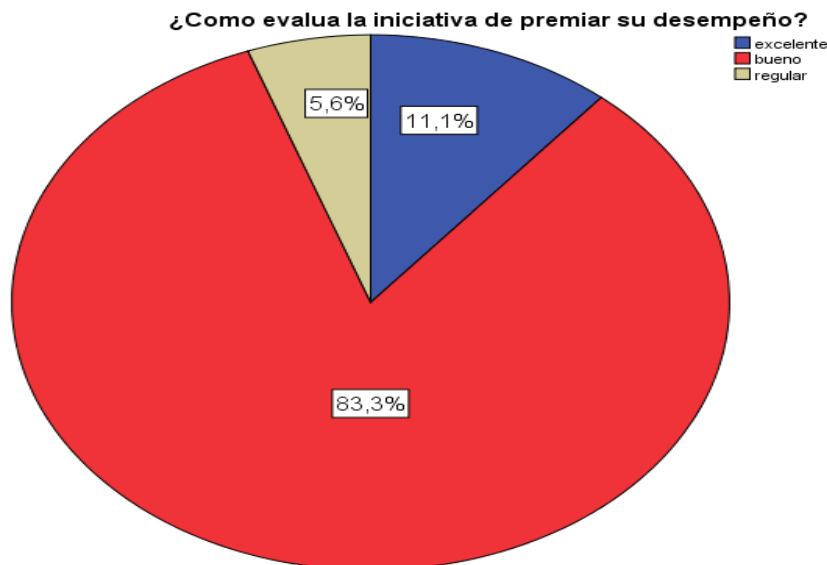


Figura 18: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cómo califica usted la iniciativa de su jefe de premiar su buen desempeño?

Elaboración: propia

Interpretación:

En la tabla 20 y figura 18 que representan a la pregunta ¿Cómo califica usted la iniciativa de su jefe de premiar su buen desempeño? El 83.3 % de los colaboradores encuestados manifiestan que la iniciativa de premiar su desempeño es buena, no obstante, el 5.6 % manifiesta que esta es regular y el 11.1 % manifiesta que es excelente.

Tabla 21: ¿Considera usted que su actual jefe realiza un procedimiento óptimo para castigar alguna acción no favorable de su desempeño?

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	regular	15	83,3
	deficiente	3	16,7
	Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración propia.

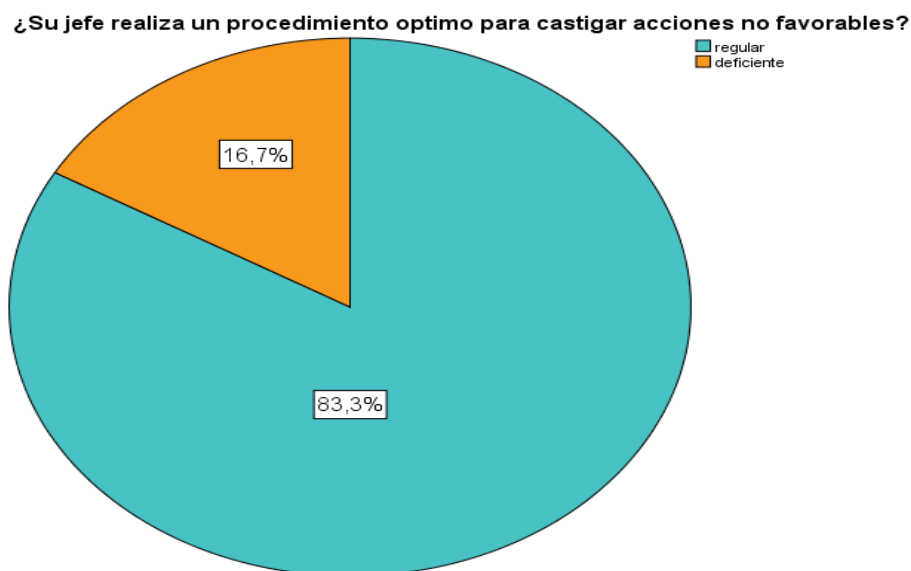


Figura 19: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cómo evalúa usted la iniciativa de brindar plena autonomía a los trabajadores?
Elaboración: propia

Interpretación:

En la tabla 21 y figura 19 que representan a la pregunta ¿Considera usted que su actual jefe realiza un procedimiento óptimo para castigar alguna acción no favorable de su desempeño? el 83.3 % de los colaboradores encuestados manifiesta que el procedimiento del jefe para castigar acciones no favorables es regular, mientras que solo el 16.7 % manifiestan que este procedimiento es deficiente.

Tabla 22: ¿Cómo evalúa usted la iniciativa de brindar plena autonomía a los trabajadores?

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	excelente	4	22,2
	bueno	12	66,7
	regular	2	11,1
	Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración propia.

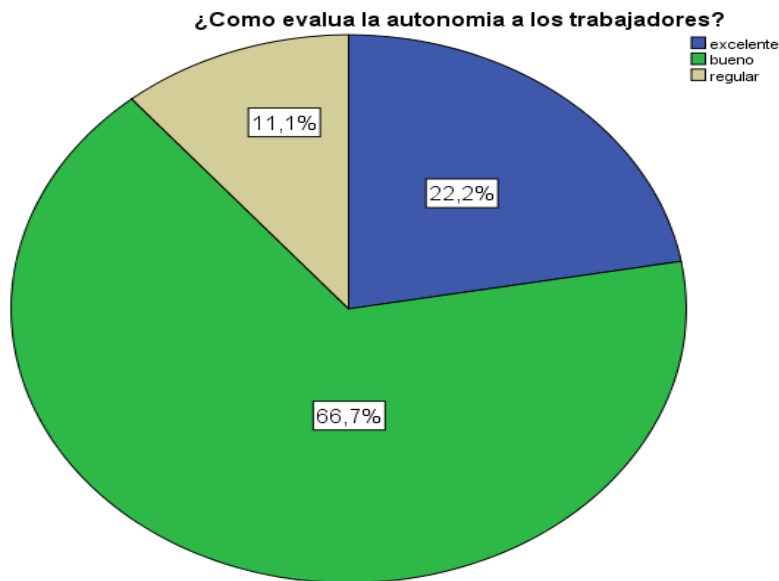


Figura 20: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cómo evalúa usted la iniciativa de brindar plena autonomía a los trabajadores?
Elaboración: propia

Interpretación:

En la tabla 22 y figura 20 que representan a la pregunta ¿Cómo evalúa usted la iniciativa de brindar plena autonomía a los trabajadores? El 66.7 % de los colaboradores manifiestan que la iniciativa de brindar autonomía por el líder es buena opción, mientras que el 11.1 % manifiesta que es regular y el 22.2 % indican que es excelente.

Tabla 23 ¿Cómo califica usted su desempeño y actitud por parte de su jefe reflejada hacia los colaboradores?

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	excelente	2	11,1
	bueno	4	22,2
	regular	12	66,7
	Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración propia

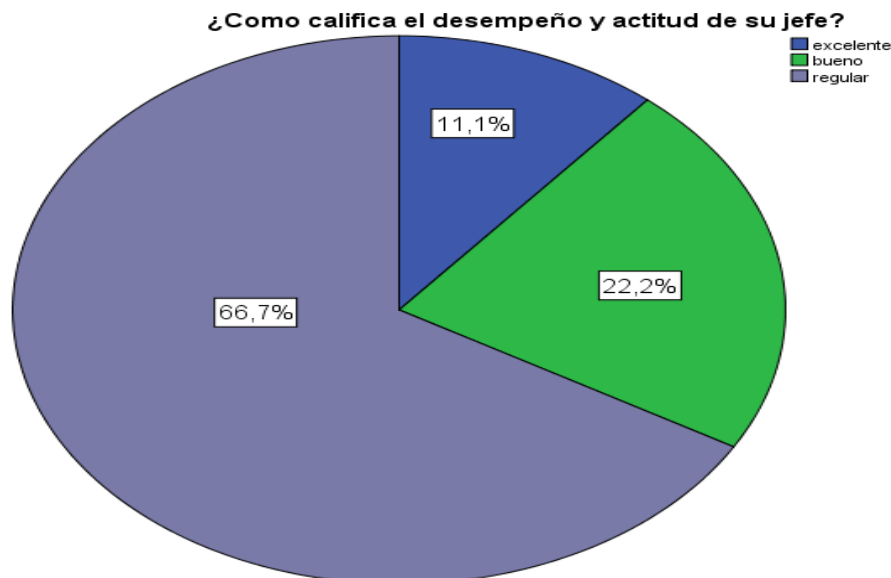


Figura 21: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cómo califica usted su desempeño y actitud por parte de su jefe reflejada hacia los colaboradores?

Elaboración: propia

Interpretación:

En la tabla 23 y figura 21 que representan a la pregunta El 66.7 % manifiesta que el desempeño y actitudes del jefe hacia el trabajador es regular, mientras que solo el 11 % manifiesta que es desempeño es excelente y el 22.2 % indica que el desempeño es bueno.

Tabla 24: ¿Califique usted que la confianza brindada por parte de su jefe influye positivamente en su desempeño?

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	bueno	9	50,0
	regular	7	38,9
	deficiente	2	11,1
	Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración propia

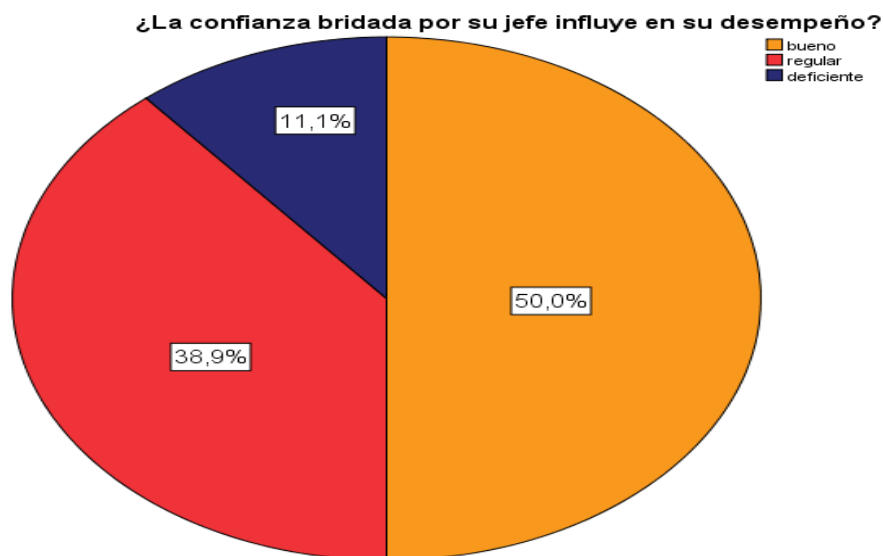


Figura 22: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Califique usted que la confianza brindada por parte de su jefe influye positivamente en su desempeño?
Elaboración: propia.

Interpretación:

En la tabla 24 y figura 22 que representan a la pregunta ¿Califique usted que la confianza brindada por parte de su jefe influye positivamente en su desempeño? El 50.0 % de los colaboradores encuestados manifiestan que la confianza brindada por su jefe influye en su desempeño laboral es buena, mientras que el 11.1 % manifiesta que es deficiente. Y el 38.9% es regular.

5.1.4 Objetivo 04: Identificar los atributos de liderazgo de las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019.

Tabla 25 ¿Cómo evalúa usted el hecho de que su jefe actual encamine a sus colaboradores a ser capaces de tomar sus propias decisiones?

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	excelente	4	22,2
	bueno	12	66,7
	regular	2	11,1
	Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración propia

¿Cómo evalúa el hecho de su jefe encamine a sus trabajadores a tomar buenas decisiones?

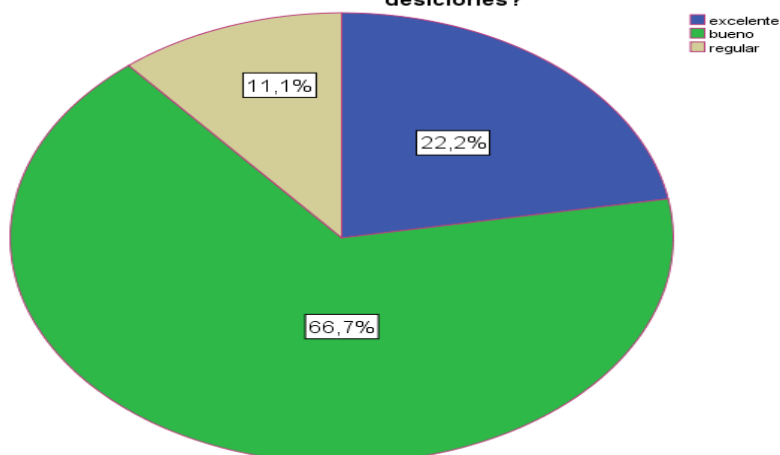


Figura 23: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cómo evalúa usted el hecho de que su jefe actual encamine a sus colaboradores a ser capaces de tomar sus propias decisiones??
Elaboración: propia

Interpretación:

En la tabla 25 y figura 23 que representan a la pregunta ¿Cómo evalúa usted el hecho de que su jefe actual encamine a sus colaboradores a ser capaces de tomar sus propias decisiones? El 66.7 % de los colaboradores manifiesta que la participación de su jefe en la toma de decisiones es buena y solo el 11.1 % de los colaboradores manifiesta que es regular y el 22.2 % excelente.

Tabla 26: ¿Califique usted el nivel en el que su jefe demuestra habilidades y destrezas en el manejo de emociones?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
bueno	6	33,3
regular	12	66,7
Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración propia

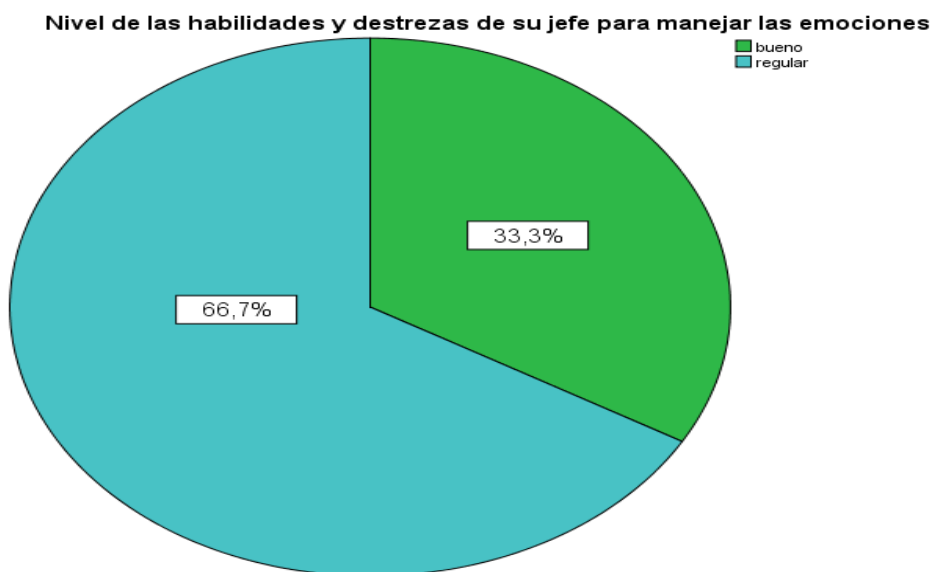


Figura 24: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿califique usted el nivel en el que su jefe demuestra habilidades y destrezas en el manejo de emociones?
Elaboración: propia

Interpretación:

En la tabla 26 y figura 24 que representan a la pregunta: ¿Califique usted el nivel en el que su jefe demuestra habilidades y destrezas en el manejo de emociones? El 66.7 % de los colaboradores encuestados manifiestan que el nivel de habilidades y destrezas de su jefe para manejar las emociones es regular, mientras que el 33.3% manifiesta que es bueno.

Tabla 27: ¿Califique usted el nivel en el que su jefe reconoce y desarrolla el talento humano de sus colaboradores?

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	bueno	4	22,2
	regular	14	77,8
	Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración propia

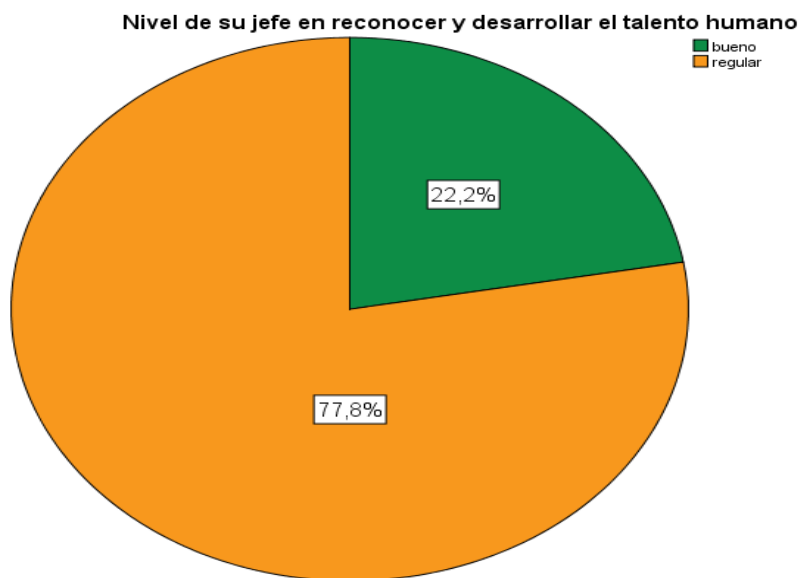


Figura 25: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Califique usted el nivel en el que su jefe reconoce y desarrolla el talento humano de sus colaboradores?

Elaboración: propia

Interpretación:

En la tabla 27 y figura 25 que representan a la pregunta El 77.8% de colaboradores encuestados indicaron como regular el nivel de reconocer el talento humano, mientras que el 22.2% lo indica como bueno.

Tabla 28: ¿Cómo califica usted el hecho de que su jefe cuente con la capacidad de procesar información para facilitar la capacitación?

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	bueno	13	72,2
	regular	5	27,8
	Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración propia

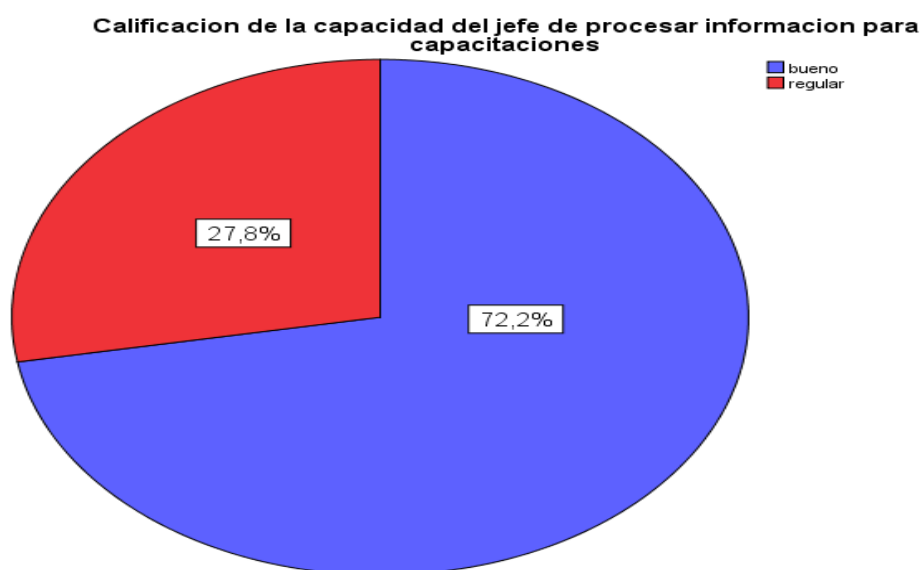


Figura 26: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cómo califica usted el hecho de que su jefe cuente con la capacidad de procesar información para facilitar la capacitación?

Elaboración: propia

Interpretación:

En la tabla 28 y figura 26 que representan a la pregunta ¿Cómo califica usted el hecho de que su jefe cuente con la capacidad de procesar información para facilitar la capacitación? El 72.2 % de los colaboradores encuestados manifiesta que la capacidad del jefe para procesar información en capacitaciones es buena, mientras que el 27.8 % de los encuestados manifiesta que es regular.

Tabla 29: Califique usted el nivel de comunicación por parte de su jefe hacia los colaboradores.

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	bueno	2	11,1
	regular	15	83,3
	deficiente	1	5,6
	Total	18	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración propia

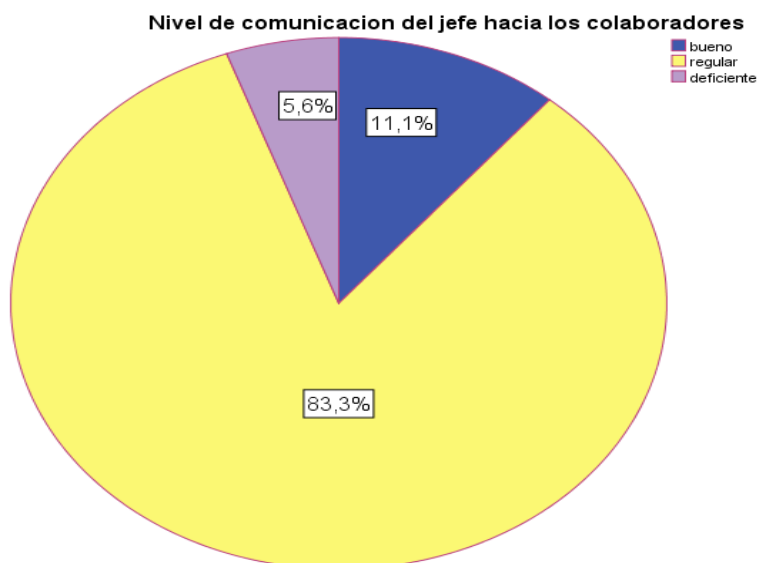


Figura 27: Gráfico circular que representa a la pregunta? Califique usted el nivel de comunicación por parte de su jefe hacia los colaboradores
Elaboración: propia

Interpretación:

En la tabla 29 y figura 27 que representan a la pregunta califique usted el nivel de comunicación por parte de su jefe hacia los colaboradores. El 83.3 % de los colaboradores encuestados manifiesta que el nivel de comunicación del jefe hacia ellos es regular, mientras que el 5.6 % manifiesta que es deficiente y el 11.1 % indicaron que es bueno.

5.2 Análisis de resultados

Resultados demográficos

En el cuadro 2 denominado distribución de los clientes en las zapaterías del mercado central de Piura según su edad. Se observa que del total de las MYPE estudiadas la edad más frecuente del cliente es de 40 años y se encuentra en 5.99%. Según un estudio realizado a nivel nacional por INEI (2017) se demuestra que la edad frecuente de clientes que recurren a los centros de abastos oscilan entre 30 a 45 años, por lo que los resultados del presente estudio están dentro del margen indicado.

Por otro lado, con respecto a la distribución del cliente de las zapaterías en el mercado central de Piura según su estado civil se determinó que el 60.16% de los clientes de las zapaterías del mercado central de Piura son solteros y un 38.84% son casados. Según estudios realizados por INEI en efecto, la población que en el año 2017 declaró ser soltera/o, representó el 38,2%, esta categoría en el año 2018 fue de 41,3%., si bien es cierto el resultado no coincide mantiene la tendencia.

De la misma manera en referencia a distribución del cliente de las zapaterías en el mercado central de Piura según su género la población más frecuente en las zapaterías del mercado central de Piura es del género femenino con un 77.40% y un 22.40% es de género masculino, coincidiendo con estudios de INEI (2017) que indican que las mujeres tienen mayor participación en los centros de abastos a nivel nacional. También se presenta distribución del cliente de las zapaterías en el mercado central de Piura según su nivel de estudios representada en la tabla 4 y gráfica 4 donde el 37.24% de los clientes de las zapaterías del mercado central de Piura cuentan con estudios superiores, un 46.09% tienen nivel secundario y un 16.67 solo cuentan con estudios

primarios. Según estudios INEI a nivel nacional indican que 42.9 en hombres y 34.4 en mujeres registran estudios secundarios, 17.9 y 14.5 registran estudios superiores y 28.3 y 23.7 estudios primarios, esto muestra cierta tendencia con los resultados obtenidos en la presente investigación.

Variable gestión de calidad

5.2.1. Objetivo 1: Determinar los beneficios la calidad de atención en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura 2019.

En la tabla 3 y figura 1 denominada ¿se brinda un servicio de calidad? se ha estimado que un 78,6 % está en desacuerdo con la atención percibida, de este modo se entiende que en la mayoría de las zapaterías del mercado central de Piura desconocen los beneficios de calidad de atención creando en el cliente insatisfacción y disminución de ventas para la empresa.

La problemática anterior contrasta con hallazgos realizados por León 2015 quien encontró en su investigación realizada con clientes del rubro calzado que con la implementación de un sistema de gestión de la calidad, cualquier organización puede alcanzar y demostrar un comportamiento productivo, controlado y sostenido que apunte a los más altos estándares de calidad, reduciendo significativamente en más de 50% de los defectos identificados desde la entrada de materia prima hasta el producto final.

Según Fernández (2015) una buena atención al cliente debe ser una ventaja competitiva, manifestando que una deficiente atención pone en riesgo la fidelización del cliente ya que, si encuentra el producto o servicio en las mismas condiciones, pero

es atendido de una manera más rápida y profesional optará por quedarse con esa empresa.

En la tabla 4 y figura 2 denominada ¿los productos complementarios determinan su compra? los clientes manifestaron estar de acuerdo en un 90.1% que los productos secundarios influyen en su compra, un 5.7% está totalmente de acuerdo, mientras que un 4.2% se muestra en desacuerdo, demostrando que se puede brindar un valor agregado a la venta de calzado para comodidad del cliente y beneficio de la empresa, considerando como alternativas de productos complementarios pasadores en diversos diseños y colores, plantillas, suelas, medias etc.

Estos resultados coinciden con los hallazgos de Zavala (2017) donde indica que la utilización de medios interactivos como la página web y las redes sociales como canal de compra, y ofrecer productos complementarios tiene gran aceptación por parte de nuestro mercado meta que son los consumidores de la era milenios al estar estos sumergidos en todo lo referente a lo digital y la moda.

según Fernández (2015) lograr brindar una buena experiencia a un cliente supone abrir la puerta a la venta de otros productos o servicios. Su objetivo es aumentar los ingresos de una compañía.

En la tabla 5 y figura 3 denominada ¿con su experiencia satisfactoria recomendaría comprar a otros clientes? Donde la opinión del cliente satisfecho influye en un 91.7% en la compra de los próximos clientes. Se puede observar lo beneficioso que es para la

empresa esforzarse en brindar un buen servicio, no solo por incrementar ventas si no para fidelizar clientes y lograr que éste logre recomendar la empresa.

Estos resultados coinciden con los hallazgos de León (2015) que indica que, con la implementación de un sistema de gestión de la calidad, cualquier organización puede alcanzar y demostrar un comportamiento productivo, controlado y sostenido que apunte a los más altos estándares de calidad, reduciendo significativamente en más de 50% de los defectos identificados desde la entrada de materia prima hasta el producto final.

Según Fernández (2015) el denominado boca-a-boca genera una publicidad excelente y gratuita para las empresas que ofrecen un buen servicio y atención a sus clientes.

En la tabla 6 y figura 4 denominada ¿El personal de las zapaterías refleja atención personalizada y de calidad? Los clientes manifestaron en un 45.6% que están de acuerdo que la atención si es personalizada y de calidad. Verificando así una ventaja para la empresa

Estos resultados coinciden con los hallazgos de Acosta (2017) donde indica que el 57,1% conocen la técnica para medir el rendimiento del personal mediante la observación, el 100% respondieron que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, y del trabajador el 71,4% respondieron que la gestión de calidad sí ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización.

Según Fernández (2015) mejora la motivación y ambiente de trabajo, ya que una mala atención al cliente perjudica a los colaboradores, al exponer a estos a las continuas quejas de clientes insatisfechos.

En la tabla 7 y figura 5 denominada ¿ante su queja la zapatería tomo soluciones óptimas? El cliente manifestó un desacuerdo del 71.1% en la decisión que toma la tienda ante un reclamo o queja, un 25.3% se mostró de acuerdo y un 3.1% afirmó estar totalmente de acuerdo. Mostrando así que los empresarios no cuentan con la capacidad de gestionar y aplicar las mejores soluciones para sus clientes.

Estos resultados tienen relación con los hallazgos de Guerra (2015) presentando como conclusiones que las MYPES ubicadas en el mercado central de Piura no cuentan con todos los requisitos exigidos por ley para su correcto funcionamiento, y muchas de ellas carecen de todos estos requisitos cayendo en la informalidad. No cuentan con normatividad interna como reglamentos, directivas o procedimientos para realizar sus operaciones, realizándose éstas en la rutina diaria y sin ninguna prevención.

Según Fernández (2015) Una mejora de la productividad se logra ya que el tiempo empleado en gestionar quejas y devoluciones, por la mala atención, drena recursos de la empresa que pudieran destinarse en otras áreas.

En la tabla 8 y figura 6 denominada ¿la buena atención y el precio accesible facilita su decisión de compra? Un 78.8% manifestó estar de acuerdo en que la buena atención y el precio influye en la compra del cliente. Manifestando así la importancia de brindar una atención de calidad con precios al alcance de todos.

Estos resultados tienen relación con los hallazgos de Urcia (2017) donde indica que Gestión de la Calidad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías del distrito de Chiclayo, tienen claramente establecida su visión, conocen los valores de su negocio, aplican la planificación a las actividades de su negocio, proporcionan

capacitación a sus empleados, existe un fomento del trabajo en equipo y de la motivación y están dispuestos a hacer cambios para que su negocio sea más eficiente.

Según Fernández (2015) indica que el incremento de la rentabilidad se da ya que los clientes accederán a pagar mayores precios, si son atendidos correctamente y no se les hace perder el tiempo en colas o en esperas al teléfono.

En la tabla 9 y figura 7 denominada ¿los medios de comunicación usados por las zapaterías son estratégicos? Donde los clientes manifestaron un desacuerdo del 90.1%.

Estos resultados tienen relación con los hallazgos de Mogrovejo (2018) los procesos de compras y producción, se evidenció un débil control e inspección de las materias primas adquiridas y una falta de organización y estandarización de los procesos.

Según Fernández (2015) Se reducen los gastos en marketing ya que las empresas que ofrecen una deficiente atención a sus clientes se ven necesitadas de realizar mayores gastos en publicidad y relaciones públicas, para así reponer los clientes que pierden constantemente y contrastar los comentarios negativos.

En la tabla 10 y figura 8 denominada ¿una buena atención es el reflejo de trabajadores entrenados y capacitados? El 69,8% de los clientes están de acuerdo con que la buena atención se da por colaboradores capacitados.

Los estudios de Varas (2016) indican que saber, organización del trabajo, la planificación, centralización en las actividades propias. Respecto a las estrategias productivas son: la capacitación, liderazgo en costos, gestión por resultados, eficacia en la administración de los recursos y la evaluación del rendimiento del personal de forma anual.

Según Fernández (2015) la mejora de la imagen y reputación de la empresa: gracias a la eficiente capacidad de brindar atención a los clientes.

En la tabla 11 y figura 9 denominada ¿la ubicación estratégica de las zapaterías aporta una ventaja competitiva? Los clientes manifiestan que están acuerdo 61.7% que la ventaja competitiva se debe a la ubicación estratégica de la tienda.

Los resultados no coinciden con el hallazgo de Urcia (2015) indicando que el poder de negociación de los proveedores es alto (en cuento a precios y costos) y el poder de negociación de los clientes es bajo (por que el cliente no tiene opción a rebajar el precio), se tiene en cuenta la rivalidad con la competencia, el posible ingreso de productos sustitutos y la amenaza de nuevos competidores.

Según Fernández (2015) la Obtención de una ventaja competitiva va con respecto a los competidores, ya que los clientes percibirán la enorme diferencia entre ser bien atendidos y la deficiente atención que proporcionan otras empresas.

5.2.2. Objetivo 2: Conocer la importancia de los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019.

En la tabla 12 y figura 10 denominada ¿recibió buena orientación antes de efectuar la compra? Los clientes manifestaron un desacuerdo del 75.8% con respecto a la orientación recibida.

La problemática anterior coincide con hallazgos realizados por León 2015 donde indica que la implantación de un sistema de gestión de calidad es importante en cualquier tipo de empresa independiente de su tamaño (microempresa, taller artesanal, pequeña mediana o grande empresa) hay una gran predisposición de la “Casa del

Pantanero “para realizar los cambios y mejoras necesarias para tener productos de la más alta calidad.

Según INDECOPI (2019) el enfoque al cliente se da cuando la empresa tiene claro que las necesidades de sus clientes son dinámicas y cambiantes a lo largo del tiempo, además de ser los clientes cada vez más exigentes y por ello cada vez está más informado. Por ello, la empresa no sólo ha de esforzarse por conocer las necesidades y expectativas de sus clientes, sino que ha de ofrecerles soluciones a través de sus productos y servicios logrando de esa manera superar sus expectativas.

En la tabla 13 y figura 11 denominada ¿el colaborador debe mostrar compromiso en la atención? El 66.7 % de los clientes manifiestan que el colaborador debe mostrar en la atención un compromiso al cliente.

La problemática anterior contrasta con hallazgos realizados por Urcia (2017) quien encontró en su investigación realizada con clientes del rubro calzado que las zapaterías del distrito de Chiclayo 2016, que las características de estas zapaterías es que tienen claramente establecida su visión, conocen los valores de su negocio, aplican la planificación a las actividades de su negocio, proporcionan capacitación a sus empleados, existe un fomento del trabajo en equipo y de la motivación y están dispuestos a hacer cambios para que su negocio sea más eficiente.

Según INDECOPI (2019) para lograr el compromiso de las personas se debe tener presente que el personal es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización”.

En la tabla 14 y figura 12 denominada ¿la ubicación y distribución de los productos permite realizar su compra en el momento esperado? El 60.7 % de los clientes encuestados manifiestan desacuerdo con que la distribución y ubicación de productos. La problemática anterior coincide con hallazgos realizados por Mogrovejo (2018) donde indica que, en los procesos de compras y producción, se evidenció un débil control e inspección de las materias primas adquiridas y una falta de organización y estandarización de los procesos. Por ello, para las compras se propusieron formatos de evaluación de proveedores externos y un manual de inspección del cuero obtenido. Para la producción se elaboró un manual de estandarización de los subprocesos productivos y formatos para la especificación y detalle de los calzados. Solucionando las principales falencias de la empresa tales como la falta de uniformidad de los calzados y las compras mal gestionadas.

Según INDECOPI (2019) el enfoque a procesos se da cuando un resultado deseado se alcanza más eficientemente, cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso”. El cambio reside en cómo se tiene la idea de “organización”. Ha dejado de ser una organización por departamentos o áreas funcionales para ser una organización por procesos para poder crear valor a los clientes.

En la tabla 15 y figura 13 denominada ¿las zapaterías le ofrecen algún tipo de descuento en la siguiente compra? El 99.0 % de los clientes encuestados consideran que las zapaterías ubicadas en el mercado central de Piura no proporcionan algún tipo de descuento en los productos ofrecidos.

La problemática anterior coincide con hallazgos realizados por Erraez, Ordoñez (2018) que indica según los resultados de la investigación se corrobora la falta de desarrollo por parte de los gerentes-propietarios en ciertas áreas de planeación estratégica y presupuestaria, recursos humanos, así como la falta de innovación tecnológica lo cual no les permite ser negocios eficientes paralizando el crecimiento de los mismos.

Según INDICOPI (2019) La mejora continua del desempeño global de una organización debe ser un hecho que se logre de manera permanente. La mejora continua de los procesos se consigue siguiendo el ciclo PCDA del Dr. E. Deming que consiste en: Planificar – Desarrollar – Controlar – Actuar, para mejorar.

En la tabla 16 y figura 14 denominada ¿las zapaterías ofrecen variedad, moda, calidad, y precios para decidir por su compra final? el 60.7% de los clientes manifiestan que tales zapaterías no cumplen con estándares de calidad, variedad y moda en los productos.

La problemática anterior coincide con hallazgos realizados por Erraez, Ordoñez (2018) donde se logró identificar que existen empresas en las que todas las responsabilidades asume el dueño del negocio, desde contratar al personal hasta evaluar a los mismo, la falta de innovación y elevados precios lo cual cuando no ha sido favorable, genera problemas en las empresas impidiendo el desarrollo de cada una de las áreas de la empresas que al no poseer el personal adecuado no se gestionan de manera eficiente.

Según INDICOPI (2019) toma de decisiones basada en la evidencia consiste en monitorear y medir los procesos es una actividad que se debe llevar a cabo todos los días, y por todos los empleados de la organización. Gracias a la medición de la eficacia del sistema, es posible encontrar fallas, o lo que no está dando resultado y a partir de

ello efectuar la toma de decisiones basadas en evidencias, lo que se debe ser una cultura en la organización

Variable liderazgo

Datos demográficos

En referencia al cargo que desempeña el colaborador se observa que del total de las MYPE estudiadas el 88.9 % de los colaboradores encuestados son vendedores, mientras el 11.1 % se desempeñan como cajeros. Según un estudio realizado a nivel nacional por INEI (2017). Los puestos más frecuentes en los centros de abastos son de vendedor.

5.2.3. Objetivo 3: determinar los comportamientos del liderazgo en las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019

En la tabla 17 y figura 15 denominadas ¿Considera usted que su jefe le brinda un empuje motivador para mejorar su desempeño? Se ha estimado que el 66.7 % de los colaboradores considera que el empuje que brinda el jefe al colaborador es regular, de este modo se entiende que no todos los empresarios MYPE de las zapaterías del mercado central de Piura conocen la importancia de los comportamientos del liderazgo.

Lo mencionado anteriormente coincide con hallazgos realizados por Guzmán 2017 quien encontró en su investigación que la motivación es muy importante para el desarrollo y aprovechamiento del talento humano y donde es necesario contar con personal con características especiales denominados líderes que ayuden, orienten, controlen, organicen y den atención a un equipo de trabajo dentro de las organizaciones.

Según D'Alessio (2017) el empuje motivador se da a través del Liderazgo transformacional que es el proceso común de líder y sus seguidores para avanzar a un nivel más alto de la moral y la motivación. Es una transformación que produce cambios significativos en la empresa y en las personas que la conforman.

En la tabla 18 y figura 16 denominadas ¿Cómo califica usted la motivación inspiracional que recibe de su líder? Los resultados indican que el 61.1% de los colaboradores manifiesta que la motivación del líder es regular, ello demuestra que, si hay presencia de motivación, pero no la suficiente para se pueda trabajar en equipo en beneficio de la empresa.

Los resultados coinciden con los estudios realizados por Ochoa 2016 quien durante la investigación se han podido entender varios aspectos relacionados con el impacto de la importancia del liderazgo transformacional y sus implicaciones tanto teóricas como prácticas ya que el desarrollo del liderazgo transformacional es efectivo para el incremento de las destrezas y conocimientos transformacionales en un corto plazo.

Según D'Alessio (2017) se podría decir que se trata de un empuje más motivador y próximo al trabajador, y de un ejercicio más importante en la transmisión de los objetivos de la empresa. También se le denomina liderazgo Carismático

En la tabla 19 y figura 17 denominada ¿Considera usted que su jefe le otorga todas las facultades que requiere para realizar sus obligaciones? El 77.8 % de los colaboradores encuestados manifiestan que las facultades que el jefe brinda para realizar las obligaciones son regulares, ello indica que los empresarios MYPE no están aplicando del todo el liderazgo transformacional.

La problemática anterior no coincide con hallazgos realizados por Erráez, Ordoñez (2018) donde indica que se logró identificar que existen empresas en las que todas las responsabilidades asume el dueño del negocio, desde contratar al personal hasta evaluar a los mismo, la falta de innovación y elevados precios lo cual cuando no ha sido favorable, genera problemas en las empresas impidiendo el desarrollo de cada una de las áreas de las empresas que al no poseer el personal adecuado no se gestionan de manera eficiente. Ello denota la falta de participación del personal o estos no cuentan con las herramientas requeridas.

Según D'Alessio (2017) La influencia idealizada y la motivación inspiracional están altamente correlacionadas y, combinadas, miden de alguna manera el carisma. La estimulación intelectual se refiere a los líderes que desafían las normas organizacionales, promueven el pensamiento divergente y empujan a los seguidores a desarrollar estrategias innovadoras.

En la tabla 20 y figura 18 denominada ¿Cómo califica usted la iniciativa de su jefe de premiar su buen desempeño? El 83.3 % de los colaboradores encuestados manifiestan que la iniciativa de premiar su desempeño es buena.

Lo mencionado anteriormente coincide con hallazgos realizados por Medina (2019) donde indica que por lo general los encuestados consideran que, para mejorar y potenciar su desempeño dentro de su puesto laboral, ellos deben de estar comprometidos e implicados tanto intelectual como emocionalmente con la tienda, tener la capacidad para cumplir con las actividades dentro del tiempo requerido y finalmente sentirse parte de la tienda y ser recompensados por el desempeño óptimo de sus funciones. Estas herramientas permitirán que los trabajadores, se sientan

incentivados e involucrados con el crecimiento y desarrollo de la MYPE, como con el cumplimiento de los objetivos a corto y largo plazo que esta tenga.

Según D'Alessio (2017) Este comportamiento llamado Liderazgo transaccional está basado en el intercambio de recompensas entre el líder y los miembros de su equipo. Los seguidores realizan su labor y a cambio el líder les proporciona recompensas económicas o de otro tipo. Es un liderazgo por recompensa condicionada.

En la tabla 21 y figura 19 denominada ¿Considera usted que su actual jefe realiza un procedimiento óptimo para castigar alguna acción no favorable de su desempeño? el 83.3 % de los colaboradores encuestados manifiestan que el procedimiento del jefe para castigar acciones no favorables es regular.

Lo mencionado anteriormente coincide con hallazgos realizados por Barrientos Báez (2018) de acuerdo al desarrollo de los indicadores, el 83.3 % de los líderes consideran que la actitud personal positiva es muy importante para ejercer un buen liderazgo, de la misma forma el respeto por los demás que es un valor digno de practicarlo, mediante la cual se manifiestan las ideas, deseos, opiniones, sentimientos o derechos de manera congruente, clara, directa sin la intención de herir o perjudicar a nadie.

Según D'Alessio (2017) El comportamiento del liderazgo transaccional es la recompensa contingente, en la cual el comportamiento del liderazgo se enfoca en el intercambio de recursos: los líderes proveen a sus seguidores de recursos o soporte tangible e intangible, por el intercambio de esfuerzo y desempeño.

En la tabla 22 y figura 20 denominada ¿Cómo evalúa usted la iniciativa de brindar plena autonomía a los trabajadores? El 66.7 % de los colaboradores manifiestan que la iniciativa de brindar autonomía por el líder es buena opción.

Lo mencionado anteriormente coincide con hallazgos realizados por Medina (2019) donde indica que se obtuvieron resultados que indican que los tipos de liderazgo más practicados en las MYPE investigadas son: El liderazgo participativo, que promueve el diálogo entre los pertenecientes a la organización, siguiendo el Lid. Autoritario, se muestra en el carácter firme del líder para afrontar situaciones difíciles que se presentan en la tienda, el liderazgo delegativo o *laissez faire* permite a los trabajadores tener autonomía en el desempeño de funciones y decisiones, cuando se encuentre ausente el líder.

Según D'Alessio (2017) El liderazgo *laissez faire* o conocido también como el liderazgo pasivo, *laissez faire* viene del francés que significa “Dejar hacer”. En este comportamiento de liderazgo, el líder tiene un papel más pasivo y sus seguidores son los que toman la mayor responsabilidad en las decisiones

En la tabla 23 y figura 21 denominada ¿Cómo califica usted su desempeño y actitud por parte de su jefe reflejada hacia los colaboradores? El 66.7 % manifiesta que el desempeño y actitudes del jefe hacia el trabajador es regular, esto muestra que hay cierta disconformidad y que los empresarios deben trabajar en mejorar.

Lo mencionado anteriormente coincide con hallazgos realizados por Castillo Enríquez (2018) indicando que la gestión de los gerentes no está basada en el liderazgo en las micro pequeñas empresas del sector servicios rubro empresas de seguridad, en el Distrito Trujillo 2017. Los gerentes en su mayoría no conocen de herramientas de gestión empresarial como: Benchmarking, Reingeniería, Calidad total Empowerment, Outsourcing y el downsizing para valerse en el logro de objetivos, en cuanto a su gestión si está enfocada completamente al cliente, que se sienten líderes y que algunas

veces integra a todos los colaboradores al momento de dar indicaciones para la mejora de servicios.

Según D'Alessio (2017) Los líderes laissez faire, saben que manejan gente de mucho profesionalismo o conocen bien su trabajo por lo cual le dejan a ellos la responsabilidad de tomar decisiones delicadas. Sin embargo, algunos líderes laissez faire fracasan al dar liderazgo y motivación cuando muchos de sus empleados no cuentan con el potencial para trabajar por si solos.

En la tabla 24 y figura 22 denominada ¿Califique usted que la confianza brindada por parte de su jefe influye positivamente en su desempeño? El 50.0 % de los colaboradores encuestados manifiestan que la confianza brindada por su jefe influye en su desempeño laboral es buena.

Lo mencionado anteriormente coincide con hallazgos realizados por Castillo Enríquez (2018) Los empleados consideran que la gestión de la gerencia si está enfocada al liderazgo, que los lideres si son importantes en la gestión de la empresa, que el tipo de liderazgo que predomina en el sector es el carismático que tiene una influencia en el clima organizacional de la empresa, que la habilidad conceptual es la más desarrollada por los líderes y que los empleados encuestados se sienten bastante libres para hablar con los superiores sobre el trabajo que sus supervisores le brindan la motivación necesaria para realizar con éxito su trabajo.

Según D'Alessio (2017) Los líderes deben conducir a sus subordinados influenciándolos de manera positiva y desarrollando con ellos las actividades y estrategias que permitan a la organización alcanzar los objetivos que la lleven hacia la visión establecida.

5.1.4 Objetivo 04: Identificar los atributos de liderazgo de las MYPE rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, año 2019.

En la tabla 25 y figura 23 denominada ¿Cómo evalúa usted el hecho de que su jefe actual encamine a sus colaboradores a ser capaces de tomar sus propias decisiones? El 66.7 % de los colaboradores manifiesta como bueno el hecho de que su jefe actual los encamine a la toma de decisiones.

Lo mencionado anteriormente contrasta con hallazgos realizados por Paredes Morán (2017) pero se mantiene en la tendencia, quien indica que se identificó el nivel de las habilidades gerenciales en la toma de decisiones encontrándose que la MYPE Paredes posee un nivel alto con un 60% debido a que el gerente determina las causas de los problemas antes de tomar una decisión; la MYPE Gianpierre posee un nivel medio con un 73.33% y la MYPE Contiex un nivel medio con un 60%, debido a que los gerentes rara vez toman decisiones acertadas ante los problemas.

Según D'Alessio (2017) Los dominios de la personalidad y sus facetas están presentes en el accionar gerencial, y que algunos gerentes tengan un mayor valor en ciertos dominios, señala su relación con los comportamientos del liderazgo.

En tabla 26 y figura 24 denominadas ¿Califique usted el nivel en el que su jefe demuestra habilidades y destrezas en el manejo de emociones? El 66.7 % de los colaboradores encuestados manifiestan que el nivel de habilidades y destrezas de su jefe para manejar las emociones es regular.

Lo mencionado anteriormente contrasta con hallazgos realizados por Barrientos Báez (2018) quien indica que en relación a las características de la inteligencia emocional de las micro y pequeñas empresas, del rubro venta de ropas femeninas en el distrito de

Ayacucho, se tiene que el nivel de la inteligencia emocional de los líderes es alta, debido a que el 90% de los líderes tienen el control de sus emociones, considerando que tienen capacidad de sentir, entender, controlar y modificar los estados anímicos propios y ajenos, son empáticos con sus colaboradores y clientes con lo que consigue mayores beneficios y satisfacción en el trabajo, desarrollando mejores relaciones humanas con su personal y clientes, para los líderes de estas MYPES el control de las emociones es muy importante para hacer el trabajo de la mejor manera.

Según D'Alessio (2017) La inteligencia emocional es crucial en el líder. Al usar esta inteligencia puede liderar adecuadamente al saber entender, percibir y manejar las emociones y usarla como un facilitador para su pensamiento.

En la tabla 27 y figura 25 denominadas ¿Califique usted el nivel en el que su jefe reconoce y desarrolla el talento humano de sus colaboradores? El 77.8% de colaboradores encuestados indicaron como regular el nivel de reconocer el talento humano.

Lo mencionado anteriormente contrasta con hallazgos realizados por Erráz, Ordoñez (2018) donde dice que las empresas que al no poseer el personal adecuado no se gestionan de manera eficiente, situación que de acuerdo a la evaluación hecha hacia los productores de los gremios de Cuenca, Gualaceo y Chordeleg se genera debido a que el 55% de gerentes o propietarios solo tiene educación primaria, lo cual no permite una adecuada gestión del personal, provocando la falta de competitividad en las empresas limitando la productividad de las mismas.

Según D'Alessio (2017) Con el pensamiento crítico en el ser humano muestra una serie de habilidades relacionadas con este pensamiento crítico, como son: (a) la actitud

de investigación que involucra una habilidad para reconocer la existencia de problemas y una necesidad para evidenciar qué es lo que debe considerarse como verdadero (b) el conocimiento de la validez de la interferencia, abstracciones y generalizaciones y las habilidades en el empleo y la aplicación de las actitudes y del conocimiento

En la tabla 28 y figura 26 denominada ¿Cómo califica usted el hecho de que su jefe cuente con la capacidad de procesar información para facilitar la capacitación? El 72.2 % de los colaboradores encuestados manifiesta que la capacidad del jefe para procesar información en capacitaciones es buena.

Lo mencionado anteriormente coincide con hallazgos realizados por Castillo Enríquez (2018) si está enfocada completamente al cliente, que se sienten líderes y que algunas veces integra a todos los colaboradores al momento de dar indicaciones para la mejora de servicios y la forma de motivar que utiliza para que los empleados logren sus metas es brindándoles un ambiente agradable de trabajo.

Según D'Alessio (2017) aplicando la inteligencia emocional, la ética y sus perspectivas, la integridad percibida del líder y la creatividad e innovación en ser humano son importantes al influir en los comportamientos posibles del liderazgo, el cual se debe poner en práctica, ejerciéndolo con objetivos claros, usualmente estratégicos y de largo plazo.

En la tabla 29 y figura 27 denominada califique usted el nivel de comunicación por parte de su jefe hacia los colaboradores, El 83.3 % de los colaboradores encuestados manifiesta que el nivel de comunicación del jefe hacia ellos es regular.

Lo mencionado anteriormente contrasta con hallazgos realizados por Paredes Morán (2017) quien indica que se determinó el nivel de las habilidades gerenciales en las MYPES de Calzado Paredes, Gianpierre y Contiex, demostrándose que la empresa de Calzados Paredes posee las habilidades de manejo de conflictos con un nivel alto de 66.67%, motivación con un nivel alto de 66.67% y liderazgo con un nivel alto de 100%.

Según D'Alessio (2017) la Inteligencia emocional estratégica: presenta como ramas la comprensión de las emociones y el manejo de las emociones. En áreas hay cambios, mezclas, administración emocional y relaciones emocionales.

VI. CONCLUSIONES

Respecto a los beneficios de la calidad de atención que aplican las MYPES en el rubro zapaterías, se determinó que las referencias positivas de una buena atención percibida por los clientes permiten recomendar la empresa; los gastos de marketing se mantienen debido a que las MYPE en estudio no utiliza medios de comunicación estratégicos, con respecto a fidelidad y lealtad el cliente no recibe una atención de calidad, del mismo modo no se logra un aumento en la productividad. Y en lo que concierne a la obtención de una ventaja competitiva si se logró ya que existe una ubicación estratégica de las zapaterías en estudio. Es por ello que sugiero enfatizar en el entrenamiento del personal para brindar una atención de calidad que cumpla las expectativas del cliente y que se destine el tiempo y recursos necesarios por parte del empresario MYPE.

En cuanto al factor principios de gestión de calidad que aplican las MYPES en el rubro zapaterías, se conoció que la mejora continua no es aplicada, debido a que no se ejecutan acciones para obtener una mayor calidad en productos y servicios, el enfoque al cliente no se aplica en su totalidad ya que no se brinda una buena orientación al cliente, en lo que respecta al compromiso de las personas se indicó que el colaborador debe mostrar compromiso al momento de la atención, con respecto a la toma de decisiones basado en la evidencia tiene falencias ya que no se toman precauciones para detectar incidencias y poder evitarlas, en lo que se refiere a enfoque a procesos no está presente en mayor dimensión ya que no se logra los objetivos definidos y la satisfacción del cliente. Es por ello que se sugiere la aplicación de los principios de gestión de calidad por parte de los empresarios encargados.

Respecto a la dimensión comportamientos del liderazgo que aplican las MYPES en el rubro zapaterías, se determinó que en el liderazgo transaccional los líderes mantienen un desarrollo regular al momento de castigar una acción no favorable de los colaboradores; del mismo modo tiene tendencia positiva la iniciativa de premiar su buen desempeño, en lo que concierne al liderazgo transformacional su desarrollo es regular debido a que no se logra un vínculo de confianza y una fluida comunicación buscando transformar al colaborador por medio de valores y principios. Con respecto al liderazgo pasivo evitativo tiene acogida, pero no es aplicado en todos los ámbitos debido a que los colaboradores no cuentan con la capacidad ni experiencia para cumplir funciones delegadas.

En relación a la dimensión atributos del liderazgo con los que cuenta el empresario MYPE del rubro zapaterías se identificó que la inteligencia emocional tiene una presencia regular debido a que no hay fluidez de comunicación y los empresarios no demuestran habilidades y destrezas en el manejo de emociones, en lo que se refiere al pensamiento crítico tiene una tendencia regular debido a que se reconoce el talento humano de los colaboradores y el empresario cuenta con la capacidad de procesar información, por otro lado la personalidad no se desarrolla eficientemente ya que los propietarios tienen dificultad para relacionarse con las demás personas y no expresan sus opiniones de forma clara.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, D. (2019) *Diario Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html/?ref=gesr>
- Acosta, M. R. Acosta, M. R. (2017).). *Gestión de calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote*. Uladech católica.
- Balletich E. (2015). Las MYPES están haciendo crecer a Piura. Obtenido de <http://udep.edu.pe/hoy/2012/las-mypes-estan-haciendo-crecer-piura/>
- CEPLAN. (2016) *Ceplan.gob.pe*. Obtenido de <https://www.ceplan.gob.pe/wp-content/uploads/2018/01/PDRC-2016-2021-VF2.pdf>
- Cuatrecasas. L. _ Gonzales. J. (enero del 2017). *Gestión Integral de Calidad*. España. Quinta Edición. Profit editorial.
- Canario. H. (2019). *Qué es el Liderazgo: Importancia, estilos, habilidades Y mitos*. Economiatic.com. Obtenido de <https://economiatic.com/liderazgo/>
- D’Alessio. F. (2017). *Liderazgo y Atributos Gerenciales una visión global y estratégica*. Perú. Segunda Edición. Pearson
- Económica (2015). Las MYPES son “*motor de crecimiento económico en América Latina*” Perú
- Escudero. M. (2015). *Servicios de Atención Comercial*. España. Editorial Editex S.A.
- ESAN. (2018) *Ética y liderazgo empresarial: ¿cómo ser un líder ético?* Esan.edu.pe. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/06/etica-y-liderazgo-empresarial-como-ser-un-lider-etico/>
- Hernández. S. (2016). *Metodología de la Investigación*. México Sexta Edición. McGRAW-HIL.

- INDECOPI (2019). *Principios de la gestión de la calidad*. Indecopi.gob.pe. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/principios-de-gestion-de-la-calidad>
- Diario La República. (2017). *Productos chinos afectan la industria del calzado*. Perú.
- López. P_ Fachelli. S (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. España 1ª Edición: Departamento de Sociología. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Mogrovejo, M. R., M. R. (2018). *Propuesta de implementación de un sistema de gestión de la calidad en base a la norma iso 9001:2015 en una empresa de fabricación de calzados de cuero femenino ubicada en Lima metropolitana* Pontificia Universidad Católica del Perú Lima
- Mincetur. (Junio de, 2017). *Mincetur, com*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/reporte_regional/RRC_Piura_2017.pdf
- Montero, S. E. (2015). *Formulación del diseño de propuesta del sistema de gestión de calidad, bajo la norma iso 9001:2008, para calzado “la casa del Pantanero*. Ecuador: Universidad politécnica Salesiana.
- Palacios. A. (2018). *Perú: situación de micro y pequeñas empresas*. Obtenido de connuestroperu.com. <https://www.connuestroperu.com/economia/58055-peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas>
- Patiño. A. (2019). El liderazgo se gana, no se impone – Las 10 características de un buen líder. Inconfundiblemnte.com. Obtenido de <https://www.inconfundiblemente.com/blog/el-liderazgo/>
- Pérez. J. Gardey. A. (2016). *Sistema de Gestión de Calidad*. <https://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/><https://www.aiteco.com/liderazgo-etico/>
- Raffino. M. (2019). *Liderazgo Ético: Fundamento, Definición y Características*.

Aiteco.com. Obtenido de <https://www.aiteco.com/liderazgo-etico/>

Raffino. M. (2019). *Liderazgo*. Obtenido de: <https://concepto.de/liderazgo-2/>.

SUPERINTENDENCIA DE BANCA Y SEGUROS. (octubre,2018).

SBS.gob.p. Obtenido de <http://www.sbs.gob.pe/supervisados-y-registros/empresas-supervisadas/directorio-del-sistema-financiero/cajas-municipales>

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2015). Decreto Legislativo que Aprueba la ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de las Micro y Pequeña empresa y del acceso al Empleo decente. Obtenido <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>.

.

Urcia, K. Y. (2017). *Caracterización de la gestión de la calidad y competitividad de las mypes del sector comercial, rubro de zapaterías del distrito de Chiclayo*. Uladech católica.

Zavala, E. E. (2017). *Comercialización de calzado personalizado para damas localizado en la ciudad de Guayaquil*. Ecuador: Uuniversidad de Guayaquil.

ANEXOS

anexo 01: Cuestionario



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Gestión de calidad y el Liderazgo en las MYPE rubro zapaterías del Mercado central de Piura, año 2019, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad.....Estado civil.....Género
.....

Nivel de estudios.....

1. ¿Es usted cliente de las zapaterías del mercado central de Piura?

Sí.....

No.....

2. ¿Considera usted que las veces que frecuenta las zapaterías del mercado central de Piura se le brinda un servicio de calidad?

De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

3. ¿Considera usted que los productos complementarios que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura determinan la decisión de compra del producto principal?

a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

4. ¿Las veces que ha frecuentado las zapaterías del mercado central de Piura su experiencia de satisfacción le ha permitido recomendar a otros clientes?

- a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

5. ¿Considera usted que el clima en el que se desenvuelve el personal de las zapaterías del mercado central de Piura refleja atención personalizada y de calidad?

- a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

6. ¿Considera usted que las veces que ha presentado un reclamo y/o queja la zapatería tomó una alternativa de solución óptima?

- a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

7. ¿Considera usted que al percibir una buena atención y un precio accesible del producto esto facilita su decisión de compra?

- a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

8. ¿Considera usted que el presupuesto asignado para la adquisición de calzado se incrementó en referencia al año anterior?

- a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

9. ¿Considera usted que los medios de comunicación que emplean las

zapaterías del mercado central de Piura para promocionar sus productos son estratégicos?

- a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

10. ¿Considera usted que una buena atención es el reflejo de colaboradores entrenados y capacitados en el área respectiva?

- a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

11. ¿Considera usted que la ubicación estratégica de las zapaterías del mercado central Piura aporta a una ventaja competitiva?

- a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

12. ¿Considera usted que ha recibido una buena orientación antes de efectuar la compra?

- a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

13. Considera usted que el colaborador debe mostrar compromiso al momento de la atención

- a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

14. ¿Verifica usted que la ubicación y distribución de los productos de calzado

que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura le permiten realizar su compra en el momento esperado?

- a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

15. ¿Considera usted que en las zapaterías del mercado central de Piura le ofrecen algún tipo de cupón de descuento para su siguiente compra?

- a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo

16. ¿Considera usted que las zapaterías del mercado central de Piura le ofrecen las opciones de variedad, moda, calidad y precio que le permiten decidir por la compra final?

- a) De acuerdo b) Totalmente de acuerdo c) En desacuerdo



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer Gestión de calidad y el Liderazgo en las MYPE rubro zapaterías del Mercado central de Piura, año 2019, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad.....Estado civil..... Género
.....

Nivel de estudios.....

Cargo que desempeña actualmente.....

1. ¿Considera usted que su empleador desarrolla algún comportamiento de liderazgo?

Sí _____

No _____

2. Califique usted la acción de su jefe de brindar un empuje motivador para mejorar su desempeño

a) Excelente b) bueno c) regular d) deficiente

3. ¿Cómo califica usted la motivación inspiracional que recibe de su líder?

a) Excelente b) bueno c) regular d) deficiente

4. ¿Considera usted que su jefe le otorga todas las facultades que requiere para realizar sus obligaciones?

a) Excelente b) bueno c) regular d) deficiente

5. ¿Cómo califica usted la iniciativa de su jefe de premiar su buen desempeño?

a) Excelente b) bueno c) regular d) deficiente

6. ¿Cómo evalúa usted la iniciativa de brindar plena autonomía a los trabajadores?

a) Excelente b) bueno c) regular d) deficiente

7. ¿Considera usted que su actual jefe realiza un procedimiento óptimo para castigar alguna acción no favorable de su desempeño?

Excelente b) bueno c) regular d) deficiente

8. ¿Cómo califica usted su desempeño y actitud por parte de su jefe reflejada hacia los colaboradores?

a) Excelente b) bueno c) regular d) deficiente

9. ¿Califique usted que la confianza brindada por parte de su jefe influye positivamente en su desempeño?

- a) Excelente b) bueno c) regular d) deficiente

10. ¿Cómo evalúa usted el hecho de que su jefe actual encamine a sus colaboradores a ser capaces de tomar sus propias decisiones?

- a) Excelente b) bueno c) regular d) deficiente

11. ¿Califique usted el nivel en el que su jefe demuestra habilidades y destrezas en el manejo de emociones

- a) Excelente b) bueno c) regular d) deficiente

12. ¿Califique usted el nivel en el que su jefe reconoce y desarrolla el talento humano de sus colaboradores?

- a) Excelente b) bueno c) regular d) deficiente

13. ¿Cómo califica usted el hecho de que su jefe cuente con la capacidad de procesar información para facilitar la capacitación?

- a) Excelente b) bueno c) regular d) deficiente

14. Califique usted el nivel de comunicación por parte de su jefe hacia los colaboradores.

- a) Excelente b) bueno c) regular d) deficiente

Anexo 02: Piloto del instrumento

Análisis de fiabilidad

Gestión de Calidad y Liderazgo: Zapaterías – Mercado Central de Piura

El análisis de fiabilidad del instrumento se realizó bajo el criterio de coeficiente alfa de Cronbach en base a una muestra piloto escogida aleatoriamente del 10 % del tamaño de muestra. El cual arrojó un total de casos de 38 y 15 ítems (Variables de Estudio).

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	38	100 %
	Excluidos	0	0 %
	Total	38	100 %

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,707	15

Interpretación: El Alfa de Cronbach para este instrumento es de 0.707 es decir mide la Gestión de calidad basada en la opinión del cliente con un 70.7 % de fiabilidad. La encuesta elaborada presenta fiabilidad aceptable.

Evidencia 1: encuesta a colaborador “Negocios Audaz”



Evidencia 2: encuesta a cliente “zapatería Venus”



Anexo 03: Libro de códigos

Tabla 3 ¿Considera usted que las veces que frecuenta las zapaterías del mercado central de Piura se le brinda un servicio de calidad?

		Valor	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿se brinda servicio de calidad?	
	Tipo	Numérico	
	Medición	Nominal	
Valores válidos	1	de acuerdo	20,6%
	2	totalmente de acuerdo	0,8%
	3	en desacuerdo	78,6%

Tabla 4 ¿considera usted que los productos complementarios que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura determinan la decisión de compra del producto principal?

		Valor	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿los productos complementarios determinan su compra?	
	Tipo	Numérico	
	Medición	Nominal	
Valores válidos	1	de acuerdo	90,1%
	2	totalmente de acuerdo	5,7%
	3	en desacuerdo	4,2%

Tabla 5 ¿las veces que ha frecuentado las zapaterías del mercado central de Piura su experiencia de satisfacción le ha permitido recomendar a otros clientes?

		Valor	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿con su experiencia recomendaría comprar a otros clientes?	
	Tipo	Numérico	
	Medición	Nominal	
Valores válidos	1	de acuerdo	91,7%
	2	totalmente de acuerdo	3,9%
	3	en desacuerdo	3,9%
Valores perdidos	Sistema		0,5%

Tabla 6 ¿Considera usted que el clima en el que se desenvuelve el personal de las zapaterías del mercado central de Piura refleja atención personalizada y de calidad?

		Valor	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿el personal de las zapaterías refleja atención personalizada y de calidad?	
	Tipo	Numérico	
	Medición	Nominal	
Valores válidos	1	de acuerdo	45,6%
	2	totalmente de acuerdo	16,7%
	3	en desacuerdo	37,2%
Valores perdidos	Sistema		0,5%

Tabla 7 ¿Considera usted que las veces que ha presentado un reclamo y/o queja la zapatería tomó una alternativa de solución óptima?

		Valor	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿ante su queja la zapatería tomo decisiones optimas?	
	Tipo	Numérico	
	Medición	Nominal	
Valores válidos	1	de acuerdo	25,3%
	2	totalmente de acuerdo	3,1%
	3	en desacuerdo	71,1%
Valores perdidos	Sistema		0,5%

Tabla 8 ¿Considera usted que al percibir una buena atención y un precio accesible del producto esto facilita su decisión de compra?

		Valor	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿la buena atención y el precio accesible facilita su decisión de comprar?	
	Tipo	Numérico	
	Medición	Nominal	
Valores válidos	1	de acuerdo	76,8%
	2	totalmente de acuerdo	21,9%
	3	en desacuerdo	0,8%
Valores perdidos	Sistema		0,5%

Tabla 9 ¿Considera que el presupuesto asignado para la adquisición de calzado incremento en referencia al año anterior?

		Valor	Porcentaje	
Atributos estándar	Etiqueta	¿el presupuesto para la adquisición de calzado incremento?		
	Tipo	Numérico		
Valores válidos	Medición	1	de acuerdo	88,5%
		2	totalmente de acuerdo	2,9%
		3	en desacuerdo	8,1%
Valores perdidos	Sistema		0,5%	

Tabla 10 ¿Considera usted que los medios de comunicación que emplean las zapaterías del mercado central de Piura para promocionar sus productos son estratégicos?

		Valor	Porcentaje	
Atributos estándar	Etiqueta	¿los medios comunicación usados por las zapaterías son estratégicos?		
	Tipo	Numérico		
Valores válidos	Medición	1	de acuerdo	8,9%
		2	totalmente de acuerdo	1,0%
		3	en desacuerdo	90,1%

Tabla 11 ¿Considera usted que una buena atención es el reflejo de colaboradores entrenados y capacitados en el área respectiva?

		Valor	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿una buena atención es el reflejo de colaboradores entrenados y capacitados?	
	Tipo	Numérico	
	Medición	Nominal	
Valores válidos	1	de acuerdo	69,8%
	2	totalmente de acuerdo	29,4%
	3	en desacuerdo	0,8%

Tabla 12 ¿Considera usted que la ubicación estratégica de las zapaterías del mercado central Piura aporta a una ventaja competitiva?

		Valor	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿la ubicación estratégica de las zapaterías aporta una ventaja competitiva?	
	Tipo	Numérico	
	Medición	Nominal	
Valores válidos	1	de acuerdo	61,7%
	2	totalmente de acuerdo	36,7%
	3	en desacuerdo	1,6%

Tabla 13 ¿Considera usted que ha recibido una buena orientación antes de efectuar la compra?

		Valor	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿tuvo buena orientación antes de efectuar la compra?	
	Tipo	Numérico	
	Medición	Nominal	
Valores válidos	1	de acuerdo	21,4%
	2	totalmente de acuerdo	2,9%
	3	en desacuerdo	75,8%

Tabla 14 ¿Considera usted que el colaborador debe mostrar compromiso al momento de la atención?

		Valor	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿el colaborador debe mostrar compromiso en la atención?	
	Tipo	Numérico	
	Medición	Nominal	
Valores válidos	1	de acuerdo	66,7%
	2	totalmente de acuerdo	33,3%
	3	en desacuerdo	0,0%

Tabla 15 ¿Verifica usted que la ubicación y distribución de los productos de calzado que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura le permiten realizar su compra en el momento esperado?

		Valor	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿la ubicación y distribución de productos permiten realizar su compra en el momento esperado?	
	Tipo	Númérico	
	Medición	Nominal	
Valores válidos	1	de acuerdo	38,0%
	2	totalmente de acuerdo	1,0%
	3	en desacuerdo	60,7%
Valores perdidos	Sistema		0,3%

Tabla 16 ¿Considera usted que en las zapaterías del mercado central de Piura le ofrecen algún tipo de cupón de descuento para su siguiente compra?

		Valor	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿las zapaterías le ofrecen algún tipo de descuento en la siguiente compra?	
	Tipo	Númérico	
	Medición	Nominal	
Valores válidos	1	de acuerdo	0,8%
	2	totalmente de acuerdo	0,3%
	3	en desacuerdo	99,0%

Tabla 17 ¿las zapaterías le ofrecen variedad, moda, calidad y precios para decidir por su compra final?

		Valor	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿las zapaterías le ofrecen variedad, moda, calidad y precios para decidir por su compra final?	
	Tipo	N Numérico	
	Medición	N Nominal	
Valores válidos	1	de acuerdo	39,3%
	2	totalmente de acuerdo	0,0%
	3	en desacuerdo	60,7%

Variable liderazgo

Tabla 17 Califique usted la acción de su jefe de brindar un empuje motivador para mejorar su desempeño

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿Su jefe le brinda empuje para mejorar su desempeño?		
	Tipo	Numérico		
	Formato	F1		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	excelente	0	0,0%
	2	bueno	2	11,1%
	3	regular	12	66,7%
	4	deficiente	4	22,2%

Tabla 18 ¿Cómo califica usted la motivación inspiracional que recibe de su líder?

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿Cómo califica la motivación de su líder?		
	Tipo	Numérico		
	Formato	F1		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	excelente	0	0,0%
	2	bueno	3	16,7%
	3	regular	11	61,1%
	4	deficiente	4	22,2%

Tabla 19 ¿Considera usted que su jefe le otorga todas las facultades que requiere para realizar sus obligaciones?

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿Su jefe le otorga facultades para realizar sus obligaciones?		
	Tipo	Numérico		
	Formato	F1		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	excelente	0	0,0%
	2	bueno	2	11,1%
	3	regular	14	77,8%
	4	deficiente	2	11,1%

Tabla 20 ¿Cómo califica usted la iniciativa de su jefe de premiar su buen desempeño?

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿Cómo evalúa la iniciativa de premiar su desempeño?		
	Tipo	Numérico		
	Formato	F1		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	excelente	2	11,1%
	2	bueno	15	83,3%
	3	regular	1	5,6%
	4	deficiente	0	0,0%

Tabla 21 ¿Cómo evalúa usted la iniciativa de brindar plena autonomía a los trabajadores?

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿Cómo evalúa la autonomía a los trabajadores?		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F1		
	Medida	N Nominal		
	Papel	E Entrada		
Valores válidos	1	excelente	4	22,2%
	2	bueno	12	66,7%
	3	regular	2	11,1%
	4	deficiente	0	0,0%

Tabla 22 ¿Considera usted que su actual jefe realiza un procedimiento óptimo para castigar alguna acción no favorable de su desempeño?

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿Su jefe realiza un procedimiento óptimo para castigar acciones no favorables?		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F1		
	Medida	N Nominal		
	Papel	E Entrada		
Valores válidos	1	excelente	0	0,0%
	2	bueno	0	0,0%
	3	regular	15	83,3%
	4	deficiente	3	16,7%

Tabla 23 ¿Cómo califica usted su desempeño y actitud por parte de su jefe reflejada hacia los colaboradores?

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿Cómo califica el desempeño y actitud de su jefe?		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F1		
	Medida	N Nominal		
	Papel	E Entrada		
Valores válidos	1	excelente	2	11,1%
	2	bueno	4	22,2%
	3	regular	12	66,7%
	4	deficiente	0	0,0%

Tabla 24 ¿Califique usted el nivel en el que la confianza brindada por parte de su jefe influye positivamente en su desempeño?

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿La confianza brindada por su jefe influye en su desempeño?		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F1		
	Medida	N Nominal		
	Papel	E Entrada		
Valores válidos	1	excelente	0	0,0%
	2	bueno	9	50,0%
	3	regular	7	38,9%
	4	deficiente	2	11,1%

Tabla 25 ¿Cómo evalúa usted el hecho de que su jefe actual encamine a sus colaboradores a ser capaces de tomar sus propias decisiones

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	¿Cómo evalúa el hecho de su jefe encamine a sus trabajadores a tomar buenas decisiones?		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F1		
	Medida	N Nominal		
	Papel	E Entrada		
Valores válidos	1	excelente	4	22,2%
	2	bueno	12	66,7%
	3	regular	2	11,1%
	4	deficiente	0	0,0%

Tabla 26 ¿Califique usted el nivel en el que su jefe demuestra habilidades y destrezas en el manejo de emociones

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Nivel de las habilidades y destrezas de su jefe para manejar las emociones		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F1		
	Medida	N Nominal		
	Papel	E Entrada		
Valores válidos	1	excelente	0	0,0%
	2	bueno	6	33,3%
	3	regular	12	66,7%
	4	deficiente	0	0,0%

Tabla 27 ¿Califique usted el nivel en el que su jefe reconoce y desarrolla el talento humano de sus colaboradores?

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Nivel de su jefe en reconocer y desarrollar el talento humano		
	Tipo	Numérico		
	Formato	F1		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	excelente	0	0,0%
	2	bueno	4	22,2%
	3	regular	14	77,8%
	4	deficiente	0	0,0%

Tabla 28 ¿Cómo califica usted el hecho de que su jefe cuente con la capacidad de procesar información para facilitar la capacitación?

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Calificación de la capacidad del jefe de procesar información para capacitaciones		
	Tipo	Numérico		
	Formato	F1		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	excelente	0	0,0%
	2	bueno	13	72,2%
	3	regular	5	27,8%
	4	deficiente	0	0,0%

Tabla 29 Califíque usted el nivel de comunicación por parte de su jefe hacia los colaboradores.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Nivel de comunicación del jefe hacia los colaboradores		
	Tipo	Numérico		
	Formato	F1		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	excelente	0	0,0%
	2	bueno	2	11,1%
	3	regular	15	83,3%
	4	deficiente	1	5,6%

Anexo 4: Evidencia de turnitin

[Visualizador de documentos](#)

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 19-oct-2019 20:01 -05

Identificador: 1196179016

Número de palabras: 14148

Entregado: 1

pre banca Por Diana Yangua Saavedra

Similitud según fuente	
Índice de similitud	
12%	
Internet Sources:	13%
Publicaciones:	0%
Trabajos del estudiante:	7%

Matriz de preguntas

Variable	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Gestión de calidad	Beneficios	Fidelidad y lealtad	¿Considera usted que las veces que frecuenta las zapaterías del mercado central de Piura se le brinda un servicio de calidad?
		Referencias	¿Las veces que ha frecuentado las zapaterías del mercado central de Piura su experiencia de satisfacción le ha permitido recomendar a otros clientes?
		Mejora de la productividad	¿Considera usted que las veces que ha presentado un reclamo y/o queja la zapatería tomó una alternativa de solución óptima?
		Incremento en ventas	¿Considera usted que el presupuesto asignado para la adquisición de calzado se incrementó en referencia al año anterior?
		Reducción en gastos de marketing	¿Considera usted que los medios de comunicación que emplean las zapaterías del mercado central de Piura para promocionar sus productos son estratégicos?
		Obtención de una ventaja competitiva	¿Considera usted que la ubicación estratégica de las zapaterías del mercado central Piura aporta a una ventaja competitiva?
		Enfoque al cliente	¿Considera usted que ha recibido una buena orientación antes de efectuar la compra?

	Principios	Compromiso de las personas	Considera usted que el colaborador debe mostrar compromiso al momento de la atención
		Enfoque a procesos	¿Verifica usted que la ubicación y distribución de los productos de calzado que ofrecen las zapaterías del mercado central de Piura le permiten realizar su compra en el momento esperado?
		Mejora	¿Considera usted que en las zapaterías del mercado central de Piura le ofrecen algún tipo de cupón de descuento para su siguiente compra?
		Toma de decisiones basado en la evidencia	¿Considera usted que las zapaterías del mercado central de Piura le ofrecen las opciones de variedad, moda, calidad y precio que le permiten decidir por la compra final?

Variable	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Liderazgo	Comportamientos	Liderazgo transformacional	Califique usted la acción de su jefe de brindar un empuje motivador para mejorar su desempeño ¿Cómo califica usted la motivación inspiracional que recibe de su líder?
		Liderazgo transaccional	¿Cómo califica usted la iniciativa de su jefe de premiar su buen desempeño? ¿Considera usted que su actual jefe realiza un procedimiento óptimo para castigar alguna acción no favorable de su desempeño?
		Liderazgo pasivo-evitativo	¿Cómo evalúa usted la iniciativa de brindar plena autonomía a los trabajadores? ¿Califique usted que la confianza brindada por parte de su jefe influye positivamente en su desempeño?
	Atributos	Personalidad	¿Cómo califica usted su desempeño y actitud por parte de su jefe reflejada hacia los colaboradores? ¿Cómo evalúa usted el hecho de que su jefe actual encamine a sus colaboradores a ser capaces de tomar sus propias decisiones

		Pensamiento critico	<p>¿Califique usted el nivel en el que su jefe reconoce y desarrolla el talento humano de sus colaboradores?</p> <p>¿Cómo califica usted el hecho de que su jefe cuente con la capacidad de procesar información para facilitar la capacitación?</p>
		Inteligencia emocional	<p>¿Califique usted el nivel en el que su jefe demuestra habilidades y destrezas en el manejo de emociones?</p> <p>Califique usted el nivel de comunicación por parte de su jefe hacia los colaboradores.</p>

Constancia de no adeudo

USER: 45757402

Nro: 082019-00007787
Fecha: 18-11-2019 10:17

CONSTANCIA DE NO ADEUDO


La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) YANGUA SAAVEDRA DIANA KATERINE , con código de matrícula 1211101044, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

PIURA, 18 DE NOVIEMBRE DEL 2019.

 UNIVERSIDAD CATOLICA
LOS ANGELES-CHIMBOTE

Juliana Lisseth Moscol Carbair
ESPECIALISTA C.I.R.

 UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS

Sra. Ana Silvia Chuyes Guevara
ESPECIALISTA C.I.R.

V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

(*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.

Cuadro: 03

Consultas ruc MYPES “zapaterías del mercado central de Piura
Zapatería Venus

CONSULTA RUC: 10030919641 - SAAVEDRA ARROYO IRALDA			
Número de RUC:	10030919641 - SAAVEDRA ARROYO IRALDA		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 03091964 - SAAVEDRA ARROYO, IRALDA		
Nombre Comercial:	ZAPATERIA VENUS		
Fecha de Inscripción:	06/03/2004	Fecha Inicio de Actividades:	06/03/2004
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 52322 - VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	Incorporado al Régimen de Buenos Contribuyentes (Resolución N° 0830050011134) a partir del 01/05/2019		

Fuente: SUNAT

Cuadro: 04

Distribuidora Saavedra

CONSULTA RUC: 10028195988 - SAAVEDRA CESPEDES RAFAEL ENRIQUE			
Número de RUC:	10028195988 - SAAVEDRA CESPEDES RAFAEL ENRIQUE		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 02819598 - SAAVEDRA CESPEDES, RAFAEL ENRIQUE		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	20/02/2013	Fecha Inicio de Actividades:	01/03/2013
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO	Profesión u Oficio:	99 - PROFESION U OCUPACION NO ESPECIFICADA
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 93098 - OTRAS ACTIVID.DE TIPO SERVICIO NCP		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA		
Sistema de Emisión Electrónica:	RECIBOS POR HONORARIOS AFILIADO DESDE 14/08/2014		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

Fuente: SUNAT

Cuadro: 05

Centro de calzado Dany

CONSULTA RUC: 10176344763 - SANDOVAL SANDOVAL MAX GONZALO			
Número de RUC:	10176344763 - SANDOVAL SANDOVAL MAX GONZALO		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 17634476 - SANDOVAL SANDOVAL, MAX GONZALO		
Nombre Comercial:	CENTRO DE CALZADO DANY	Afecto al Nuevo RUS:	SI
Fecha de Inscripción:	25/08/2014	Fecha Inicio de Actividades:	25/09/2014
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 52322 - VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO. Secundaria 1 - 52524 - VTA. MIN. EN PUESTOS DE VENTA.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

Fuente: SUNAT

Cuadro: 06

Negocios Molina

CONSULTA RUC: 10741626450 - MOLINA QUISPE JOSE MANUEL			
Número de RUC:	10741626450 - MOLINA QUISPE JOSE MANUEL		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 74162645 - MOLINA QUISPE, JOSE MANUEL		
Nombre Comercial:	NEGOCIOS MOLINA	Afecto al Nuevo RUS:	SI
Fecha de Inscripción:	10/07/2018	Fecha Inicio de Actividades:	10/07/2018
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 4771 - VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

Fuente: SUNAT

Cuadro: 07

Comercial Calza Norte

CONSULTA RUC: 10473606661 - SILVA MACHACUAY MANUELA MERCEDES			
Número de RUC:	10473606661 - SILVA MACHACUAY MANUELA MERCEDES		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 47360666 - SILVA MACHACUAY, MANUELA MERCEDES		
Nombre Comercial:	COMERCIAL CALZA NORTE	Afecto al Nuevo RUC:	SI
Fecha de Inscripción:	29/03/2019	Fecha Inicio de Actividades:	01/04/2019
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO	Profesión u Oficio:	99 - PROFESION U OCUPACION NO ESPECIFICADA
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 4771 - VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

Fuente: SUNAT

Cuadro: 08

Negocios Audaz S.R.L

CONSULTA RUC: 20530265677 - NEGOCIOS AUDAZ S.R.L.			
Número de RUC:	20530265677 - NEGOCIOS AUDAZ S.R.L.		
Tipo Contribuyente:	SOC.COM.RESPONS. LTDA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	12/08/2014	Fecha Inicio de Actividades:	12/08/2014
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	----INTERIOR TIENDA 29 MZA. 234 Z.I. MERCADO MODELO (IMAGEN SR. CAUTIVO DE AYABACA) PIURA - PIURA - PIURA		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	COMPUTARIZADO		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 52322 - VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO. Secundaria 1 - 4690 - VENTA AL POR MAYOR NO ESPECIALIZADA		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA GUIA DE REMISION - REMITENTE		
Sistema de Emisión Electrónica:	DESDE LOS SISTEMAS DEL CONTRIBUYENTE. AUTORIZ DESDE 15/10/2018 SEE-FACTURADOR , AUTORIZ DESDE 15/10/2018		
Afiliado al PLE desde:	01/01/2016		
Padrones :	NINGUNO		

Fuente: SUNAT

Cuadro: 09

Comercial Martha

CONSULTA RUC: 10026478664 - LLANO DE CONDORI SILVERIA			
Número de RUC:	10026478664 - LLANO DE CONDORI SILVERIA		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 02647866 - LLANO DE CONDORI, SILVERIA		
Nombre Comercial:	COMERCIAL MARTHA	Afecto al Nuevo RUC:	SI
Fecha de Inscripción:	21/04/1993	Fecha Inicio de Actividades:	02/01/1992
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 4782 - VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS Secundaria 1 - 9609 - OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS PERSONALES N.C.P.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

Fuente: SUNAT

Evidencia 1: encuesta a colaboradora “Distribuidora de calzado Dany”



Evidencia 2: Encuesta a cliente “zapatería Venus”

