



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LIDERAZGO EN  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
INDUSTRIAL, RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE  
PANADERÍA, DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE,  
PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2017. CASO PANADERÍAS MI  
ÁNGEL

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO  
ACADEMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS

AUTORA

BENITES SÁNCHEZ ELIDA PAOLA

ASESOR

Dr. REINERIO ZACARÍAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE 2018

## **JURADO EVALUADOR**

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mgr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgr. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

## AGRADECIMIENTO

*Primero ante todo quiero agradecer a Dios, por darme la fortaleza que necesitaba para vencer cada obstáculo y mantenerme firme a lo largo de mi experiencia académica. También dar el más sincero agradecimiento a mi familia y compañeros que con su permanente aliento y comprensión me ayudaron a alcanzar mi meta deseada.*

*Agradezco también a mi hija que es la Ser que más amo y es mi inspiración y motivo de lucha diaria, gracias Hija mía por tu comprensión y amor.*

*Expreso mi sincero agradecimiento a mi asesor de proyecto de investigación, el Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina, por sus conocimientos por la acertada y prolífica orientación, por su paciencia y motivación que han permitido que logre terminar mi trabajo de investigación.*

## Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del Liderazgo en las Micro y Pequeñas Empresas del sector industrial-rubro elaboración de productos de Panadería del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia Del Santa, año 2017. Caso Panaderías "Mi Ángel", siendo del tipo descriptivo, nivel cuantitativo, de diseño no experimental – transversal, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 14 microempresas, representando el 100% de la población, a las cuales se les aplico un cuestionario de 28 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: **Respecto a los microempresarios:** El 43% de los representantes tienen de 51 años de edad a más, El 43% tienen grado de instrucción secundaria, **Respecto a las micro y pequeñas empresas:** El 50% tiene de 7 años a más en el rubro, El 42,86% tiene como objetivo generar ganancias. **Respecto a la gestión de calidad con el uso del liderazgo:** El 57,14%, no conoce sobre gestión de calidad, El 64,28% no realiza gestión de calidad, El 100% manifiestan que es importante realizar un proceso de gestión de calidad, El 64,29% refieren que ejercen el liderazgo en sus empresas, Y llegando a la conclusión: El 100% manifiestan que es importante realizar un proceso de gestión de calidad, El 100% como líderes se preocupan por sus empleados, El 100% considera que si aplicarán la técnica de liderazgo obtendrían buenos resultados.

Palabras claves: Gestión de Calidad, liderazgo, Microempresas, Panadería

## **Abstract**

The objective of this research work was to: Determine the characteristics of quality management with the use of Leadership in the Micro and Small Companies of the industrial sector-sector Preparation of Bakery Products of the District of Nuevo Chimbote, Province of Santa, year 2017 Case Bakery "My Angel", being of the descriptive type, quantitative level, non-experimental design - cross-sectional, to carry out it was chosen a population sample of 14 micro-enterprises, representing 100% of the population, to which they were applied a questionnaire of 28 questions, using the technique of the survey, obtaining the following results: Regarding the microentrepreneurs: 43% of the representatives are 51 years of age and over, 43% have a secondary education degree, with respect to the micro and small businesses: 50% have more than 7 years in the field, 42.86% aims to generate profits. Regarding quality management with the use of leadership: 57.14% do not know about quality management, 64.28% do not perform quality management, 100% state that it is important to carry out a quality management process , 64.29% report that they exercise leadership in their companies, and reaching the conclusion: 100% state that it is important to carry out a process of quality management, 100% as leaders care about their employees, 100% considers that if they apply the leadership technique they would obtain good results.

Keywords: Quality Management, leadership, Microenterprises, bakery.

## Contenido

Título de la tesis.....	i
Hoja de firma del jurado evaluador.....	ii
Agradecimiento/Dedicatoria.....	iii
Resumen... ..	iv
Abstract.....	v
Contenido.....	vi
Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
2.1 Antecedentes.....	8
2.2 Bases teóricas.....	25
2.3 Marco conceptual.....	34
III. HIPÓTESIS .....	35
IV. METODOLOGÍA.....	36
4.1 Diseño de la investigación.....	36
4.2 Población y muestra.....	36
4.3 Definición y operacionalización de variables .....	37
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	42
4.5 Plan de análisis .....	42
4.6 Matriz de consistencia .....	43
4.7 Principios éticos.....	44
V. RESULTADOS .....	45
5.1 Resultados.....	45
5.2 Análisis de los resultados .....	49
VI. CONCLUSIONES.....	54
Aspectos complementarios .....	56
Referencias bibliográficas.....	57

Anexos .....	60
--------------	----

## Índice de tablas y figuras

Tablas	pagina
--------	--------

Tabla 1. Características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería, del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Caso panaderías mi Ángel.....	45
--	----

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería, del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, año 2017. Caso panaderías mi Ángel.....	46
---	----

Tabla 3. Características de la gestión de calidad con el uso del liderazgo en las micro y pequeñas empresas en el sector industrial rubro elaboración de productos de panadería, del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Caso panaderías mi Ángel...	47
---	----

<b>Figuras</b>	<b>Página</b>
----------------	---------------

### **Acerca de los gerentes y/o Representantes legales:**

Figura 1 Edad del encuestado.....	61
Figura 2 Sexo del encuestado .....	61
Figura 3 Grado de instrucción .....	62
Figura 4 Cargo en la empresa.....	62

Figura 5 La micro empresa es.....	63
Figura 6 Tiempo que desempeña el cargo en la empresa .....	63
<b>Acerca de las MYPES:</b>	
Figura 7 Tiempo de la panadería en funcionamiento .....	64
Figura 8 Número de trabajadores en la panadería .....	64
Figura 9 Relación de los trabajadores con el propietario.....	65
Figura 10 El objetivo principal por la que se creó la empresa.....	65
Figura 11 Tiene una sucursal la Panadería (Mype) .....	66
Figura 12 El financiamiento de laPanadería es .....	66
<b>Acerca de la gestión de calidad con el uso de liderazgo:</b>	
Figura 13 Conoce acerca de gestión de calidad .....	67
Figura 14 En la Panadería realiza una gestión de calidad .....	67
Figura 15 Considera que es importante realizar un proceso de gestión de calidad.....	68
Figura 16 Quien cree que debería participar en el proceso de gestión de calidad.....	68
Figura 17 Conoce las técnicas empresariales haciendo una gestión basada en el liderazgo .....	69



Figura 18 Como líder cuál de las siguientes técnicas empresariales aplica en su empresa.....	69
Figura 19 En su empresa ejerce el liderazgo .....	70
Figura 20 Cuál de estos estilos de liderazgo emplea el propietario en la empresa.....	70
Figura 21 Usted como líder de la empresa se preocupa por sus empleados .....	71
Figura 22 Como líder en la empresa, como evalúa a sus trabajadores .....	71
Figura 23 Establece plan de negocios estratégicos basado en la gestión de liderazgo .....	72
Figura 24 Cree que usar la técnica del liderazgo en la empresa le otorga buenos resultados .....	72
Figura 25 El propietario utiliza canales de comunicación con sus trabajadores.....	73
Figura 26 Que canales de comunicación utiliza el propietario con sus trabajadores.....	73
Figura 27 Considera que si aplicara el liderazgo en los empleados en la empresa dé buenos resultados .....	74

## **I. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad existen una serie de tendencias globales, es por ello que la panadería forma parte de nuestras vidas como así también es esencial, con el transcurso del tiempo y mediante la innovación y transformación de nuestra sociedad en que vivimos, la fabricación del pan en nuestras comunidades se ha tornado fundamental para nuestra salud, la elaboración del producto de panadería es considerado sinónimo de aliento en muchas culturas y países y es parte de una dieta alimentaria. Debido a que en gran mayoría se consume pan, como podríamos decir en todo el mundo, lo cual se convirtió en un producto de primera necesidad, y es importante el protagonismo de las panaderías como micro empresa ayudan en la economía de las naciones y su permanencia genera crecimiento y desarrollo a los pueblos. Una panadería puede ser una empresa muy rentable si se gestiona con calidad y posicionarlo en un lugar estratégico. Existen una gran variedad de culturas que alberga nuestra tierra y se encuentran innumerables panaderías que ofrecen productos deliciosos y memorables que alcanzan a tener fama por sus delicias que preparan y se hacen conocidas en forma mundial. Y que son inspiradoras de gran oportunidad para mejorar el negocio, para brindar siempre lo mejor a sus clientes. La situación que enfrenta actualmente en el ámbito empresarial, surgen constantes cambios. Y lleva a las organizaciones a adaptarse a estos cambios con la finalidad de incrementar y mantener su competitividad. Haciendo uso del liderazgo, donde el líder debe demostrar tanto comportamiento directivo como comportamiento de apoyo. Aplicando la gestión de calidad empresarial ya que esto permitirá que una sociedad se desarrolle constantemente. Así mismo las micro y pequeñas empresas han demostrado su importancia en la economía global, como foco generador de ingresos y empleo para los países en pleno desarrollo o en vías de lograrlo. En el Perú se consume 35 kilogramos de pan por persona. Un número bajo comparado con el promedio europeo, que consume entre 100 y 150

kilogramos. Y que gracias a estos negocios del gran consumo de pan se pueden generar cerca de 200,000 puestos de venta de pan. Una cifra que involucra a toda la cadena de producción. Las variedades de panes regionales son un atractivo para la feria Mistura, en la costa verde de Magdalena. El negocio de pan en Perú recauda cerca de los US\$6.000 millones anuales, genera el negocio de producir y vender pan en todo el Perú, sostuvo el presidente del comité de Molinos de trigo de la Sociedad de Industrias, (Alejandro Daly). El representante gremial también graficó la importancia del sector sosteniendo que éste genera unos 200 mil empleos en las 20 mil panificadoras que existe en Perú, de las cuales la mitad se concentra en Lima y el Callao, Según El Comercio. Pese al positivo escenario y la mayor facturación que ha alcanzado el sector, éste enfrenta un proceso de concentración, ya que por cada supermercado que se abre, desaparecen entre 20 y 30 panificadoras, según el presidente de la asociación peruana de empresarios de la panadería y pastelería (ASPAN), Pio Pantoja. Cabe señalar que se espera un crecimiento de 10% en el consumo de pan para el año en curso, de acuerdo a declaraciones del vicepresidente del negocio de productos industriales de Alicorp, Alvaro Campos.

Es por ello el interés de realizar el presente trabajo de investigación donde el propósito de este proyecto de investigación, se basa en determinar las características más importantes sobre la gestión de calidad con el uso del liderazgo, donde describiremos el manejo del Liderazgo en la industria y como lo implementan en la panadería; es por ello que el presente trabajo será de tipo descriptivo y de nivel cuantitativo, con un diseño no experimental y transversal.

## Situación de las microempresas a nivel internacional

### **Internacional**

#### **Japón**

En Japón Hoy en día hay más de 10.000 panaderías. Pero los japoneses producen y comen pan de una manera diferente a la nuestra. Ellos no comen pan todos los días, pues su alimento principal es el arroz. También existe el problema de mantener frescos algunos tipos de panes debido a la humedad del clima. En algunos hogares se come pan para el desayuno, específicamente el "shokupan" - un pan muy popular en Japón, preparado con leche y algún tipo de manteca, lo que hace que sea muy suave. Este pan es tan delicioso que te hará olvidar el pan favorito de tu país. Y no podrás dejar de comer uno tras otro tras otro. Por lo general las panaderías japonesas abren a las diez de la mañana, mucho más tarde que nuestras panaderías, debido a que los japoneses tienden a comprar pan para el almuerzo o el té de la tarde. Sin embargo, algunas panaderías abren desde las siete de la mañana, sobre todo aquellas cerca de las estaciones de tren. Estas también ofrecen un menú de desayuno completo.

#### **España**

En España Las panaderías artesanas han cedido el liderazgo de la venta de pan a favor del canal dinámico, formado por supermercados e hipermercados. De esta manera, los profesionales del pan pierden su papel dentro de la sociedad y la economía. Según datos del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, MAGRAMA, los panaderos han perdido un 14% de cuota de mercado en los últimos nueve años (2008 - 2017), pasando de tener el 55% de cuota (2008) al 41% actual. Además, los españoles consumen

cada vez menos pan. En este contexto, los más de 700 maestros panaderos artesanos de Pan de Masa Lenta MUM, barra de pan de diario elaborada solo por maestros panaderos y masas madre, reivindican la importancia, tanto económica como social, de su profesión.

En los últimos años, los hábitos de consumo en España están cambiando. Buena prueba de ello es el decrecimiento del consumo de pan en un país en el que siempre ha destacado por su tradición panadera. Los españoles consumimos un 28% menos de pan que en 2008, cuando en los hogares españoles entraron 1.701.778 Kg, frente a los 1.228.996,03 de este año, según cifras de junio de 2017 elaboradas por MAGRAMA. Dicho estudio, además, saca a relucir la cruda realidad de los especialistas del pan. El canal dinámico (supermercados e hipermercados) ha ganado la batalla del pan a los profesionales, los panaderos, quien en la actualidad tan solo vende el 41% del pan consumido por los españoles, frente al 46% de cuota de mercado de las grandes superficies.

## **Ecuador**

En Ecuador el pan es un alimento básico. Hasta el 2012 era producto alimenticio que más se consumía a escala nacional. La información consta en la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2011- 2012, del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Pedro Miranda, presidente de la Federación Ecuatoriana de Panaderos (Fenapan), indica que no se tiene un dato nacional de la producción de pan. La fabricación varía de acuerdo a cada panadería. La producción, sin embargo, ha bajado. Hay panaderías que fabrican solo el 25% de lo que hacían hace 10 años. Uno de los principales problemas que han enfrentado los panaderos ha sido la reducción del consumo, por la situación económica, y la aplicación de medidas como las salvaguardias.

## **Situación de las Microempresas a nivel Nacional**

### NACIONAL

Según el diario EL PERUANO (2017) el pan es el principal alimento para millones de peruanos. Los hábitos de su consumo cambia y hoy el clásico pan francés representa solo el 50% de los ingresos. Esta diversificación exige una capacitación permanente. En el Perú se consume 35 kilogramos de pan per cápita. Es un número bajo comparado con el promedio europeo, que consume entre 100 y 150 kilogramos. 200,000 puestos se generan gracias a estos negocios. Una cifra que involucra a toda la cadena de producción. Las variedades de panes regionales son un atractivo para la feria Mistura, en la costa verde de Magdalena.

## **Situación de las Microempresas a nivel Local**

### LOCAL

Según el diario LA PRENSA (2013) en las panaderías del Perú falta mano de obra calificada, en el Perú existen 18 mil panaderías y estas generan 200 mil puestos de trabajo. Pero existe un déficit de mano de obra en este sector: solo el 20% del personal está calificado, revelo la Asociación peruano de Empresarios de la panadería y Pastelería, además, la mayoría de personas que trabaja en la industria panificadora cambia de empleo hacia otro sector con facilidad. Aspan informa también que cada peruano consume unos 30 kg. De pan al año, pero que en otros países de la región la cifra es el doble, informo el Diario Comercio.

Luego de haber expuesto la situación de las pequeñas y microempresas en los diferentes escenarios tanto a nivel internacional, nacional y local proponemos el siguiente problema general:

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de Liderazgo en las Micro y pequeñas Empresas, sector Industrial-rubro - elaboración de productos de Panadería, del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia Del Santa, año 2017. Caso Panadería "Mi Ángel"? Para dar respuesta a la situación del problema, se plantea el siguiente objetivo general:

Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del Liderazgo en las Micro y Pequeñas Empresas del sector industrial-rubro elaboración de productos de Panadería del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia Del Santa, año 2017. Caso Panaderías "Mi Ángel"  
Para conseguir el objetivo general se han planteado los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las características de los Representantes de las Micro y Pequeñas empresas en el sector industrial, rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Caso Panaderías "Mi Ángel"
- Determinar las características de la Micro y Pequeñas Empresas en el sector industrial, rubro elaboración de productos de Panadería del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Caso Panaderías "Mi Ángel"
- Determinar las características de una Gestión de Calidad con el uso del Liderazgo en las Micro y Pequeñas Empresas en el sector industrial, rubro elaboración de productos de Panadería, del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia Del Santa, año 2017. Caso Panadería "Mi Ángel"

La presente investigación:

La presente investigación se justifica porque nos permite conocer las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial- rubro elaboración de productos de panadería con el uso del liderazgo. Caso Panadería Mi Ángel.

Así mismo nos permite conocer las características de las micro y pequeñas empresas del sector industrial- rubro elaboración de productos de panadería con el uso del liderazgo antes mencionado. Caso Panadería Mi Ángel.

También esta investigación se justifica porque nos permitirá conocer las características de una gestión de calidad con el uso del liderazgo en el sector industrial en el rubro elaboración de productos de panadería.

De este modo la presente investigación se justifica porque nos permitirá tomar decisiones que contribuirá ciertamente a la solución de problemas registrados. Con este estudio se espera poder brindar mejoras a la empresa y detectar si hubiere el problema y proponer solución.



## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

León (2013) en su investigación denominada caracterización del liderazgo Transformacional en las mypes del sector servicio – rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz – 2013. Se planteó el siguiente problema ¿cuáles son las principales 3 características del liderazgo transformacional del sector servicio – rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz 2013? Por otra parte se generó el siguiente objetivo general: describir las principales características del liderazgo transformacional en los gerentes de las diferentes mypes del sector servicio – rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz. Y así mismo se plantearon los siguientes objetivos específicos: - determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro hoteles de 2 estrellas de la ciudad de Huaraz. - describir las principales características del liderazgo transformacional de las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Huaraz. La presente investigación tuvo los siguientes resultados que el 40% de los encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la Ciudad de Huaraz, manifestaron tener de 21 - 28 años de edad también el 70% de los encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron ser del sexo masculino, el 90% de los encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron estar casados el 40% de los encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron tener estudios superiores universitarios incompletos, el 100% de los encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron desempeñar el cargo de administradores, el 80% de los encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron desempeñar el cargo de administradores durante 1-6 años, el 50% de los encuestados del

rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron tener permanencia en el rubro entre 1-6 años, el 100% de los encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron encontrarse formalizadas, el 100% de los encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron que la mype se formó para obtener ganancias, el 100% de los encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron que la empresa se formó para dar empleo a la familia, el 50% de los administradores encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron ser un modelo a seguir para los trabajadores, debido a que interactúan con los empleados y los ayudan a cumplir sus metas, el 50% de los administradores encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron ayudar a su personal a desarrollar sus capacidades mediante charlas y capacitaciones, el 50% de los administradores encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron que el personal se involucra con la empresa, ayudando a reducir los costos, el 40% de los administradores encuestados, manifestaron demostrar entusiasmo por los logros del personal, brindándoles incentivos como diplomas, etc. el 40% dijo no mostrar entusiasmo debido a que no tienen comunicación directa con los empleados, el 60% de los administradores encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron propiciar la innovación en la empresa centrándose en las necesidades de los empleados, el 50% de los administradores encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron que sus empleados demuestran su creatividad organizando y mejorando el servicio al usuario, el 40% de los administradores encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron brindar independencia a sus empleados guiándolos cuando hay problemas, el 70% de los administradores encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron utilizar la técnica de

la observación directa para evaluar la responsabilidad y cumplimiento de los empleados, y se llegó a la conclusión que la mayoría de empresarios encuestados del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, son personas adultas de 29 a más años de edad, solteros, con estudios superiores incompletos y administradores de la empresa. La mayoría de mypes encuestadas del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, tienen de 1 – 6 años en la actividad y el rubro, se encuentran formalizadas y fueron creadas para tener ganancias y dar empleo a la familia. La mayoría de los administradores de las mypes encuestadas del rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz, manifestaron ser un modelo a seguir para los trabajadores, debido a que interactúan con los empleados y los ayudan a cumplir sus metas también ayudan a su personal a desarrollar sus capacidades mediante charlas y capacitaciones demostrando entusiasmo por los logros del personal, brindándoles incentivos como diplomas, etc. Logrando así que el personal se involucre con la empresa, ayudando a reducir los costos, propiciando innovación en la empresa centrándose en las necesidades de los empleados dejando que sus empleados demuestren su creatividad organizando y mejorando el servicio al usuario con independencia, utilizando como técnica para medir su responsabilidad y cumplimiento de tareas la observación directa. un 40% de mypes encuestadas, manifestó no ser un modelo, debido a que no cumplen con las características necesarias, no pudiendo así ayudarlos a desarrollar sus capacidades ni propiciar la innovación, debido a que no cuentan con el capital necesario, conllevando esto a que el personal no se involucre con la empresa, ya que cumplen con su horario de trabajo y se retiran, además no se muestra entusiasmo debido a que no tienen comunicación directa con los empleados, limitando la creatividad debido a no contar con el tiempo necesario, haciendo que los empleados solo realicen los trabajos designados por ellos, llevando esto a que se utilice cualquier técnica que le permita controlar a los empleados.

Soto (2014) en su investigación denominada caracterización del estilo del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del sector de servicios – rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Huaraz, 2014. Se planteó el siguiente problema: ¿cuáles son las principales características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- hoteles de tres estrellas en el distrito de Huaraz, 2014? se generó el siguiente objetivo general describir las principales características del liderazgo carismático, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Huaraz, 2014. De la misma manera se plantearon los siguientes objetivos específicos - determinar las principales características de las micros y pequeñas empresas, del sector servicios -rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Huaraz. – Describir las principales características del liderazgo carismático del micro y pequeñas empresas -del sector servicios -rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Huaraz. la presente investigación tuvo los siguientes resultados que el del total de colaboradores encuestados el 71.43 % manifiestan tener de 18 a 30 años de edad, del total de colaboradores encuestados que el 52.38% son de sexo femenino, del total de colaboradores encuestados el 38.10% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitario incompleto, del total de mype encuestadas el 81% tienen más de un año de permanencia en el rubro, del total de mype encuestadas el 100% son formales, del total de mype encuestadas se observa que sólo el 57.14% fueron creadas con la finalidad de obtener fin económico, del total de mype encuestadas se observa que el 66.67% no fueron creadas para dar empleo a la familia, del total de colaboradores encuestados se observa que el 42.9 % manifiesta que rara vez tienen fe en su líder, del total de colaboradores encuestados se observa que el 33.33 % manifiesta que rara vez tienen respeto por su líder, del total de colaboradores encuestados el 52.38 % manifiesta que rara vez se sienten orgullosos de estar bajo la dirección de su líder, del total de colaboradores encuestados el

42.9 % señala que rara vez confían en el juicio y las decisiones que toman sus líderes, del total de colaboradores encuestados el 33.33 % manifiesta que rara vez los valores del líder son de gran importancia para el colaborador, del total de colaboradores encuestados el 33.33 % manifiesta que jamás su escala de valores es similar a la del líder, del total de colaboradores encuestados el 42.86 % manifiesta que rara vez su líder es un modelo a seguir, del total de colaboradores encuestados el 42.86 % manifiesta que a veces si a veces no el empleador motiva al colaborador a ir más allá de lo personal, del total de colaboradores encuestados el 38.10 % señala que rara vez el líder consigue del colaborador realice más de lo que está estipulado en sus funciones (compromiso organizacional), del total de colaboradores encuestados se observa que el 52.38 % señala que rara vez el líder sacrifica su confort personal por el bien de la empresa, del total de colaboradores encuestados se observa que el 52.38% señala que a veces si a veces percibe que el líder no se identifica con los trabajadores, del total de colaboradores encuestados el 33.3 % señala que a veces si a veces no se identifican con la empresa, del total de colaboradores encuestados se observa que el 47.62% señala que a veces si a veces no, los valores de los compañeros eran muy similares a los del empleado, del total de colaboradores encuestados el 28.57% señala que frecuentemente consideran a la empresa como parte de su familia, del total de colaboradores encuestados el 28.57 % señala que a veces si a veces no se lamentan haber entrado a trabajar a la empresa, del total de colaboradores encuestados el 23.81 % señala que rara vez si pudieran se irían a otra empresa a trabajar, del total de colaboradores encuestados el 28.57% señala que frecuentemente están completamente contentos de pertenecer a la empresa, del total de colaboradores encuestados el 28.57 % señala que a veces si a veces no están contentos ni orgullosos para pregonar que trabajo en la empresa, del total de colaboradores encuestados se observa que el 42.86 % señala que a veces si a veces pueden desahogar sus problemas

personales en la empresa, del total de colaboradores encuestados se observa que el 42.86 % señala que rara vez se dan situaciones de riña entre los trabajadores de la empresa, del total de colaboradores encuestados se observa que el 38.10 % señala que rara vez se dan incidentes de desobediencia entre colaboradores de la empresa, del total de colaboradores encuestados se observa que el 57.14 % señala que rara vez se dan ausencias no autorizadas en la empresa, del total de colaboradores encuestados el 42.86 % señala que rara vez ayudarían a solucionar problemas en situaciones de urgencia, del total de colaboradores encuestados se observa que el 33.33 % señala que a veces si a veces no se dan situaciones de catástrofe o de urgencia grave, del total de colaboradores encuestados se observa que el 33.33% señala que rara vez se sienten preparados para desarrollar tareas que defiendan la seguridad de la empresa. Y se llegó a la conclusión que el liderazgo carismático, tema de esta investigación, es entendida como la necesidad de brindar un servicio de calidad al cliente, fundamental en aquellas organizaciones que quieren fijar su visión, alcanzar sus objetivos y conseguir el reconocimiento y posicionamiento en el mercado en el transcurrir del tiempo. es por eso que el objetivo principal de esta tesis fue describir las principales características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del sector servicios –rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Huaraz; en respuesta a este objetivo se observan que los colaboradores tienen un alto nivel de desconfianza e inseguridad porque consideran que el liderazgo es aplicado deficientemente en los hoteles de tres estrellas para mejorar el servicio o atención al cliente y alcanzar los objetivos, la misión y la visión de la empresa, con un ambiente laboral desagradable para el colaborador. Respecto a las características de las mype sector servicios -rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Huaraz, los resultados del estudio nos muestran que el 100% de las mype son formales, el 75% de las mype se formó con la finalidad de obtener ganancias, está dirigido en su mayoría por mujeres en estado civil

solteras, con grado de instrucción universitaria incompleta, se desempeñan en el cargo como administradoras, y el tiempo que se desempeñan en la empresa es mayor a un año. Respecto a la características del liderazgo carismático en los hoteles de tres estrellas en el distrito de Huaraz, los resultados del estudio nos muestran que los colaboradores no se encuentran orgullosos de estar bajo la dirección de su líder, no confían en las decisiones del gerente, la escala de valores del seguidor no es similar al del gerente, no consideran al gerente como un ejemplo a seguir, y finalmente se observa que los colaboradores no están dispuestos a sacrificar su confort personal por el bien de la empresa, el colaborador no se identifica con sus compañeros. Estos resultados nos evidencian la existencia de un liderazgo carismático deficiente.

Frecia (2012) en su investigación denominada: caracterización de la capacitación y rentabilidad de las mype comerciales, rubro panadería-pastelería del mercado anexo-Piura, año 2012 se planteó el siguiente problema: ¿qué características tiene la capacitación de los trabajadores y la rentabilidad de las mype comerciales, rubro panadería -pastelería del mercado anexo de Piura, año 2012? También se generó el siguiente objetivo general: identificar las características que tiene la capacitación de los trabajadores y la rentabilidad de las mype comerciales, rubro panadería -pastelería del mercado anexo de Piura, año 2012 y la cual se plantearon objetivos específicos: a) identificar las deficiencias de capacitación, que tienen los trabajadores de las mype comerciales, rubro panadería – pastelería del mercado anexo de Piura en el año 2012. b) conocer las modalidades de capacitación que se desarrollan en el personal de las mype comerciales, rubro panadería – pastelería en el mercado anexo de Piura en el año 2012. c) determinar el tipo de la rentabilidad que tienen las mype comerciales, rubro panadería-pastelería en el mercado anexo de Piura en el año 2012. d) determinar los

factores de la rentabilidad de las mype comerciales, rubro panadería-pastelería en el mercado anexo de Piura en el año 2012. la presente investigación tuvo los siguientes resultados ,en la tabla 4.1 de la encuesta aplicada se llega a concluir que a la pregunta de tiempo de trabajo que llevan en su mype, se ha observado que el 40% (36 trabajadores) llevan solo un año trabajando para esa empresa, donde se preguntó por el significado que tenían por su trabajo; el 35% respondieron que era muy significativo, podemos observar que a la pregunta sobre si la capacitación es un proceso planificado en su empresa 85% respondieron que no. De la encuesta aplicada se llega a concluir que a la pregunta: si cree necesario la capacitación en su área de trabajo, se observa que el 95% (86 trabajadores) si lo creen necesario, pero el 57.5% (52 trabajadores) no han recibido capacitación. de la encuesta aplicada se observa que de las personas que respondieron que sí a la pregunta anteriormente planteada; el 70% (27 trabajadores) solo han recibido una vez, se puede observar que a la pregunta sobre el nivel de capacitación que tiene en su empresa, el 57.14% (52 trabajadores) contestó que se encuentra en el n. básico, se observa que el 72.5% de los encuestados tienen una buena actitud para la atención al cliente, se observa que el 55% (50 trabajadores) no se cree tan apto para desempeñar su cargo, de la encuesta aplicada se observa que al 67.5% (61 trabajadores) de los encuestados le gustaría encontrarse en el nivel avanzado, se observa que a la pregunta de modalidades de capacitación que emplean las mypes podemos ver que el 37.5% (34 trabajadores) dicen que la emplean para complementación, se observa que a la pregunta de años que llevan en el negocio podemos ver que el 68.75% (14 dueños) llevan más de 10 años en su negocio, de la encuesta aplicada se llega a observar que el 37.5% (7 dueños) considera muy rentable su negocio, de la encuesta aplicada se observa que el 81.25% (15 dueños) si capacita a sus trabajadores, de la encuesta aplicada, los resultados nos indican que el 56.25% los capacita solo una vez al año, en la presente pregunta se lleva a observar que el 81.25% de



los dueños si consideran que al dar capacitación a sus trabajadores les aumenta la rentabilidad de su negocio, el 50% de los encuestados dicen que al capacitar a sus trabajadores aumenta mucho su rentabilidad, que el 100% de los encuestados nos dicen que su tipo de rentabilidad que emplean en su negocio es variable, observamos que a la pregunta qué factores creen que influyen en la rentabilidad de su negocio, el 56.25% respondieron: productividad, como se puede observar los resultados a la pregunta qué uso le da a los resultados de su rentabilidad el 43.75% lo reinvierte y se llegó a la siguiente conclusión, el 85% de las mype comerciales, rubro panadería – pastelería del mercado anexo de Piura en el año 2012 no cuentan con un plan de capacitación, a su vez, por ese motivo el 51.14% de los trabajadores tienen un nivel básico de capacitación, por ello el tiempo de duración de ellos en la organización no es por mucho tiempo; debido a que sienten que su desempeño laboral no es valorado por sus empleadores, y debido a esa falta de motivación es que se retiran de la empresa. Así mismo llegamos a la conclusión que el tipo de rentabilidad de las mype seleccionadas es 100% variable, pues es el tipo de rentabilidad que da mayor rentabilidad, pero a la vez riesgoso, pues se da en inversiones en donde no se conoce de antemano cuáles serán los flujos de renta que generarán (los cuáles incluso pueden llegar a ser negativos), pues éstos dependen de diversos factores. Pero aun así es el tipo de rentabilidad que usan estas mype. En base a ello, se puede concluir que el nivel de capacitación de los trabajadores si influye de manera directa en la rentabilidad de las mype del rubro panadería – pastelería del mercado anexo de Piura en el año 2012; debido a que el desarrollo de los recursos humanos es central ante el reto tan importante que las mype enfrentan hoy en día en este mundo globalizado y competitivo, además el capital humano y la capacitación son la clave del éxito de las Empresas, por ello es beneficioso tener siempre en cuenta el nivel de capacitación de los trabajadores en una empresa. Los tipos de modalidades de capacitación que se desarrollan en las mype

comerciales, rubro panadería – pastelería del mercado anexo de Piura en el año 2012, son la formación (32.5%) y la complementación (37.5%); debido a que ambas permiten que los trabajadores tengan el conocimiento necesario, no solo sobre su área de trabajo, sino que también les permite estar aptos para desempeñar cualquier cargo y en cualquier momento. Los factores que más influyen en la rentabilidad de las mype comerciales, rubro panadería – pastelería del mercado anexo de Piura en el año 2012, son la productividad (56.25%) y la calidad de producto y/o servicio (31.25%), pues determinan que son los más convenientes para brindar su producto y/o servicio. El 81.25% de los dueños de estas mype, si capacitan a sus trabajadores, por ello, podemos decir que forman parte de la mayoría de las mype de hoy en día que capacitan a sus trabajadores y concluir que por esta razón, es que hoy en día este tipo de negocio ha crecido en la actualidad y sobre todo las de este rubro, además que gracias a ellas el nivel de pobreza de nuestro país se ha reducido.

Mallqui (2014) en su investigación denominada, caracterización de la competitividad bajo el enfoque del diamante de Porter, en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura – rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de Huaraz, 2014 se planteó el siguiente problema, ¿Cuáles son las principales características de la competitividad bajo el enfoque del Diamante de Porter de las micro y pequeñas empresas del sector 6 manufactura – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Huaraz, 2014? Y se planteó el siguiente objetivo general, Describir las principales características de la competitividad bajo el enfoque del Diamante de Porter en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Huaraz, 2014. Y la cual se plantearon objetivos específicos: Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector manufactura - rubro elaboración de productos de panaderías del distrito

de Huaraz. 2. Determinar las características de la competitividad bajo el enfoque del Diamante de Porter de las micro y pequeñas empresas del sector manufactura - rubro elaboración de productos de panaderías del distrito de Huaraz. La presente investigación tuvo los siguientes resultados, Del total de empresarios se observa que un 36% manifiestan tener de 48 - 57 años de edad, Del total de empresarios encuestados se observa que un 64% son varones, Del total de empresarios encuestados se observa que un 44% manifiestan ser convivientes, el otro 44% son casados, Del total de empresarios encuestados se observa que un 32% cuentan con estudios secundarios, Del total de empresarios encuestados se observa que un 76 % manifiestan ser dueños, Del total de empresarios encuestados se observa que un 48% desempeñan el cargo de 6 a 10 años, Del total de MYPE encuestadas se observa que un 56% tienen de 6 a 10 años de permanencia de actividad y rubro, del total de MYPE encuestadas se observa que un 100% se encuentran formalizadas, del total de MYPE encuestadas se observa que un 60% la condición de los trabajadores son eventuales, Del total de MYPE encuestadas se observa que un 80% se formó con la finalidad de obtener ganancia, Del total de MYPE encuestadas se observa que un 72% no se formó para dar empleo a la familia, Del total de MYPE encuestadas un 60% manifiestan que no creen que la competitividad sea fuente de diferenciación, Del total de MYPE encuestados se observa que un 52% dice que no es fácil ingresar al mercado, Del total de MYPE encuestados se observa que un 44% opinan que la inversión es mínima para la competencia, Del total de MYPE encuestados un 52% manifiestan que el cliente se basa en el servicio como criterio para su compra, Del total de MYPE encuestados se observa que un 56% señalan que el producto ya tiene su precio y no se basa a los productos sustitutos, Del total de MYPE encuestados se observa que un 36% opinan que los clientes compran los productos sustitutos por el rendimiento, Del total de MYPE encuestados se observa que un 44% les es indiferente la

actitud del cliente por el negociado del precio cuando el cliente compra, Del total de MYPE encuestados se observa que un 44% opinan que rara vez la marca de la empresas influye en la compra del producto ya que el cliente siempre busca el precio, Del total de MYPE encuestados se observa que un 48% opinan que a veces existen proveedores a su disposición para la compra de insumos y productos, Del total de MYPE encuestados se observa que un 44% opinan a veces existe presión por los proveedores para realizar las compras en cantidades elevadas, así mismo se llegó a la conclusión: Las MYPE panificadoras del distrito de Huaraz, no son competitivas, porque no aplican el diagnóstico del modelo del Diamante de Porter, como herramienta para determinar la situación empresarial de las empresas del mencionado rubro, gestionando la empresa de manera empírica. Las micro y pequeñas empresas de las panaderías del distrito de Huaraz, en su mayoría tienen una permanencia de 6 a 10 años, los trabajadores que laboran son eventuales. Los gerentes de las MYPE panificadoras, tienen deficiencias para aplicar correctamente el enfoque del Diamante de Porter, por desconocimiento, los proveedores tienen el control del mercado, la diferenciación del producto se da por el servicio, no existe una negociación de precios por parte de los clientes, existe una alta propensión al consumo de productos sustitutos y el principal atributo para la compra de los productos de panadería es el precio bajo.

Vallejo (2015) en su investigación titulada: caracterización del financiamiento y formalización en las mype comerciales, rubro panaderías en el distrito de castilla, 2015 se formuló el siguiente problema: ¿Qué características tiene el financiamiento y formalización en las MYPE comerciales, rubro panaderías en Castilla, 2015? A su vez se generó el siguiente objetivo general: Identificar las características que tiene el financiamiento y formalización en las MYPE comerciales, rubro panaderías en Castilla, 2015. Y se planteó los siguientes

objetivos específicos: 01 Determinar el destino del financiamiento, en las MYPE comerciales, rubro panaderías en Castilla, 2015, O2. Identificar las fuentes de financiamiento en las MYPE comerciales, rubro panaderías en Castilla, 2015, 03 Determinar los procesos de formalización en las MYPE comerciales, rubro panaderías en Castilla, 2015, 04 Identificar el impacto de la formalización en las MYPE comerciales, rubro panaderías en Castilla, 2015.

La presente investigación tuvo los siguientes resultados, donde el enunciado indica si ¿Conoce Ud. Los tipos de financiamiento que existen para su MYPE?, la respuesta fue en su totalidad un 100% si conocen o saben de qué se trata un financiamiento, esto afirma Briceño (2009), en donde se le pregunta ¿Qué fuente de financiamiento emplea usted? se observa que el 57% de la población emplea préstamos en cajas, se realiza la interrogante ¿Ud. ha solicitado alguna vez un crédito financiero?, donde se observa que el 86% si ha solicitado un crédito financiero esto da respuesta a lo que indica Agüero,(2013) que las empresas cuentan con la facilidad de acceder a fuentes de financiamiento provenientes de entidades bancarias, cajas rurales y cooperativas de ahorro y crédito, donde indica si adquirido un crédito ¿En que ha invertido?, el 50% indica que ha utilizado en capital de trabajo en insumos para empezar a emprender su empresa, cada qué tiempo solicita un crédito financiero el 50% solicita de un año a 3 tres años después de haber realizado el primero, según la pregunta Si realiza préstamos: ¿La tasa de interés es? En su mayoría con 83% indica que la tasa de interés es de más 20%, se puede apreciar que el 100% de las MYPE, son formales en base al estudio realizado a pesar del aumento de población informal como indica el INEI (2015) En el Perú, tres de cada cuatro trabajadores de la Población Económicamente Activa (PEA) que se encuentra ocupada se desempeña en un empleo informal (75%), donde indica si la formalización proporciona ventaja el 100% indica que si ya que le brinda estabilidad y que no sean sorprendidos con multas, y como indica CRECEMYPE (2013) El Ministerio de la

Producción está promoviendo la inscripción en el Registro Nacional de MYPE (REMYPE), con incentivos para los propietarios y trabajadores, si le proporciona alguna ventaja y en su totalidad fue 100%, se pregunta qué tipo de ventaja el 57% indica que le permitió tener aumento de las ventas, en donde se enuncia ¿Cuánto tiempo dura la realización de trámite para la formalización de su empresa? Un 71% indica que sus tramiten duran de 1 a 15 días, donde se pregunta cuál es la situación de los trabajadores de las MYPE el 71% indica que son permanentes ya que en su mayoría son personas de la familia, donde su enunciado indica en qué régimen está constituida su empresa se puede observar que el 100% utiliza el régimen general, porque ofrecen servicios generales, actividades que constituyan negocio habitual, tales como las comerciales, industriales y mineras; la explotación agropecuaria, forestal, pesquera o de otros recursos naturales; la prestación de servicios comerciales, financieros, industriales, transportes, en la pregunta si emite boletas podemos observar que un 79% emite boletas. Y se llegó a la siguiente conclusión: Se determinó que el destino del financiamiento fue en gran porcentaje el mejoramiento del local, implementación de mobiliario, capital de trabajo, adicionalmente un pequeño porcentaje invierten en la formalización, Se identificó las fuentes de financiamiento conocen, cuales les conviene mejor para no crear un sistema de endeudamiento y puedan realizan sus créditos sin temor, entre las más influyentes tenemos a las cajas, luego los bancos y un mínimo porcentaje capital propio, Se determinó que el proceso de formalización en su mayoría ya no es tedioso como en años anteriores que ahora para realizar los trámites para la formalización es más práctica y en poco tiempo, así como la realización de tramiten en 72 horas, por la página virtual, o realizarlas en una sola oficina, Se identificó que la formalización proporciona ventajas y beneficios así como aumento en ventas y obtención de más consumidores.

Zapata (2012) en su investigación titulada: Caracterización de la capacitación y rentabilidad de las mype comerciales, rubro panadería-pastelería del mercado anexo-Piura, año 2012, se planteó el siguiente problema general: ¿Qué características tiene la capacitación de los trabajadores y la rentabilidad de las MYPE comerciales, rubro panadería -pastelería del Mercado Anexo de Piura, año 2012?, y se formuló el objetivo general: Identificar las características que tiene la capacitación de los trabajadores y la rentabilidad de las MYPE comerciales, rubro panadería -pastelería del Mercado Anexo de Piura, año 2012, se planteó los siguientes objetivos específicos, a) Identificar las deficiencias de capacitación, que tienen los trabajadores de las MYPE comerciales, rubro panadería – pastelería del Mercado Anexo de Piura en el año 2012. b) Conocer las modalidades de capacitación que se desarrollan en el personal de las MYPE comerciales, rubro panadería – pastelería en el Mercado Anexo de Piura en el año 2012. c) Determinar el tipo de la rentabilidad que tienen las MYPE comerciales, rubro panadería-pastelería en el Mercado Anexo de Piura en el año 2012. d) Determinar los factores de la rentabilidad de las MYPE comerciales, rubro panadería-pastelería en el Mercado Anexo de Piura en el año 2012. La presente investigación tuvo los siguientes resultados: de la encuesta aplicada se llega a concluir que a la pregunta de tiempo de trabajo que llevan en su MYPE, se ha observado que el 40% (36 trabajadores) llevan solo un año trabajando para esa empresa, donde se preguntó por el significado que tenían por su trabajo, el 60% respondió que era moderadamente significativo, podemos observar que a la pregunta sobre si la capacitación es un proceso planificado en su empresa, 85% respondieron que no, de la encuesta aplicada se llega a concluir que a la pregunta: si cree necesario la capacitación en su área de trabajo, se observa que el 95% (86 trabajadores) si lo creen necesario, se puede observar que el 57.5% (52 trabajadores) no han recibido capacitación, de la encuesta aplicada se observa que de las personas que respondieron que sí a la pregunta

anteriormente planteada; el 70% (27 trabajadores) solo han recibido una vez, se puede observar que a la pregunta sobre el nivel de capacitación que tiene en su empresa el 57.14% (52 trabajadores) contestó que se encuentra en el N. básico, se observa que el 72.5% de los encuestados tienen una buena actitud para la atención al cliente, se observa que el 55% (50 trabajadores) no se cree tan apto para desempeñar su cargo, de la encuesta aplicada se observa que al 67.5% (61 trabajadores) de los encuestados le gustaría encontrarse en el nivel avanzado, se observa que a la pregunta de modalidades de capacitación que emplean las MYPES podemos ver que el 37.5% (34 trabajadores) dicen que la emplean para complementación, se observa que a la pregunta de años que llevan en el negocio podemos ver que el 68.75% (14 dueños) llevan más de 10 años en su negocio, de la encuesta aplicada se llega a observar que el 50% (10 dueños) lo considera moderadamente rentable, de la encuesta aplicada se observa que el 81.25% (15 dueños) si capacita a sus trabajadores, de la encuesta aplicada, los resultados nos indican que el 56.25% los capacita solo una vez al año, En la presente pregunta se lleva a observar que el 81.25% de los dueños si consideran que al dar capacitación a sus trabajadores les aumenta la rentabilidad de su negocio, Como se puede observar los resultados que nos muestra el 50% de los encuestados dicen que al capacitar a sus trabajadores aumenta mucho su rentabilidad, se observa que el 100% de los encuestados nos dicen que su tipo de rentabilidad que emplean en su negocio es variable, observamos que a la pregunta qué factores creen que influyen en la rentabilidad de su negocio, el 56.25% respondieron: productividad, la pregunta qué uso le da a los resultados de su rentabilidad el 43.75% lo reinvierte. Y se llegó a las siguientes conclusiones: El 85% de las MYPE comerciales, rubro panadería – pastelería del Mercado Anexo de Piura en el año 2012 no cuentan con un plan de capacitación, a su vez, por ese motivo el 51.14% de los trabajadores tienen un nivel básico de capacitación, por ello el tiempo de duración de ellos en la



organización no es por mucho tiempo; debido a que sienten que su desempeño laboral no es valorado por sus empleadores, y debido a esa falta de motivación es que se retiran de la empresa.

Así mismo llegamos a la conclusión que el tipo de rentabilidad de las MYPE seleccionadas es 100% variable, pues es el tipo de rentabilidad que da mayor rentabilidad, pero a la vez riesgoso, pues se da en inversiones en donde no se conoce de antemano cuáles serán los flujos de renta que generarán (los cuáles incluso pueden llegar a ser negativos), pues éstos dependen de diversos factores. Pero aun así es el tipo de rentabilidad que usan estas MYPE.

En base a ello, se puede concluir que el nivel de capacitación de los trabajadores si influye de manera directa en la rentabilidad de las MYPE del rubro panadería – pastelería del Mercado Anexo de Piura en el año 2012; debido a que el desarrollo de los recursos humanos es central ante el reto tan importante que las MYPE enfrentan hoy en día en este mundo globalizado y competitivo, además el capital humano y la capacitación son la clave del éxito de las empresas, por ello es beneficioso tener siempre en cuenta el nivel de capacitación de los trabajadores en una empresa. Los tipos de modalidades de capacitación que se desarrollan en las MYPE comerciales, rubro panadería – pastelería del Mercado Anexo de Piura en el año 2012, son la formación (32.5%) y la complementación (37.5%); debido a que ambas permiten que los trabajadores tengan el conocimiento necesario, no solo sobre su área de trabajo, sino que también les permite estar aptos para desempeñar cualquier cargo y en cualquier momento. Los factores que más influyen en la rentabilidad de las MYPE comerciales, rubro panadería – pastelería del Mercado Anexo de Piura en el año 2012, son la productividad (56.25%) y la calidad de producto y/o servicio (31.25%), pues determinan que son los más convenientes para brindar su producto y/o servicio. El 81.25% de los dueños de

estas MYPE, si capacitan a sus trabajadores, por ello, podemos decir que forman parte de la mayoría de las MYPE de hoy en día que capacitan a sus trabajadores y concluir que por esta razón, es que hoy en día este tipo de negocio ha crecido en la actualidad y sobre todo las de este rubro, además que gracias a ellas el nivel de pobreza de nuestro país se ha reducido.

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

Concepto de liderazgo

### a) El liderazgo

Es considerado una de las herramientas básicas para lograr que cualquier empresa y pueda posicionarse en un mercado globalizado en el cual desarrollan sus actividades sean de producción o servicios tal como lo afirma Malvicino (2003):

“El liderazgo es un desafío en cualquier época, pero en tiempos de la globalización, la turbulencia de los cambios generados por la nueva economía multiplico los interrogantes y las opciones de las empresas. Los líderes son hombres persiguiendo sus sueños, y por eso suelen ser inquietos, innovadores, apasionados y disciplinados, con el deseo de hacer lo que les gusta como premisa. Los líderes pueden encabezar grandes transformaciones, siempre que cuenten con un equipo capaz de acompañarlos, que usen su tiempo con inteligencia, que confieran a ese equipo la posibilidad de intercambiar impresiones con su jefe (incluso disentir con este) y de sentirse útil siendo parte de la tarea que están llevando a cabo”

## EL LIDERAZGO AUTORITARIO

El liderazgo autoritario basado en la superioridad en infundir miedo no funciona. Al contrario crea un cierto recelo si se infunde a los empleados tal vez consiga que rindan más pero no tendrán ningún respeto ni por el líder ni por la empresa, se debe emplear el liderazgo carismático y cooperativo hoy en día el liderazgo no solo dirige a la empresa hacia un fin positivo sino que también que se preocupa realmente por sus empleados. Se entiende por liderazgo la capacidad que tiene una persona de influir en otras y de ese modo actúan según lo que indica el líder, tal como lo afirma Rodríguez (2012) dice que:

“Dentro de la línea etimológica de “guiar”, se propone esta definición; Liderazgo es: cualquier intento expresado en influenciar e impactar la conducta de otras personas” (p.10).

Es una deformación de la palabra latina caput que significa cabeza. De ahí también se originó caudillo, que antes se decía capdillo. En cuanto al otro término de la relación, se ha acostumbrado llamarle súbdito, vasallo, subalterno, empleado y con otros nombres más específicos. Parece que hay mucho que rectificar aquí, porque el término correlativo a líder debe ser “seguidor” (p.11)

En la actualidad uno de los líderes que está influenciando es nuestro Señor Jesús ya que cuenta con más de 1 millón de fieles por todo el mundo, es un líder que con su ejemplo nos incentiva seguir sus pasos y obrar conforme a lo que nos enseña.

Por otro lado quien dirige una empresa es indispensable que conozca todo lo relacionado al liderazgo, ya que le permitirá influenciar acertadamente en los trabajadores que tiene a su cargo, como son conocer la motivación, la autoridad y poder; tal como lo afirma Rodríguez (2012):

“Es una acción sobre personas, no sobre maquinas o aparatos. Indica rejuegos de sentimientos, intereses, aspiraciones, valores, actitudes y todo tipo de reacciones humanas. Un estudio serio del liderazgo exige tener en cuenta estos componentes de la relación. Aquí nos limitamos a los más obvios. El líder hace que los otros hagan. Entonces, debe tener la capacidad de entender porque la gente actúa y saber manejar con destreza estos “resortes”, es decir, las motivaciones. Todo líder es un motivador. También ha de tener la capacidad de predecir en alguna forma las reacciones de la gente. Toda conducta de liderazgo, por definición, mira al futuro, porque lo que el líder pretende que se haga, aún no está hecho. Y nadie predice conductas si no conoce a la gente (p.14).

Por último, el líder requiere autoridad y poder, al menos aparente. El poder es la base del impacto e influencia del líder sobre el seguidor. Para un liderazgo efectivo el punto clave está en que el seguidor perciba en quien intenta dirigirlo o influenciarlo en algún sentido, un poder”. (p.14).

Para Pazmiño (2010) afirma que el arte de liderar y la ética es:

Liderar implica convencer (exponiendo ideas persuasivas y lograr una empatía en la conducta de los oyentes) con el propósito de perseguir un objetivo claro. Liderar significa orientar los esfuerzos hacia la consecución de un fin definido y contando con la elaboración de una estrategia viable. Liderar significa tratar con personas humanas y por tanto su actuación debe estar enmarcada por un sentido ético; significa además un alto sentido (p.69).

De responsabilidad, aconsejar y dejarse aconsejar; escuchar a los demás conscientemente con uso de educación; significa conscientemente aceptar que cada persona puede ejercer un valioso aporte al tema tratado. Dicho líder juega por lo tanto, un rol que va más allá de la

toma de decisiones. Estas deben poseer un fuerte condicionamiento ético. Por esto se le exige un actuar prudente. Unida a esta virtud se encuentra la educación y la sinceridad. Una primera aproximación ética del líder es el desarrollo de sus hábitos culturales, capaces de motivar y delegar responsabilidades (p. 70).

Todo profesional que tenga la responsabilidad de dirigir y liderar en una empresa debe ser ético en todas sus acciones y de esa manera podrá demostrar un liderazgo íntegro y así las relaciones interpersonales en el centro de trabajo serán estables y viables.

Cuando hablamos de liderazgo se puede hablar de dos corrientes: el liderazgo centrado en la persona y el liderazgo centrado en el grupo. Tal y como lo afirma Martínez, C y otros (2007):

“Dentro de las teorías desarrolladas en torno al estudio del liderazgo, se pueden conseguir dos grandes orientaciones: el liderazgo centrado en la persona y el liderazgo centrado en el grupo. En el liderazgo centrado en la persona conseguimos la teoría del liderazgo como rasgo de personalidad desarrollada por Stogdill quien manifiesta que el líder tiene rasgos como la inteligencia, comprensión profunda de la situación, fluidez verbal, adaptabilidad, confiabilidad, responsabilidad, participación social y posición socioeconómica. También se encontró la teoría de las características desarrolladas por Ghiselli quien concluyó que las características más significativas de los líderes son: la capacidad de supervisión, la motivación para realizar planes, la inteligencia, la motivación para la auto actualización, la seguridad en sí mismo y su poder de decisión”.

Es sumamente importante que el líder en las empresas identifiquen el tipo de liderazgo que deben aplicar sea el centrado en la persona o en grupo ya que esto le facilitará desarrollar mejor sus funciones y lograr los objetivos que tiene la empresa.

Por otro lado Rodríguez (2012) afirma que:

El liderazgo institucional, dirección o gerencia, no supone el trabajo de un líder o un seguidor, sino el de grupos, equipos y niveles de jerarquía, es el proceso de trabajo para lograr objetivos en una institución destinada a lograr metas con y por medio de seres humanos o, en otras palabras, la actividad para influir sobre los miembros de un grupo para que se interesen y esfuercen por alcanzar los objetivos que se planteen (p.48).

Todo líder tiene que tener visión y misión para poder lograr alcanzar los objetivos institucionales y plantearse metas a corto, mediano plazo que sea viables y alcanzables.

Definitivamente todo líder debe saber comunicarse con las personas que está dirigiendo, ésta (comunicación) es una herramienta sumamente importante y sobre todo debe saber aplicar el tipo de comunicación adecuada según las circunstancias en la que se encuentra; tal como lo afirma Rodríguez (2012):

“Es una forma de comunicación interpersonal. Un jefe que no es buen comunicador, es mediocre. En principio, el jefe debe estar bien informado: “La información es la materia prima de la dirección”, observan Kepner – Tregoe; y nótese que la información es más simple e incompleta que la comunicación. El dirigente debe estar concientizando de las complejidades de la comunicación y de cómo los problemas de la comunicación se originan antes que esta se establezca, ya que las diferentes personas perciben el mundo de diversas formas. A menudo el dirigente piensa que ser buen comunicador consiste en ser buen emisor. Con esto olvida lo principal: ser buen receptor. Esto es más difícil, porque exige al sujeto poder captar a los demás, altruismo, respeto y gran habilidad para la comunicación y entendimiento entre personas con puntos de vista diferentes”. (p.50)

De esta manera tiene la capacidad de entenderse con la gente. Las personas tienen sus escalas de valores, se mueven atendiendo a sus percepciones y emociones y rinden por sus capacidades. El fin de toda empresa es el bienestar humano (p.50).

Según Pazmiño (2010) afirma lo siguiente sobre los problemas fundamentales del liderazgo:

“Liderar es un arte y por lo tanto, para ejercerlo no basta el instinto, hay que desarrollarlo conociendo y practicando los principios con que aporta la experiencia y los avances de las ciencias humanísticas. El ejercicio del liderazgo entraña tres problemas fundamentales (KOTTER: 1990) el psicológico, por aplicarlo sobre seres humanos, dotados de inteligencia, voluntad, pasiones y sentimientos; el pedagógico, por entrañar la instrucción y la educación del liderado; y, el moral, por regular las conductas de los seguidores influyendo en su comportamiento. Por lo expuesto, liderar es educar, logrando el desarrollo de toda la perfección que la naturaleza humana lleva consigo. Es también instruir, enseñando las nociones técnicas precisas y dirigiendo los ejercicios prácticos, para proporcionar a los seguidores los conocimientos específicos que necesiten para cumplir sus misiones” (p. 41)

En ese sentido podemos analizar que no todos los que dirigen en las empresas suelen ser líderes o que estén ejerciendo liderazgo sobre sus empleados; de allí la importancia de que quien dirige en la empresa sepa identificar al líder en la institución y apoyarse para que éste pueda influenciar positivamente en los demás trabajadores y se pueda cumplir con los objetivos que se trazan en la empresa, tener presente que todo líder siempre será quien enseñe con el ejemplo ya que lo demuestra haciendo y los seguidores hacen de lo ven por eso dice que es una manera de instruir.

## **b) aptitudes del líder**

Para Pazmiño (2010) las aptitudes del líder son:

“Como en todo perfil, el líder tiene características centradas en los conocimientos, habilidades y actitudes que debe reunir de lo básico, un líder debe tener conocimientos sobre dirección de recursos humanos; métodos de trabajo; técnicas de organización; leyes y reglamentos; procedimientos de mando y control; y, material y equipo a su cargo. Por otra parte, el líder debe ser hábil para: planear y organizar el trabajo, apreciar situaciones y tomar decisiones, instruir, crear situaciones deseables, descubrir lealtades, y, conseguir disciplina espontánea basada en el convencimiento. En lo que tiene que ver con actitudes, el líder debe ser responsable, justo, voluntarioso, cooperador, comprensivo, creativo y noble, fundamentalmente” (p.42).

Considerando lo que el autor Pazmiño refiere que todo líder debe cumplir con ciertos requisitos entre ellos actitudes, habilidades y conocimientos para poder lograr cumplir con los objetivos que se tracen en la empresa; ya que estos permitirán que los trabajadores se involucren y así colaboren sintiéndose parte de la empresa.

Según Pazmiño (2010) manifiesta sobre fortaleza y firmeza:

## **c) Virtudes de un Líder**

La fortaleza

La fortaleza o firmeza es la virtud que facilita resolver las situaciones difíciles. Los actos de esta virtud son el resistir la dificultad y atacar o afrontar el obstáculo. La paciencia y perseverancia forman parte de las virtudes del inteligente, por cuanto el advierte que la realidad nunca se acomoda a lo que uno desea. Por el lado opuesto se



anteponen a estas virtudes los vicios de timidez y cobardía, vicios que pueden ser éticamente negativos frente a la toma de decisiones bajo presión. (p.68).

## CONFIANZA

Las personas necesitan de los demás para autoafirmar sus conductas. Estas son confirmadas en la medida que se comparte nuestras dudas naturales con otros. En el trabajo requerimos constantemente validar nuestras intenciones frente a la ejecución de las decisiones. Para ello es fundamental recurrir a la confianza el apoyo de nuestras decisiones. Abrirse hacia los demás es una cuestión finalmente ética, ya que la confianza es un valor, un bien. Ético es otorgar confianza a otros; compartir con otros. (p. 68).

El hacer sentir que se cuenta con cada colaborador. Mediante este sentimiento el liderazgo se siente orgulloso de haber sido “elegido” por el líder al recibir su confianza y respaldo (p.69).

Es sumamente importante que los líderes en las empresas puedan expresar confianza a sus colaboradores, que se muestre firme en la toma de decisiones, así mismo debe tener confianza en sus colaboradores cuando tenga la oportunidad en delegar responsabilidades; esto hará que los trabajadores aprendan a tener confianza en sí mismos y realicen mejor sus trabajos.

Todo profesional que tenga la responsabilidad de dirigir y liderar en una empresa debe ser ético en todas sus acciones y de esa manera podrá demostrar un liderazgo íntegro y así las relaciones interpersonales en el centro de trabajo serán estables y viables.

#### d) Liderazgo Humanista

Bermejo (2012) expresa lo siguiente sobre humanizar el liderazgo que:

Es claro que el cambio en una organización es la suma de los cambios que realizan las personas. Por eso, cada vez se está dando más espacio a la reflexión sobre la humanización del liderazgo o el liderazgo más humano, lo cual comporta hablar de un liderazgo basado en la equidad, la justicia, la igualdad de oportunidades, pero especialmente en un liderazgo cuyas relaciones estén cualificadas por actitudes que se despliegan y se traducen en promoción (P.18). El counselling, en este sentido, es uno de los espacios en que la psicología humanista desarrolla las actitudes y habilidades que pueden contribuir a que el acompañamiento esté centrado en las personas, con su dimensión física, cognitiva o mental, social o relacional, emotiva y espiritual. En todas estas dimensiones la persona puede tener dificultades, pero también recursos que identificar y desplegar para el desarrollo personal en el trabajo. El líder experto en counselling acompañara, pues, a las personas afrontar las dificultades que se encuentra, a realizarse en el desempeño de sus tareas, a trabajar interdisciplinariamente, a construir un mundo más humano desde cada rincón de su vida.” (p.19).

Cuán importante es que el líder tenga los conocimientos necesarios sobre counselling ya que este le permitirá desarrollar mejor su trabajo y liderazgo; porque comprenderá mejor la conducta de los colaboradores y así estos puedan desempeñarse mejor en la empresa.

## **2.3. Marco conceptual**

### **EL LIDERAZGO**

El Liderazgo nos influye, nos comunica, nos hace tener el poder de crecimiento y de consolidación paulatina y constante, es aquel que motiva, hace que nos relacionemos, y tener una amplia visión, el líder es aquel que persevera, tiene capacidad, objetividad, congruencia entre lo que dice y hace, tiene principios y valores, tiene su rumbo claro, el líder es el mayor servidor, capaz de trabajar en equipo, es la base de la pirámide y no es de arriba. El líder no nace, el líder se hace, porque nadie nace con todas sus capacidades desarrolladas. El ser líder es tener vocación de servicio a las personas. Una persona que tiene influencia y hace que los demás hagan lo que él quiere, no es un líder es un manipulador.

### **GESTIÓN DE CALIDAD**

Es satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores en base a una adecuación al uso de los productos o servicios.

Cuando la calidad se obtenga como consecuencia de que todas las personas que están en el proceso se empeñen en obtener calidad a la primera. En realidad, esta es una situación ideal, pues aunque todos intenten alcanzar el óptimo, habrá algunos que tal vez no lo consigan, haciendo imprescindible el control de la calidad. Lo importante en este caso sería el hecho de que el personal de control de calidad pasara de cumplir funciones de vigilancia, de fiscalización, de detección, a cumplir una función de supervisión bien entendida, es decir, de ayuda, de asesoramiento, de apoyo a cada uno de los trabajadores de la empresa para que pudieran alcanzar la calidad deseada en los respectivos puestos de trabajo.

### **III. HIPÓTESIS**

En el presente trabajo de investigación “La gestión de calidad con el uso del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panadería, del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso panaderías mi Ángel, no se planteó una hipótesis porque se trata de una investigación de tipo descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1 Diseño de investigación**

El tipo de investigación es cuantitativa porque se medirá las variables en forma numérica utilizando el análisis estadístico.

### **4.2 Población y muestra**

La población del estudio estuvo constituida por 14 micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017.

La muestra fue no probabilística y dirigida, debido a que participaron el 100% de las micro y pequeñas empresas (14) del rubro panaderías que estuvieron disponibles al momento de hacer el estudio.

El criterio de selección estuvo dado en función de la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes y/o gerentes de dicho rubro.

Se aplicara la fórmula del muestreo proporcional para determinar el tamaño de muestra.

### 4.3 Definición y operacionalización de variables

Variable	Problema	Objetivos	Metodología	Dimensiones		Indicadores	Medición
Gestión de calidad	¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de Liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro – elaboración de productos de panadería Del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia Santa año 2017. Caso Panadería "Mi Ángel"	<b>General:</b> Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del Liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro – elaboración de productos de panadería Del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia Santa año 2017. Caso Panadería "Mi Ángel"	<b>Diseño:</b> El diseño de la investigación será no experimental porque no se modificará ni variará las variables en estudio sino que se tomarán tal y como se presentan en la realidad, en este caso en las micro empresas	Edad	De 30 a 40 años	Rango	
					De 40 a 50 años		
					Mayor de 50 años		
				Género	Femenino	Nominal	
					Masculino		
				Grado de instrucción	Primaria	Ordinal	
					Secundaria		
					Superior Técnico		
					Superior		
				Universitario			
				<b>Dimensiones</b>		<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
				Formalización de la Micro y pequeñas empresas	Formal	Nominal	
					Informal		
				Tiempo de dedicación a la actividad empresarial	De 0 a 3	Razón	
					De 4 a 6		
Más de 6							
Cantidad de trabajadores	De 0 a 3	Razón					
	De 4 a 7						
	De 7 a 10						
	Más de 10						
Objetivo de la Micro y pequeñas empresas	Dar empleo a la familia	Nominal					
	Dar empleo a la familia y obtener ganancias						
<b>Dimensiones preguntas</b>		<b>Indicadores respuestas</b>	<b>Medición</b>				
	¿Cuáles son las						

Liderazgo	<p>características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro – elaboración de productos de panadería Del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia Santa año 2017. Caso Panadería "Mi Ángel"</p> <p>¿Cuáles son las características de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro – elaboración de productos de panadería Del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia Santa año 2017. Caso Panadería "Mi Ángel"</p>	<p><b>Específicos:</b> Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro – elaboración de productos de panadería Del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia Santa año 2017. Caso Panadería "Mi Ángel"</p> <p><b>Transversal:</b> Porque la investigación estará centrada en analizar el nivel o estado de las variables en el año 2018.</p>	¿Cuál es su edad?	De 20 a menos de 30 años De 31 a menos de 40 años De 41 a menos de 50 años Más de 50 años	Nominal
			¿Sexo del encuestado?	Masculino Femenino	
			¿Cuál es su grado de instrucción?	Primaria Secundaria Superior Técnico Superior Universitario Ninguno	
			¿Qué cargo ocupa dentro de la empresa?	Titular – gerente Administrador Encargado Otro	
			¿La Microempresa es: ?	Formal Informal	Nominal
			¿Qué tiempo desempeña el cargo en la empresa?	De 0 a 3 años De 4 a 6 años De 7 años a mas	
			¿Cuántos años lleva funcionando la panadería?	De 0 a 3 años De 4 a 6 años De 7 a más años	
			¿Cuántos trabajadores tienen en la panadería?	De 1 a 5 De 6 a 10 De 11 a mas	Nominal
			¿Qué relación tienen los trabajadores con el dueño de la empresa?	Familiares Amigos Ni familiares, ni amigos	

<p>Chimbote, Provincia Santa año 2017. Caso Panadería "Mi Ángel"</p> <p>Del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia Santa año 2017. Caso Panadería "Mi Ángel"</p> <p>Determinar las características de una gestión de calidad con el uso del Liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro – elaboración de productos de panadería</p>	<p>industrial rubro – elaboración de productos de panadería</p>	<p>relevantes de las variables en estudio.</p>	<p>¿Cuál es el objetivo principal por la que se formó la empresa?</p>	<p>Generar ganancias Subsistencia Generar puesto de trabajo Satisfacer al cliente</p>	<p>Nominal</p>
			<p>¿Cuenta con otra sucursal?</p>	<p>SI NO</p>	
			<p>¿Cómo financia los recursos de su Micro empresa?</p>	<p>Propios Terceros</p>	
			<p>¿Usted conoce lo que es Gestión de Calidad?</p>	<p>Si No</p>	
			<p>¿Usted en su empresa realiza una Gestión de Calidad?</p>	<p>SI NO</p>	
			<p>¿Usted considera que es importante realizar un proceso de gestión de calidad?</p>	<p>SI NO</p>	
			<p>¿Quiénes cree que deberían participar en el proceso de gestión de Calidad?</p>	<p>Los clientes La empresa El titular - Gerente</p>	
			<p>¿Conoce Usted las técnicas empresariales haciendo una gestión basada en el liderazgo?</p>	<p>SI NO</p>	
			<p>¿Cómo líder de su empresa cuál de las siguientes</p>	<p>Lluvia de ideas Liderazgo Benchmarking Otros</p>	



Del Distrito  
de Nuevo  
Chimbote,  
Provincia  
Santa año  
2017. Caso  
Panadería  
"Mi Ángel"

técnicas empresariales aplica?	
¿En su empresa ejerce el liderazgo como técnica?	SI NO
¿Cuál de estos estilos de liderazgo cree usted que emplea el propietario en la empresa?	Democrático Autoritario Participativo Carismatico
¿Usted considera que el propietario como líder se preocupa por sus empleados?	SI NO
¿Siendo el líder en su empresa como evalúa a sus trabajadores?	Observación Rendimiento Eficiencia
¿Usted ha establece un plan de negocios estratégicos basado en la gestión de liderazgo?	SI NO

			<p>¿Cree que usar la técnica del liderazgo en la empresa le otorgue buenos resultados?</p>	<p>Si No</p>
			<p>¿Cree que el propietario usa canales de comunicación con los trabajadores?</p>	<p>Si No</p>
			<p>¿Para Usted. Que canales de comunicación utiliza el propietario para relacionarse con los trabajadores?</p>	<p>Comunicación directa Redes sociales Telefonía Manuscrita</p>
			<p>¿Considera que si aplicara el liderazgo en los empleados de la panadería dé buenos resultados?</p>	<p>Si No</p>

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

Se usó la técnica de la encuesta y definir lo que es la encuesta y también se usara el instrumento cuestionario.

#### **4.5. Plan de análisis**

Se utilizó el cuestionario para recoger la información que será ordenada, clasificada en cuadros estadísticos a quienes se les analizara a través de programas estadísticos y luego se analizara e interpretara los resultados.

## 4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES	METODOLOGIA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Características de la Gestión de Calidad con el uso de Liderazgo en las Micro y Pequeñas Empresas, sector - industrial, rubro - elaboración de productos de Panadería Del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia de Santa año 2017. Caso- Panadería "Mi Ángel"	¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de Liderazgo en las Micro y pequeñas Empresas, sector - Industrial, rubro - elaboración de productos de Panadería. Del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia Santa año 2017. Caso Panadería "Mi Ángel"?	<p><b>GENERAL</b></p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del Liderazgo en las Micro y Pequeñas Empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de Panadería, del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Caso, Panaderías "Mi Ángel"</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar las características de los Representantes de las Micro y Pequeñas empresas en el sector industrial, rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Caso, Panaderías "Mi Ángel"</li> <li>• Determinar las características de la Micro y Pequeñas Empresas en el sector industrial, rubro elaboración de productos de Panadería del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Caso, Panaderías "Mi Ángel"</li> <li>• Determinar las características de una Gestión de Calidad con el uso del Liderazgo en las Micro y Pequeñas Empresas en el sector industrial, rubro elaboración de productos de Panadería, del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Caso, Panadería "Mi Ángel"</li> </ul>	Gestión de Calidad con el uso de Liderazgo en las Micro y Pequeñas Empresas	<p><b>El tipo de la investigación</b></p> <p>El tipo de investigación será es cuantitativa porque se medirá las variables en forma numérica utilizando el análisis estadístico.</p> <p><b>Nivel de la investigación de la tesis</b> El nivel de la investigación será descriptivo.</p> <p>Será descriptivo porque solo se describirá las características de los representantes de las mypes y de la gestión de calidad con el uso del liderazgo</p> <p><b>Diseño de la investigación</b></p> <p>Se utilizara el diseño no experimental- transversal. Será no experimental porque no se modificara ni se variara la variable en estudio sino que se tomara tal y como se presenta en la realidad</p> <p>Será transversal porque la información se tomara en un espacio y tiempo determinado</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

#### **4.7. Principios éticos.**

El presente trabajo se hace hincapié a los principios éticos de confidencialidad, confiabilidad y respeto a la persona humana, siendo estos principios los más resaltantes para llevar a cabo una buena investigación.

Se utilizaron los siguientes principios éticos:

##### **Confidencialidad**

La información presentada en esta tesis ha sido elaborada bajo consultas de diferentes autores, libros virtuales que representan la seguridad de la información plasmada.

##### **Confiabilidad**

La información presentada en este trabajo de investigación, está elaborada con absoluta confiabilidad, presentando bibliografías y consultas de autores que nos garantizan la fiabilidad que tiene la investigación, para el buen funcionamiento de los resultados.

##### **Respeto a la persona humana**

El presente trabajo de investigación se ha elaborado respetando a persona humana y sin dañar susceptibilidades.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

TABLA 1: características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro – elaboración de productos de panadería del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017. Caso Panadería Mi Ángel

Características	Numero	Porcentaje (%)	Mype	Porcentaje
<b>Edad del encuestado</b>				
18 a 30 años	4	28,0	0	0,0
31 a 50 años	4	29,0	1	100,0
51 a mas	6	43,0	0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0
<b>Sexo del encuestado</b>				
Masculino	9	64,0	0	0,0
Femenino	5	36,0	1	100,0
Total	14	100,0	1	100,0
<b>Grado de instrucción</b>				
Primaria	5	36,0	0	0,0
Secundaria	6	43,0	1	100,0
Superior técnico	2	14,0	0	0,0
Superior universitario	1	7,0	0	0,0
Ninguno			0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0
<b>Cargo en la empresa</b>				
Titular - gerente	7	50,0	1	100,0
Administrador	2	14,0	0	0,0
Encargado	5	36,0	0	0,0
Otro			0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0
<b>La micro empresa es:</b>				
Formal	11	79,0	1	100,0
Informal	3	21,0	0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0
<b>Tiempo que desempeña el cargo en la empresa</b>				
0 a 3 años	4	29,0	0	0,0
4 a 6 años	3	21,0	0	0,0
7 años a mas	7	50,0	1	100,0
Total	14	100,0	1	100,0

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial- rubro- elaboración de productos de panadería del distrito de Nuevo Chimbote provincia del Santa, año 2017. Caso Panadería Mi Ángel.

Concluye

TABLA 2: Características de las micro empresas del sector industrial – rubro- elaboración de productos de Panadería del distrito de nuevo Chimbote provincia del Santa año 2017. Caso Panadería mi Ángel.

Características	Numero	Porcentaje (%)	Mype	Porcentaje
<b>Tiempo de la panadería en funcionamiento</b>				
0 a 3 años	3	21,0	0	0,0
4 a 6 años	4	29,0	0	0,0
7 años a mas	7	50,0	1	100,0
total	14	100,0	1	100,0
<b>Número de trabajadores en la panadería</b>				
1 a 5	5	36,0	0	0,0
6 a 10	6	43,0	1	100,0
11 a mas	3	21,0	0	0,0
total	14	100,0	1	100,0
<b>Relación de los trabajadores con el propietario</b>				
Familiares	3	21,42	1	100,0
Amigos	6	42,86	0	0,0
Ni familiares, ni amigos	5	35,72	0	0,0
total	14	100,0	1	100,0
<b>El objetivo principal por la que se creó la empresa</b>				
Generar ganancias	6	42,86	1	100,0
Subsistencia	3	21,42	0	0,0
Generar puesto de trabajo	4	28,58	0	0,0
Satisfacer al cliente	1	7,14	0	0,0
total	14	100,0	1	100,0
<b>Tiene una sucursal la Panadería (Mype)</b>				
Si	3	21,42	1	100,0
No	11	78,58	0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0
<b>El financiamiento de la panadería es:</b>				
Propio	5	35,72	0	0,0
Terceros	9	64,28	1	100,0
Total	14	100,0	1	100,0

**Fuente:** cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa año 2017. Caso panadería Mi Ángel.

Concluye

**Tabla 3.** Características de la gestión de calidad con el uso de liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Nuevo Chimbote provincia del Santa año 2017. Caso panadería Mi Ángel.

Características	Numero	Porcentaje (%)	Mype	Porcentaje
Conoce acerca de gestión de calidad				
Si	6	42,86	1	100,0
No	8	57,14	0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0
En la Panadería realiza una gestión de calidad				
Si	5	35,72	1	100,0
No	9	64,28	0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0
Considera que es importante realizar un proceso de gestión de calidad				
Si	14	100,0	1	100,0
No			0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0
Quien cree que debería participar en el proceso de gestión de calidad				
Los clientes	3	21,42	0	0,0
La empresa	9	64,29	1	100,0
El titular - Gerente	2	14,29	0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0%
Conoce las técnicas empresariales haciendo uso de una gestión basada en el liderazgo				
Si	4	28,58	0	0,0
No	10	71,42	1	100,0
Total	14	100,0	1	100,0
Como líder cuál de las siguientes técnicas empresariales aplica en su empresa				
Lluvia de ideas			0	0,0
Liderazgo	14	100,0	1	100,0
Benchmarking			0	0,0
Otros			0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0
En su empresa ejerce el liderazgo				
Si	9	64,29	0	0,0
No	5	35,71	1	100,0
Total	14	100,0	1	100,0
Cuál de estos estilos de liderazgo emplea el propietario en la empresa				
Democrático			0	0,0
Autocrático	4	28,57	0	0,0
Participativo	6	42,86	1	100,0
Carismático	4	28,57	1	100,0
Total	14	100,0	1	100,0

Continúa...



**Tabla 3.** Características de la gestión de calidad con el uso de liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Nuevo Chimbote provincia del Santa año 2017. Caso panadería Mi Ángel.

Características	Numero	Porcentaje (%)	Mype	Porcentaje
<b>Usted como líder de la empresa se preocupa por sus empleados</b>				
Si	14	100,0	1	100,0
No			0	0,0
Total	14	100,0%	1	100,0
<b>Como líder en la empresa, como evalúa a sus trabajadores</b>				
Observación	3	21,43	0	0,0
Rendimiento	6	42,86	1	100,0
Eficiencia	5	35,71	0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0
<b>Establece plan de negocios estratégicos basados en la gestión de liderazgo</b>				
Si	4	28,58	0	0,0
No	10	71,42	1	100,0
Total	14	100,0	1	100,0
<b>Cree que usar la técnica del liderazgo en la empresa le otorga buenos resultados</b>				
Si	14	100,0	1	100,0
No			0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0
<b>El propietario utiliza canales de comunicación con sus trabajadores</b>				
Si	14	100,0	1	100,0
No			0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0
<b>Que canales de comunicación utiliza el propietario con sus trabajadores</b>				
Comunicación directa	5	35,72	0	0,0
Redes Sociales	4	28,57	1	100,0
Telefonía	4	28,57	0	0,0
Manuscrita	1	7,14	0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0
<b>Considera que si aplicara el liderazgo en los empleados en la empresa dé buenos resultados</b>				
Si	9	64,28	1	100,0
No	5	35,72	0	0,0
Total	14	100,0	1	100,0

**Fuente:** cuestionario aplicado a los representantes de los micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Nuevo Chimbote provincia del Santa año 2017. Caso panadería Mi Ángel.

Concluye

## **5.2. Análisis de resultados**

### **Respecto al Objetivo específico 1**

Se puede observar que (el 43%) de la minoría simple de los representantes de las Mypes encuestados tienen de 51 años a más años de edad, lo que difiere ligeramente con la edad del representante de la Mype Panadería Mi Ángel tomada como caso, en el que la edad del representante es de 31 a 50 años, lo cual difiere con León (2013) quien manifiesta que (el 40%) de los encuestados tiene de 21 a 28 años. Este resultado se contrasta con la encuesta realizada, y se difiere con el caso en estudio.

Se puede observar que (el 64%) de la mayoría de los encuestados representantes de las Mypes son de sexo masculino, lo cual difiere de la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso, en el que se concluye el sexo es femenino. coincide con Mallqui (2014) donde manifiesta que (el 64%) de los encuestados de los representantes son de sexo masculino. Dando así entender que tanto hombre como mujeres pueden liderar una empresa.

Se puede observar que (el 43%) de los encuestados de los representantes de las Mypes tienen un grado de instrucción secundaria, lo cual coincide con la Mype Panadería Mi Ángel tomada como caso, donde se encontró que el representante tiene un grado de educación secundaria. A la vez coincide con Mallqui (2014) donde afirma que (el 32%) de los representantes encuestados tienen como grado de instrucción secundaria.

Se observa que (el 50%) de los representantes de las Mypes encuestadas tienen como cargo titular – gerente. Y coincide con la Mype Panadería mi Ángel tomada como caso, que así mismo se encuentra en el cargo como titular- gerente. Y se iguala a Mallqui (2014) donde se manifiesta que (el 73%) son dueños

Se puede observar que (el 79%) de los representantes encuestadas, la micro empresa es formal. coincide con la Mype Panadería Mi Ángel tomada como caso ya que esta micro empresa también es formal. Y a la vez coincide con León (2013) donde manifiesta de los representantes encuestadas tiene su empresa formalizada.

Se puede observar que (el 50%) de los representantes de las Mypes encuestadas tienen de 7 años a más desempeñando el cargo en la empresa, coincide con la Mype Panadería mi Ángel

tomada como caso, que tiene de 7 años a más desempeñando el cargo en la empresa. Lo cual se contrasta con León (2013) donde manifiesta que desempeñan el cargo en la empresa de 1 a 6 años.

### **Respecto al objetivo específico 2**

El 50% de las Mypes encuestadas tiene como tiempo de funcionamiento de 7 años a más, lo cual coincide con la Mype Panadería mi Ángel tomada como caso, que tiene como tiempo de la panadería en funcionamiento de 7 años a más. Lo cual se asemeja a Mallqui (2014) con (el 56%) tiene de 6 a 10 años de permanencia en el rubro.

Se puede observar que (el 43%) de las mypes encuestadas tienen entre 6 a 10 trabajadores, esto coincide con la Mype Panadería mi Ángel tomada como caso que tiene también entre 6 a 10 trabajadores

Se puede observar que (el 42,86%) de los trabajadores de las Mypes tienen relación con el propietario de amistad, esto difiere con la Mype Panadería mi Ángel tomada como caso, ya que la relación que tiene con el propietario es de familia. Cual se contrasta con Mallqui (2014) donde manifiesta que (el 60%) de sus trabajadores es eventuales, ni familiares ni amigos.

Se observa que (el 42,86%) de las Mypes encuestadas manifiesta que su objetivo principal por la que se creó la empresa es generar ganancias, a igual de la Mypes Panadería mi Ángel, tomada como caso. Esto coincide con Mallqui (2014) que del total de las Mypes encuestadas se observa que (el 80%) se formó con la finalidad de obtener ganancias.

Se observa que (el 78,58%) de las Mypes encuestadas manifiestan que no tienen sucursal, esto se difiere a la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso que si tiene una sucursal.

Se observa que (el 64,28%) de las Mypes encuestadas refiere que su financiamiento es a través de terceros, esto coincide con la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso, que indica que su financiamiento es a través de terceros. Con lo cual coincide con Vallejo (2015) donde manifiesta que (el 86%) solicitó un financiamiento a un tercero.

### **Respecto al objetivo específico 3**

Se observa que (el 57,14%) de las Mypes encuestadas afirma que no conoce sobre gestión de calidad, a diferencia de la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso que afirma conocer sobre gestión de calidad.

Se observa que (el 64,28%) de las Mypes encuestadas refiere que no realiza una gestión de calidad, esto se difiere de la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso, que manifiesta que si realiza una gestión de calidad.

Se puede observar que (el 100%) de las Mypes encuestadas manifiestan que es importante realizar un proceso de gestión de calidad, se iguala a la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso, que refiere que es importante realizar el proceso de gestión de calidad.

Se puede observar que (el 64,29%) de las Mypes encuestadas consideran que es la empresa quien debe de participar en el proceso de gestión de calidad, esto coincide con la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso cuando afirma que es la empresa quien debe de participar en el proceso de gestión de calidad.

Se puede observar que (el 71,42%) de las Mypes encuestadas refieren que no conocen las técnicas empresariales haciendo uso de una gestión basada en el liderazgo, esto coincide con la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso que afirma no conocer las técnicas empresariales haciendo una gestión basada en el liderazgo.

Se puede observar que (el 100%) de las Mypes encuestadas manifiestan que como líderes utilizan la técnica empresarial del liderazgo en su empresa, así mismo la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso se refiere, que aplica la técnica empresarial del liderazgo.

Se puede observar que (el 64,29%) de las Mypes encuestadas manifiestan que ejercen el liderazgo en sus empresas, esto coincide con la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso, que manifiesta que ejerce el liderazgo.

Se puede observar que (el 42,86%) de las Mypes encuestadas manifiestan que de los estilos de liderazgo empleados por los propietarios es el participativo, se iguala a la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso, manifestando que aplica el estilo de liderazgo el participativo.

Se observa que (el 100%) de las Mypes encuestadas afirman que como líder de la empresa se preocupa por sus empleados, esto lo corrobora la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso, en la cual afirma que como líder de la empresa se preocupa por sus empleados.

Se puede observar que (el 42,86%) de las Mypes encuestadas manifiestan que como líderes en su empresa evalúan a sus trabajadores mediante el rendimiento, esto coincide con la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso, afirmando que como líder en su empresa evalúan a sus trabajadores a través del rendimiento, esto se contrasta con León (2013) que afirma que como líderes en su empresa evalúan a sus trabajadores mediante la observación directa.

Se puede observar que (el 71,42%) de las Mypes encuestadas refiere que no establece un plan de negocios estratégicos basados en la gestión de liderazgo, resultado se iguala a la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso, que se refiere que no establece un plan de negocios estratégicos basados en la gestión de liderazgo.

Se observa que (el 100%) de las Mypes encuestadas cree que usar la técnica de liderazgo en la empresa le otorga buenos resultados, este resultado lo corrobora la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso. Que manifiesta que usar la técnica de liderazgo en la empresa le otorga buenos resultados.

Se puede observar que (el 100%) de las Mypes encuestadas manifiesta que utiliza canales de comunicación con sus trabajadores, este resultado coincide con la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso, afirmando que utiliza canales de comunicación con sus trabajadores.

Se observa que (el 35,72%) de las Mypes encuestadas manifiesta que los canales de comunicación que utiliza el propietario con los trabajadores es la comunicación directa, este resultado se difiere de la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso, que refiere que los canales de comunicación que utiliza para comunicarse con sus trabajadores es mediante las redes sociales. Se contrasta con León (2013) quien afirma que (el 40%) dijo no mostrar entusiasmo en tener comunicación directa con los empleados.

Se puede observar que (el 64%) de las Mypes encuestadas afirman que de aplicar el liderazgo en los empleados de la empresa daría buenos resultados, este resultado lo corrobora la Mype Panadería mi Ángel, tomada como caso, que afirma que si se aplicara el liderazgo en los empleados en la empresa de buenos resultados.

Finalizada la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

- El 43% de los representantes de las Mypes encuestados tienen de 51 años a más años de edad; El 64% de son de sexo masculino; El 43% tienen un grado de instrucción secundaria; El 50% de los representantes son titular –gerentes; El 79% de las micro empresa son formales; El 50% tienen de 7 años a más que desempeña el cargo en la empresa.
- El 50,0% tiene de 7 años a mas como de funcionamiento; El 43,0% de las micro empresas tiene de 6 a 10 trabajadores; El 42,86% tiene relación de amistad; El 42,86% tiene como objetivo generar ganancias; El 78,58% no tienen sucursal; El 64,28% su financiamiento es a través de terceros.
- El 57,14% refiere que no conoce sobre gestión de calidad, El 64,28% , refiere que no realiza gestión de calidad, El 100,0% manifiestan que es importante realizar un proceso de gestión de calidad, El 64,29% consideran que es la empresa quien debe de participar en el proceso de gestión de calidad, El 71,42% refieren que no conocen las técnicas empresariales haciendo uso de una gestión basada en el liderazgo, El 100% manifiestan que como líderes utilizan la técnica empresarial del liderazgo en su empresa, El 64,29% refieren que no ejercen el liderazgo en sus empresas, El 42,86% manifiestan que de los estilos de liderazgo empleados por los propietarios es el participativo, El 100,0% refieren que como líderes se preocupan por sus empleados, 42,86% manifiestan que como líderes evalúan a sus trabajadores a través del

rendimiento, El 71,42% refiere que no establece un plan de negocios estratégicos basados en la gestión de liderazgo, El 100,0% considera que si aplicarán la técnica de liderazgo obtendrían buenos resultados, El 100,0% refiere que utiliza canales de comunicación con sus trabajadores, El 35,72% manifiesta que utiliza la comunicación directa con sus trabajadores, El 64,28% afirman que de aplicar el liderazgo en los empleados de la empresa daría buenos resultados.



### **Recomendaciones**

El 57% refiere que no conoce sobre gestión de calidad, El 64%, refiere que no realiza gestión de calidad, El 71,42% refieren que no conocen las técnicas empresariales haciendo una gestión basada en el liderazgo, El 64,29% refieren que si ejercen el liderazgo en sus empresas, El 71% refiere que no establece un plan de negocios estratégicos basados en la gestión de liderazgo.

1. Los representantes de las micro y pequeñas empresas estudien, se informen y se capaciten, sobre gestión de calidad y que lo puedan implementar en su empresa.
2. Poner más énfasis en poner en práctica el uso de la gestión de calidad para mejorar los resultados de su empresa.
3. Implementar las técnicas empresariales basado en el liderazgo y así la empresa tendría un líder a quien seguir.
4. Hacer un estudio con respecto al liderazgo así lo puede aplicar en su empresa.
5. Establecer un plan de negocios estratégicos para lograr que la empresa empiece a tener buenos resultados.

Aspectos complementarios

### Referencias bibliográficas

Rodríguez, E. M. (2012). *Liderazgo: desarrollo de habilidades directivas (2a. ed.)*. México, D.F., MX: Editorial El Manual Moderno. Recuperado de

[http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=1&docID=10779997  
&tm=1500935068555](http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=1&docID=10779997&tm=1500935068555)

Pazmiño, C. I. (2010). *Liderazgo, más que una estrategia gerencial*. Quito, EC: EDITEKA Ediciones. Recuperado de

[http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=1&docID=10378356  
&tm=1500936513357](http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=1&docID=10378356&tm=1500936513357)

Bermejo, J. C., y Martínez, A. (2012). *Humanizar el liderazgo*. Bilbao, ES: Editorial Desclée de Brouwer. Recuperado de

[http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=1&docID=10721550  
&tm=1501647531443](http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=1&docID=10721550&tm=1501647531443)

Soto, B. (2017). *Tipos de liderazgo. Principales formas de liderar*. (Web) Gestion.Org.

Recuperado de <https://www.gestion.org/recursos-humanos/liderazgo/29890/tipos-de-liderazgo/> [Acceso 20 Jul. 2017].

Soto, B. (2017). *Tipos de liderazgo. Principales formas de liderar*. [online] Gestion.Org.

Recuperado de [https://www.gestion.org/recursos-humanos/liderazgo/29890/tipos-de-liderazgo/#La\\_importancia\\_del\\_estilo\\_de\\_liderazgo](https://www.gestion.org/recursos-humanos/liderazgo/29890/tipos-de-liderazgo/#La_importancia_del_estilo_de_liderazgo) [Acceso 20 Jul. 2017].

Scribd. (2017). *Ventajas y Desventajas de un Líder*. [online]. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/93976254/Ventajas-y-Desventajas-de-un-Lider> [Acceso 20 Jul. 2017].

Yanac, S. L (2015). *Gestión de la responsabilidad social empresarial y lealtad del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Huaraz, 2015*. Recuperado de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Uldech\_Biblioteca\_virtual%20(7).pdf

Mallqui, R. H (2014). *Caracterización de la competitividad bajo el enfoque del diamante de porter, en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura – rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de Huaraz, 2014*. Recuperado de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Uldech\_Biblioteca\_virtual%20(5).pdf

Vallejo, B. V. (2015). *Caracterización del financiamiento y formalización en las mype comerciales, rubro panaderías en el distrito de castilla, 2015*. Recuperado de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Uldech\_Biblioteca\_virtual%20(6).pdf

Zapata, R. F. (2012). *Caracterización de la capacitación y rentabilidad de las mypes comerciales, rubro panadería-pastelería del mercado anexo-Piura, año 2012*. Recuperado de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Uldech\_Biblioteca\_virtual%20(4).pdf

León, G. C. (2013). *Caracterización del liderazgo transformacional en las Mypes del sector servicio - rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Huaraz – 2013*. Recuperado de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Uldech\_Biblioteca\_virtual%20(1).pdf

Weis, R. (2009). *Las panaderías en la ciudad de México de Porfirio Díaz: los empresarios vasco-navarros y la movilización obrera*. Bogotá, CO: Red Revista de Estudios Sociales. Recuperado de <http://www.ebrary.com>

Pola, M. Á. (1988). *Gestión de la calidad*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=13&docID=3181318&tm=1543235332591>

## Anexo 1

### CRONOGRAMA DE GANTH

ACTIVIDADES	FECHA	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PAGINAS PRELIMINARES	03- 09 SEPTIEMBRE	■															
REVISIÓN DE LITERATURA	10 – 16 SEPTIEMBRE		■														
REVISIÓN DE LITERATURA	17 – 23 SEPTIEMBRE		■	■													
METODOLOGÍA	24 – 30 SEPTIEMBRE				■												
METODOLOGÍA	01 – 07 OCTUBRE				■	■											
RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN	08 – 14 OCTUBRE					■											
RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN	15 – 21 OCTUBRE					■	■										
INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN	22 – 28 OCTUBRE						■	■									
REVISIÓN DEL INFORME FINAL	29 – 04 NOVIEMBRE							■									
EVALUACIÓN DEL INFORME FINAL	05 – 11 NOVIEMBRE								■								
2° REVISIÓN DEL INFORME FINAL	12 – 18 NOVIEMBRE								■	■							
SUSTENTACIÓN DEL INFORME FINAL	19 – 25 NOVIEMBRE										■						
SUSTENTACIÓN DEL INFORME FINAL	26 – 02 DICIEMBRE										■	■					
ELABORACIÓN DEL ACTA DE SUSTENTACIÓN	03 – 09 DICIEMBRE												■	■			
PUBLICACIÓN DE PROMEDIOS FINALES	10 – 16 DICIEMBRE														■	■	

## Anexo 2

Figuras:

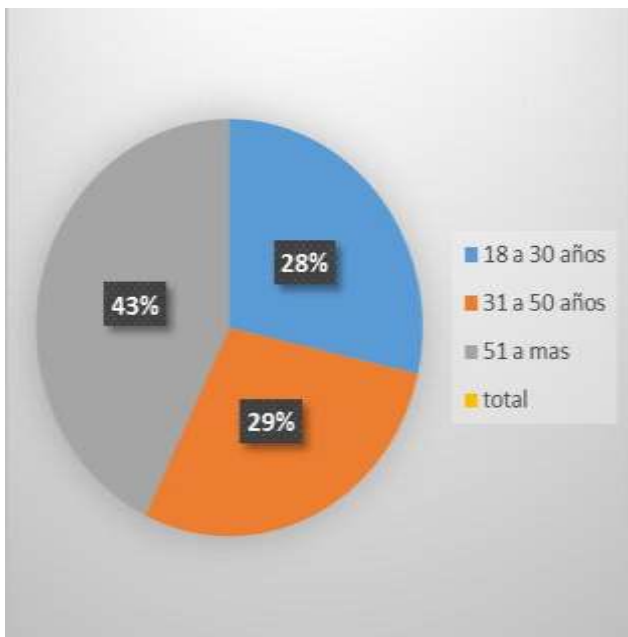
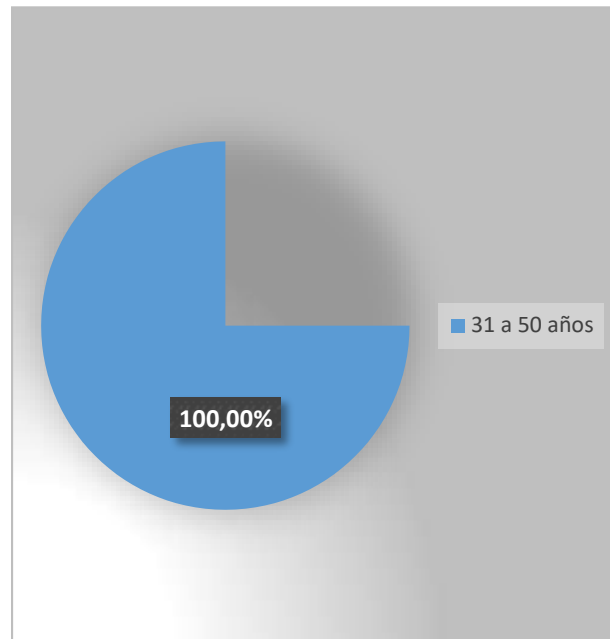


Figura 1: Edad del encuestado



Edad del encuestado de la Mype del caso

Fuente: Tabla N°1

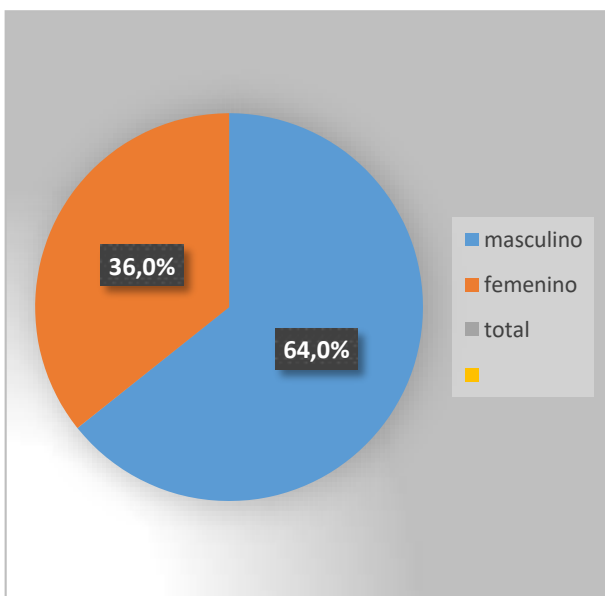
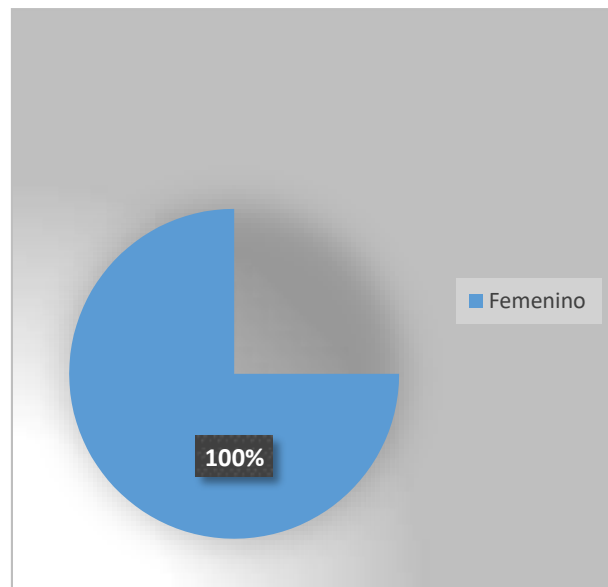
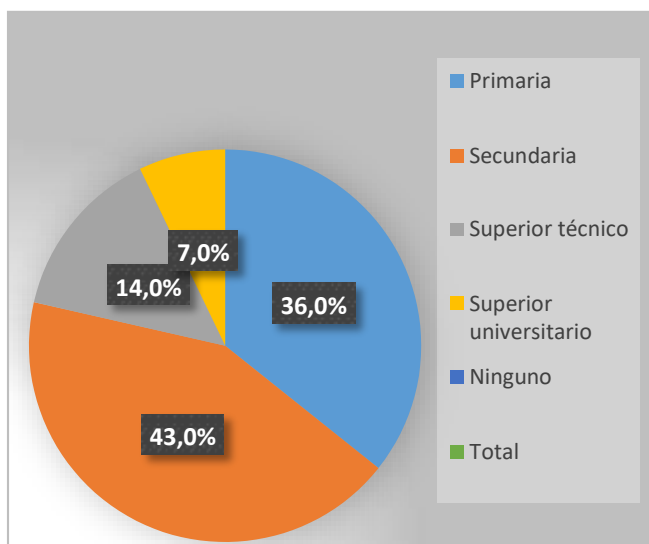


Figura 2: Sexo del encuestado



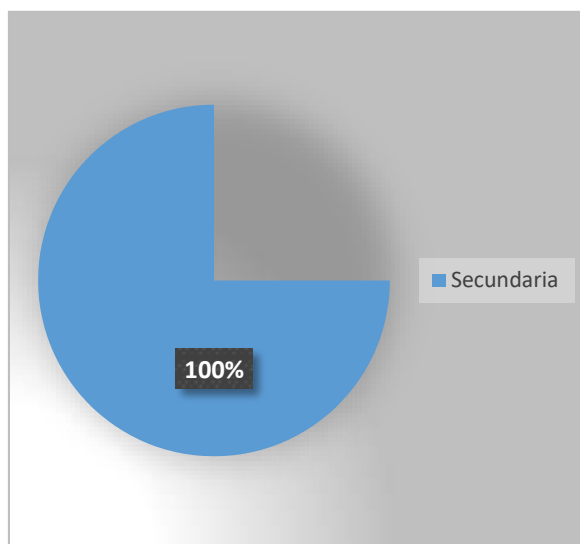
Sexo del encuestado de la Mype del caso

**Fuente Tabla 1**

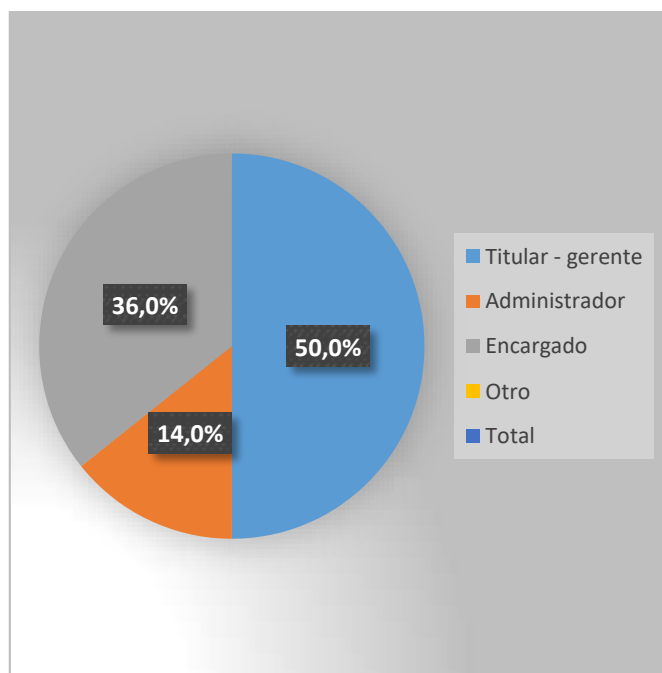


**Figura 3: Grado de instrucción**

**Fuente: Tabla 1**

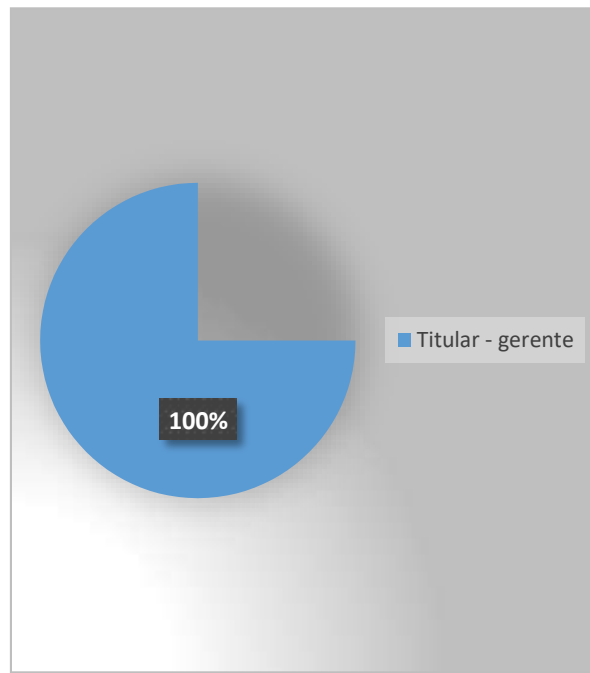


**Grado de instrucción de la Mype del caso**

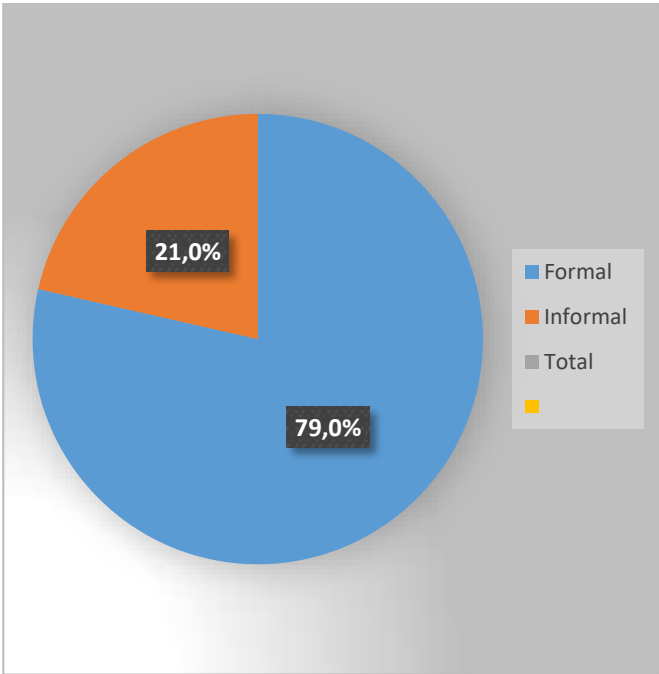


**Figura 4: Cargo dentro de la empresa**

**Fuente: Tabla 1**

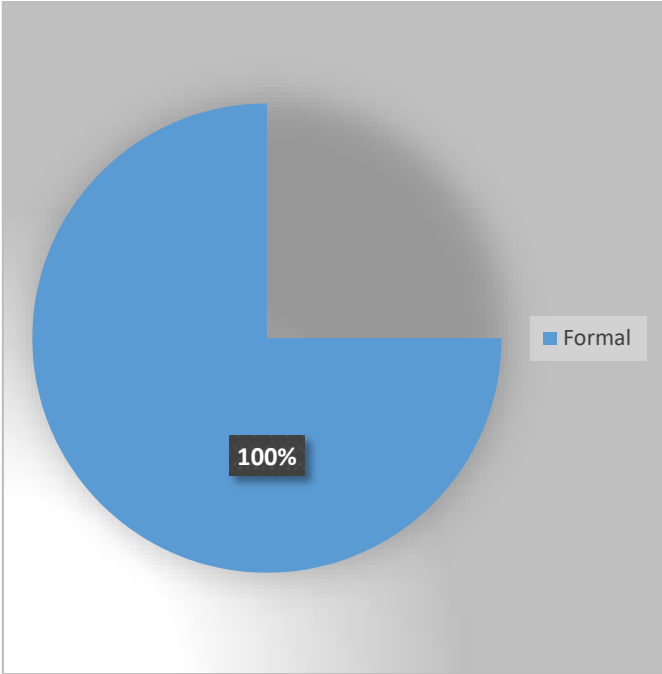


**Cargo en la empresa de la Mype del caso**

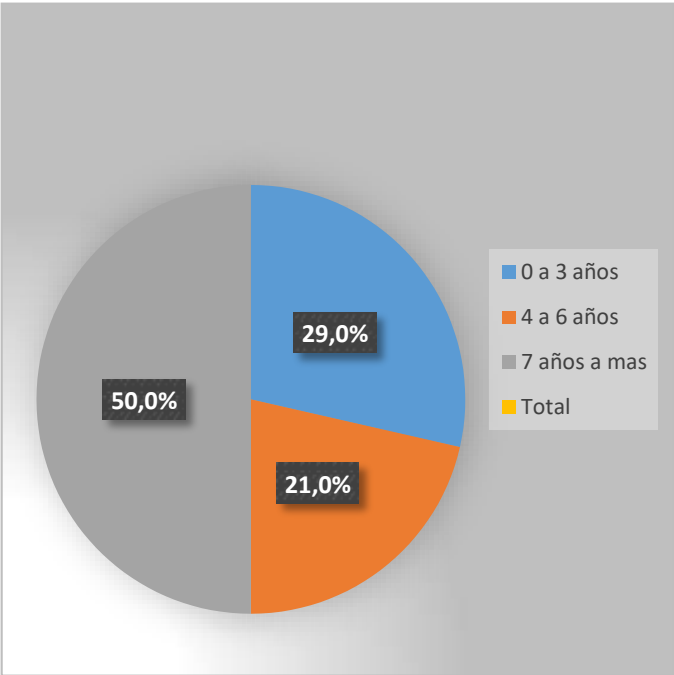


**Figura 5: La micro empresa es caso**

Fuente: Tabla 1

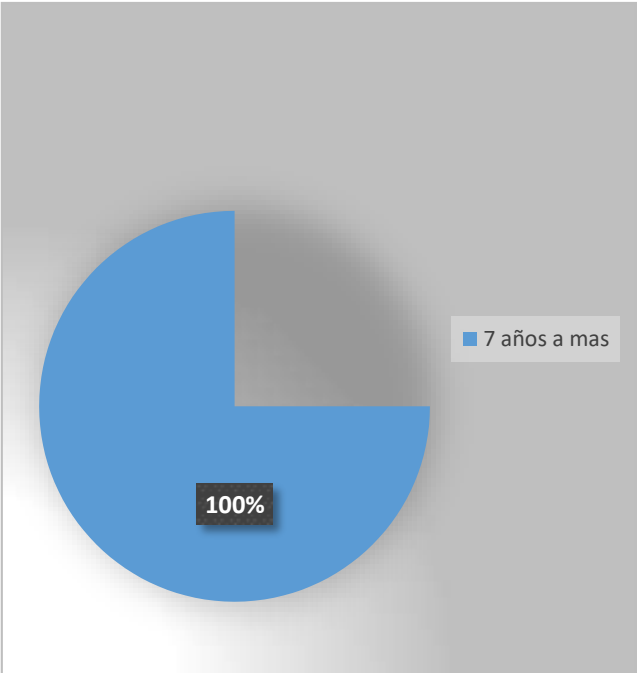


**La micro empresa es: de la Mype del**



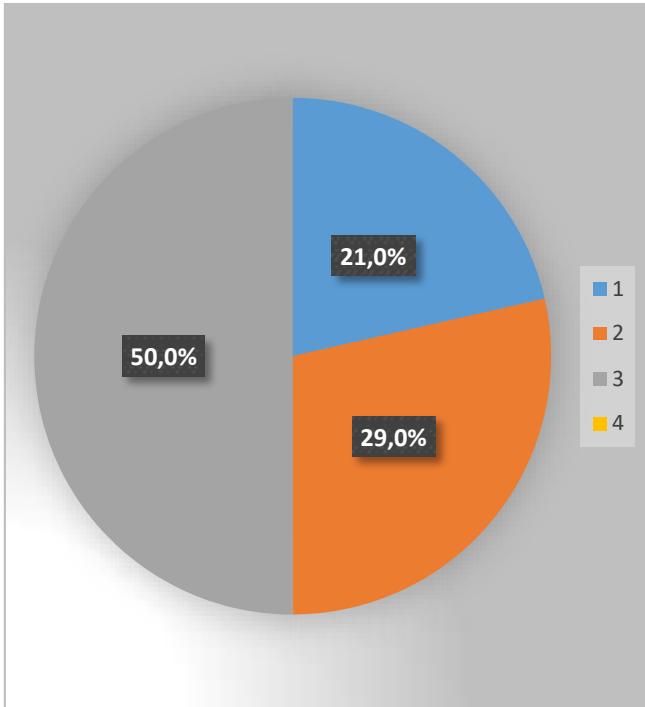
**Figura 6: Tiempo que desempeña el cargo en la empresa**

Fuente: Tabla 1



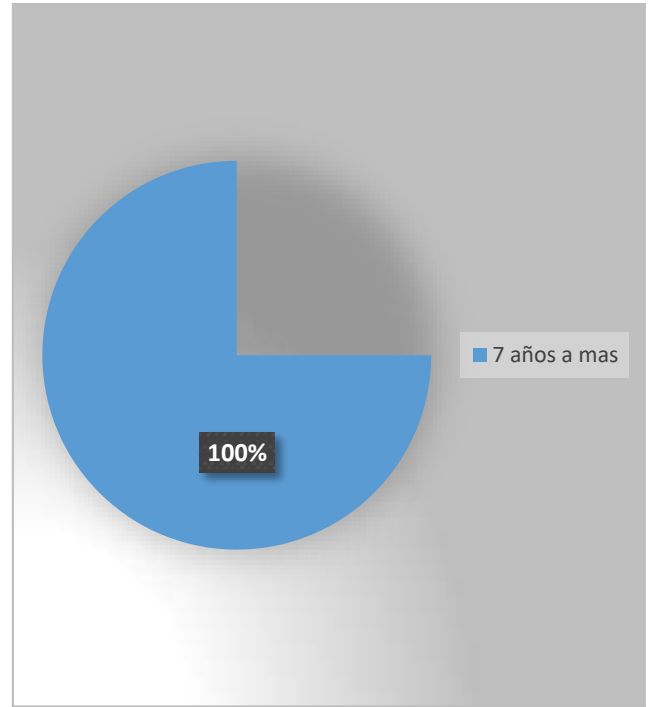
**Tiempo de la Mype en el mercado del caso**



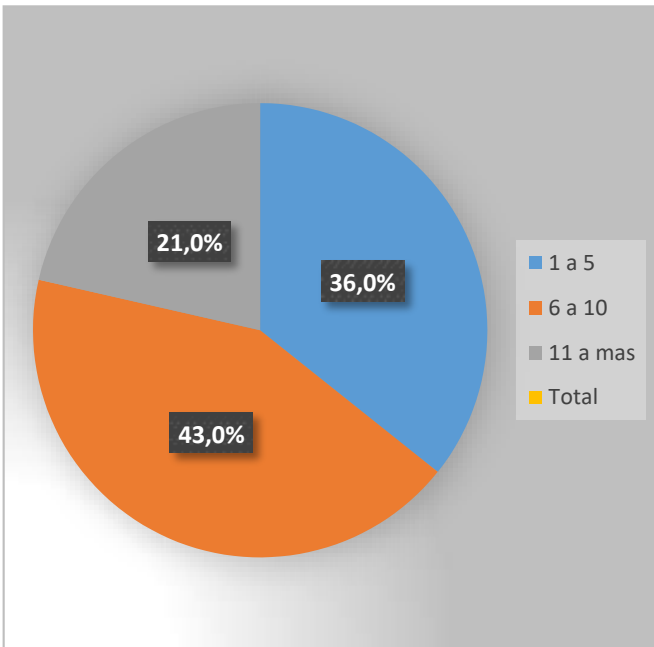


**Figura 7: Tiempo de la panadería en funcionamiento**

Fuente: Tabla 2

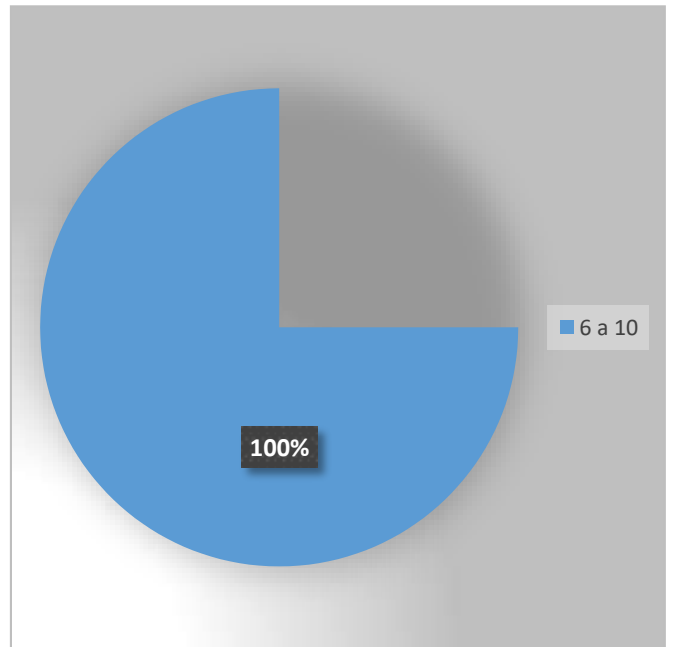


**La Mype del caso**

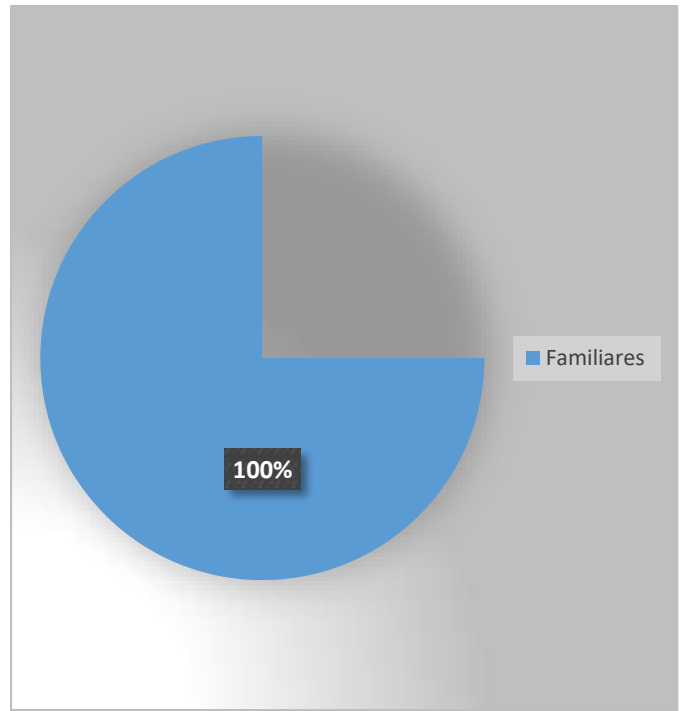
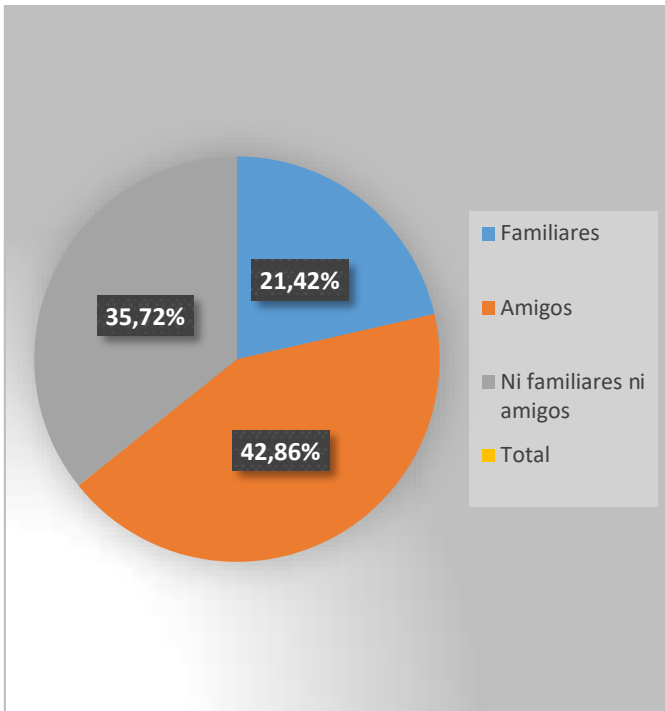


**Figura 8: Número de trabajadores en la panadería**

Fuente: Tabla 2

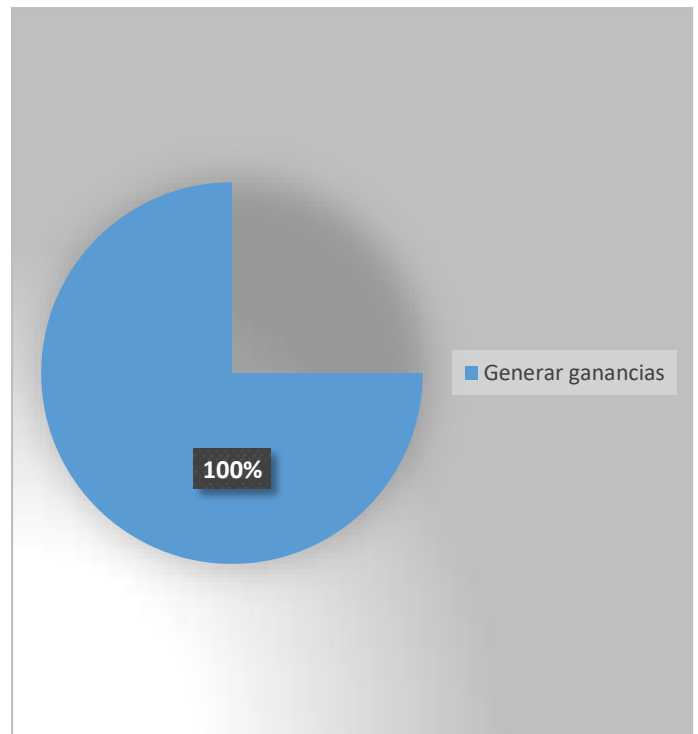
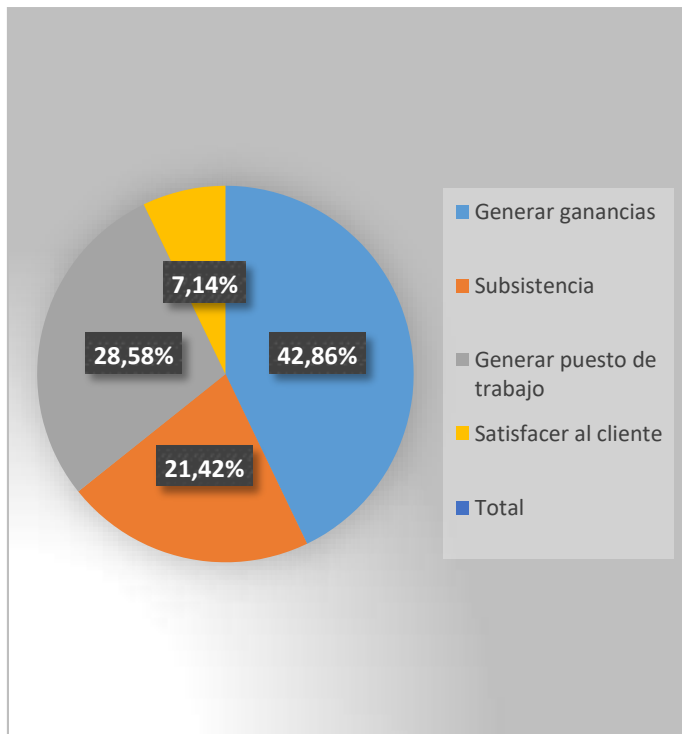


**La Mype del caso**



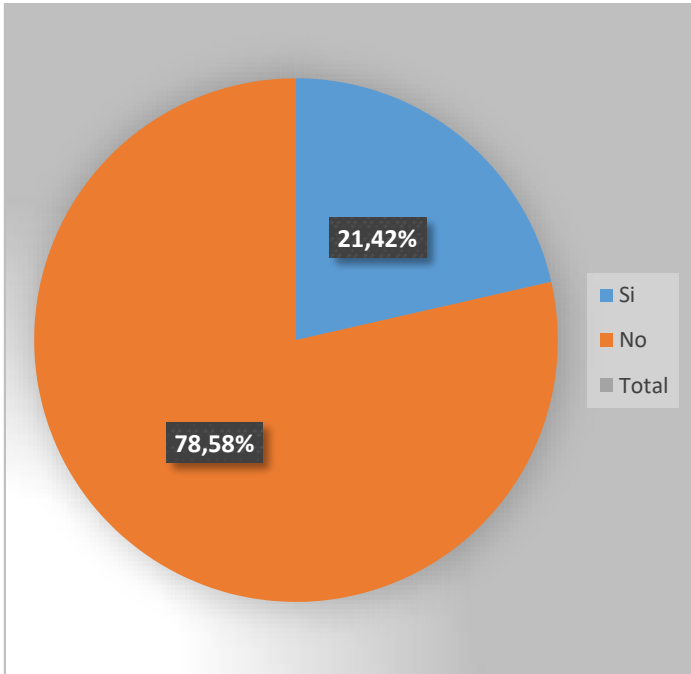
**Figura 9: Relación de los trabajadores con el propietario La Mype del Caso**

**Fuente: Tabla 2**



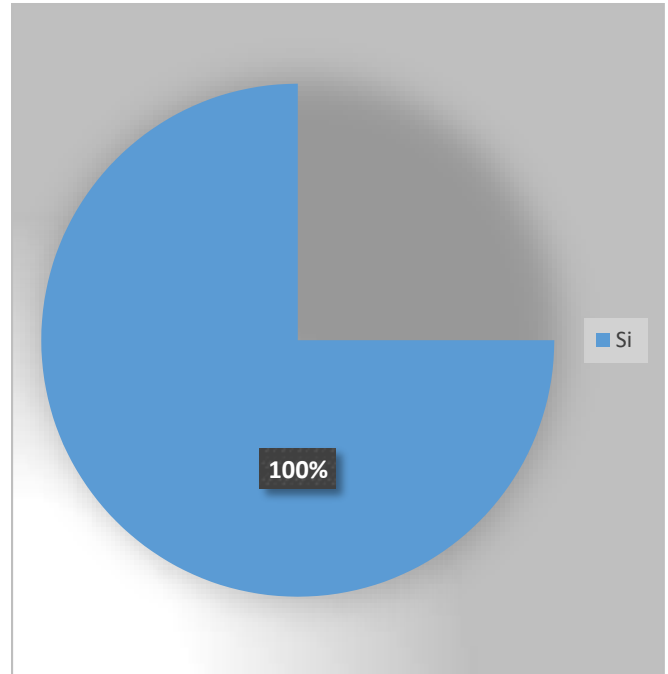
**Figura 10: El objetivo principal por la que se creó la empresa La Mype del Caso**

**Fuente: Tabla 2**

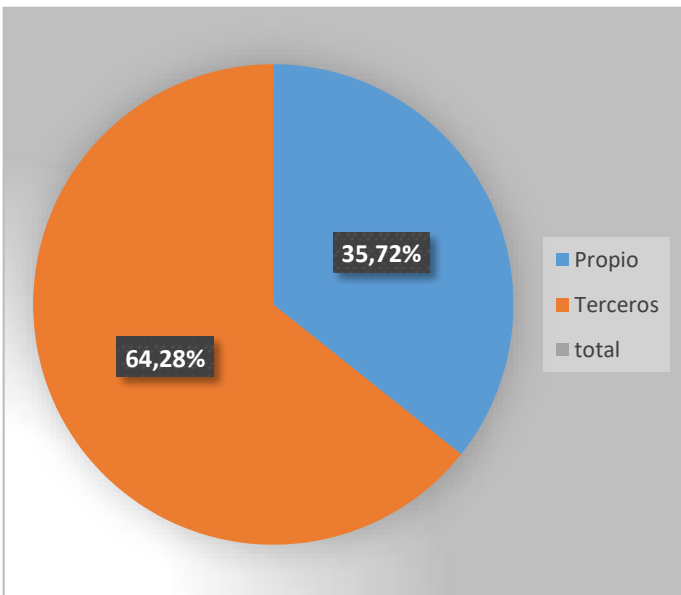


**Figura 11: Tiene una sucursal la panadería (MYPE)**

**Fuente: Tabla 2**

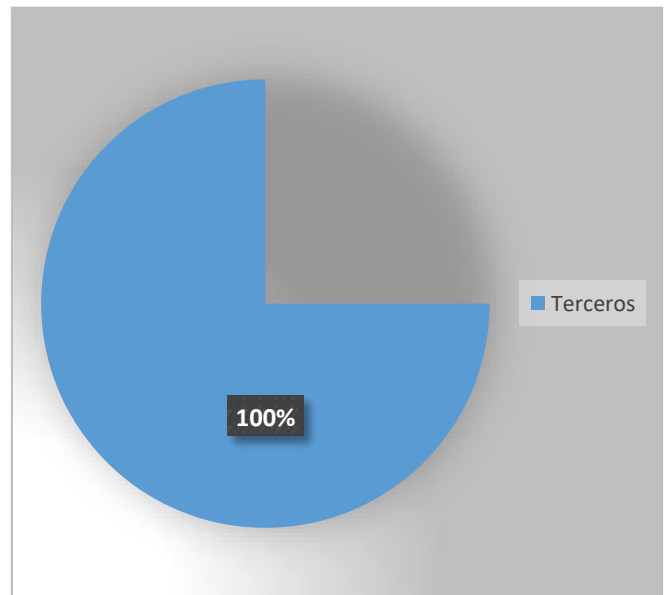


**La Mype del Caso**

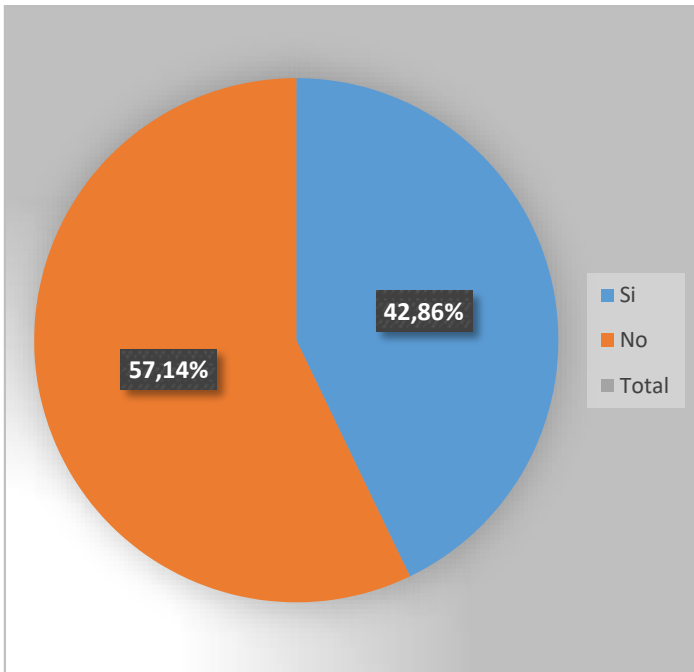


**Figura 12: El financiamiento de la panadería es:**

**Fuente: Tabla 2**

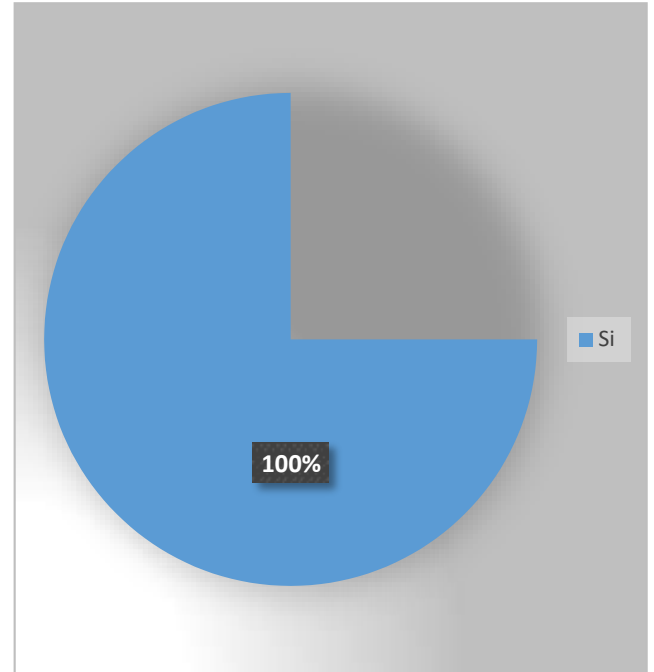


**De la Mype del Caso**

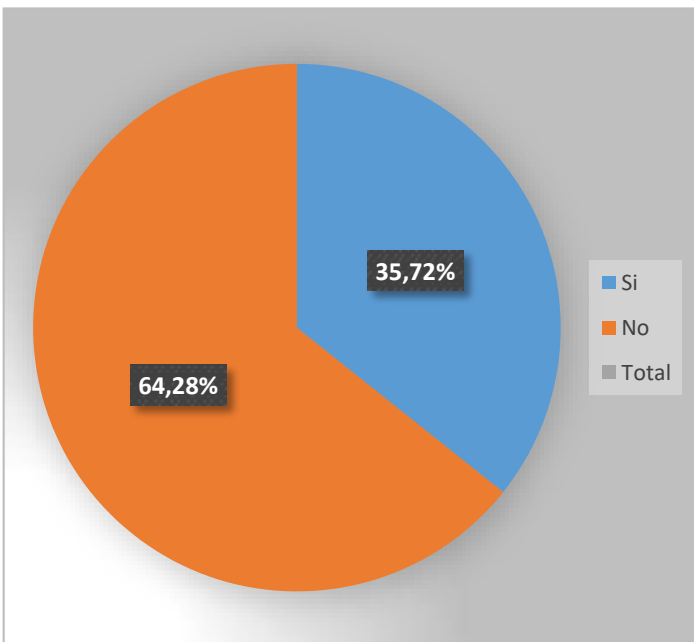


**Figura 13: Conoce acerca de Gestión de Calidad**

**Fuente: Tabla 3**

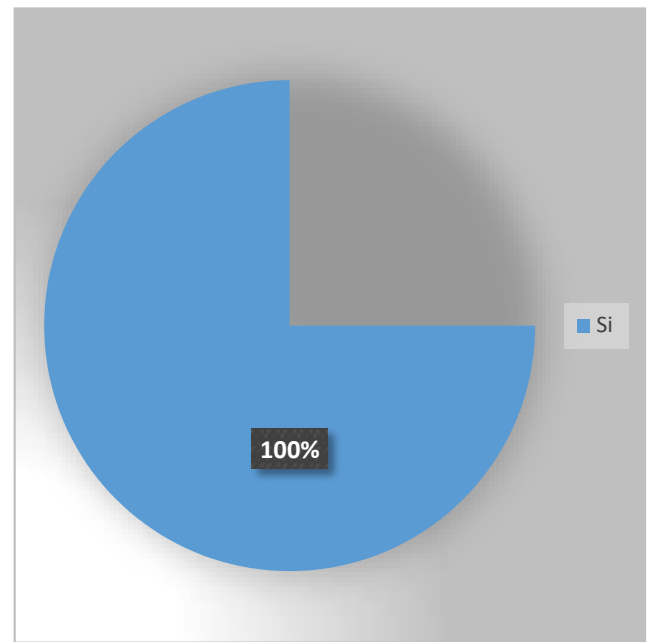


**De la Mype del Caso**

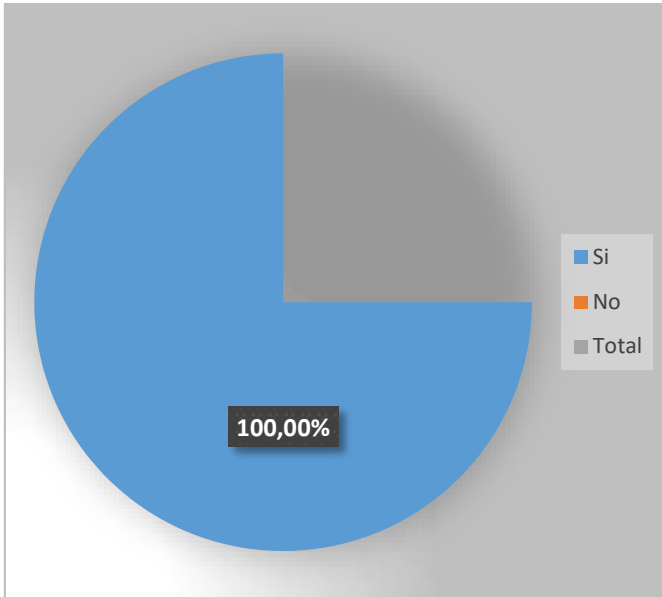


**Figura 14: En la panadería realiza una gestión de calidad**

**Fuente: Tabla 3**

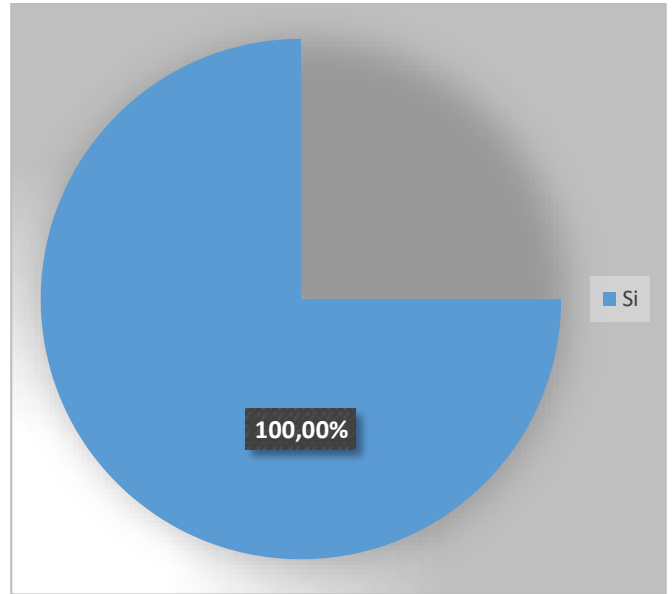


**De la Mype del Caso**

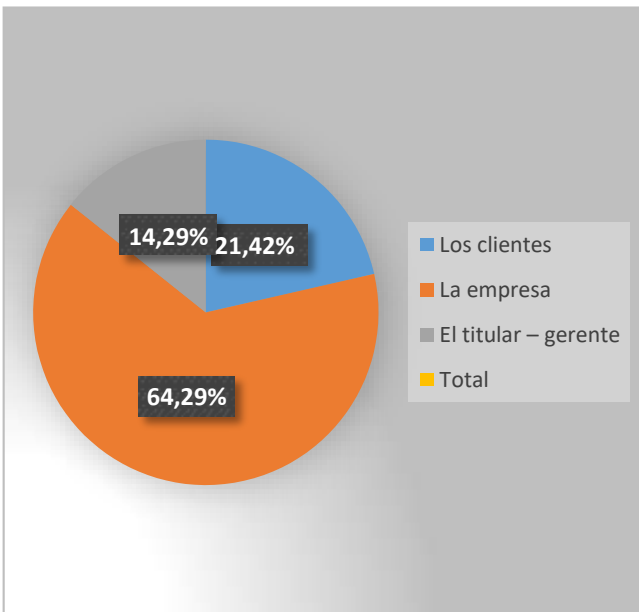


**Figura 15: Considera que es importante realizar un proceso de Gestión de calidad**

**Fuente: Tabla 3**

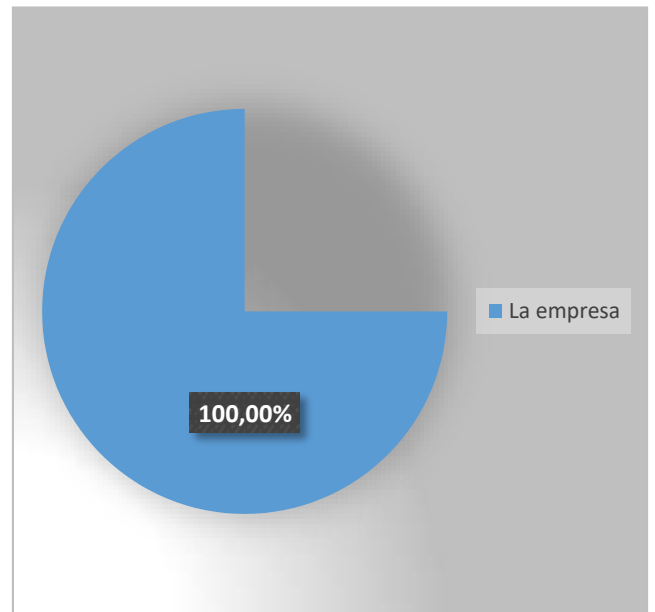


**De la Mype del Caso**

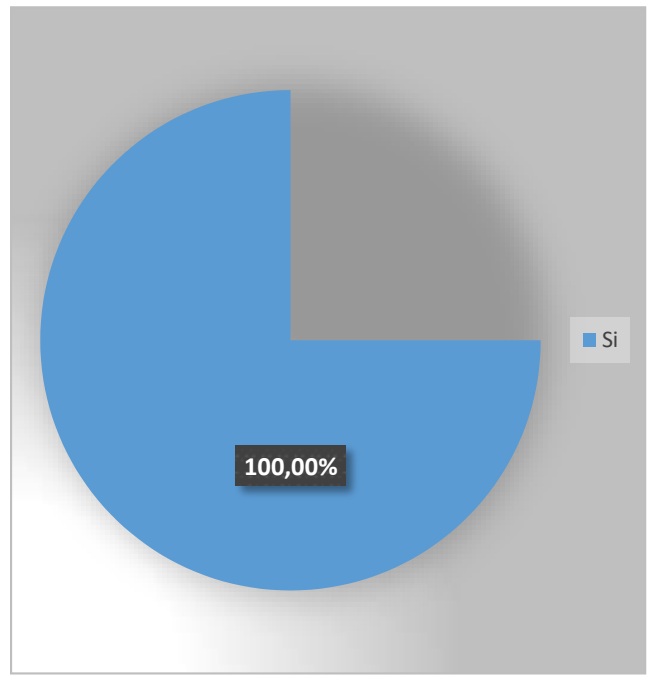
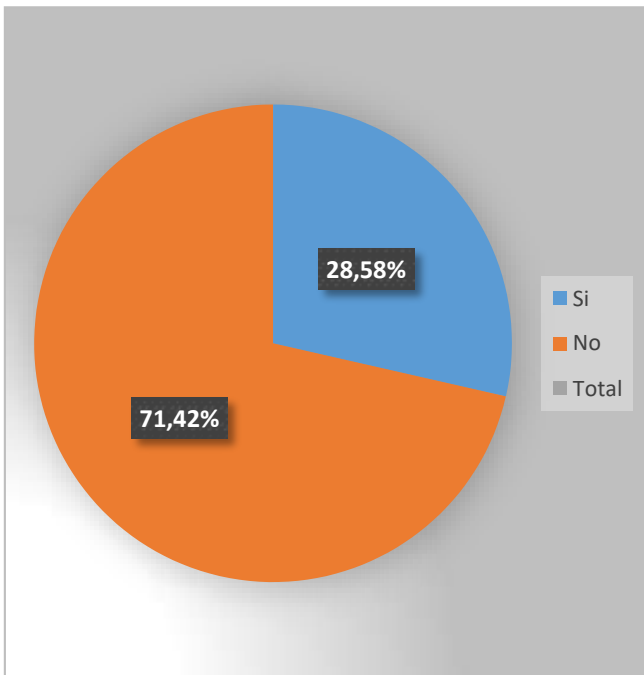


**Figura 16: Quien cree que debería participar En el proceso de gestión de Calidad**

**Fuente: Tabla 3**

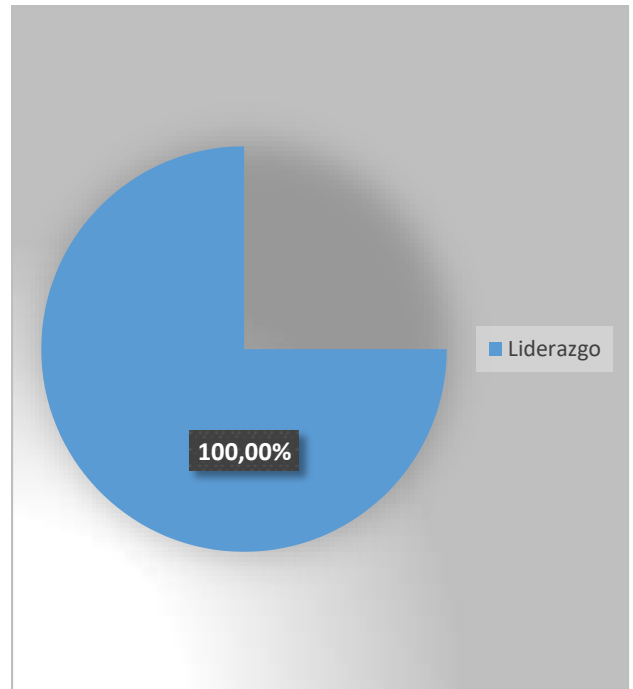
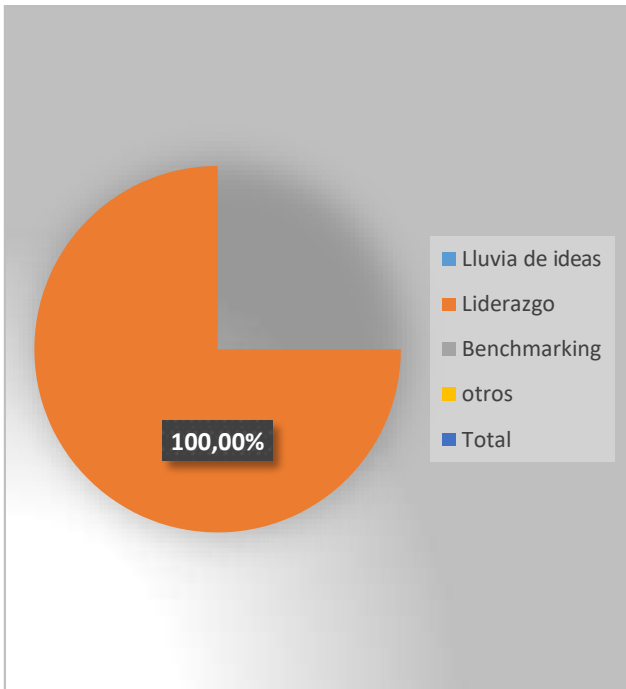


**De la Mype del Caso**



**Figura 17: Conoce las técnicas empresariales haciendo uso de una gestión basada en el liderazgo De la Mype del Caso**

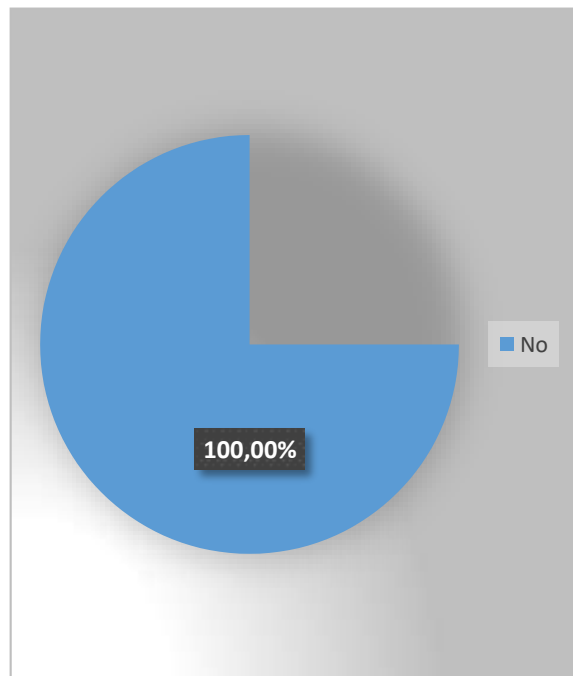
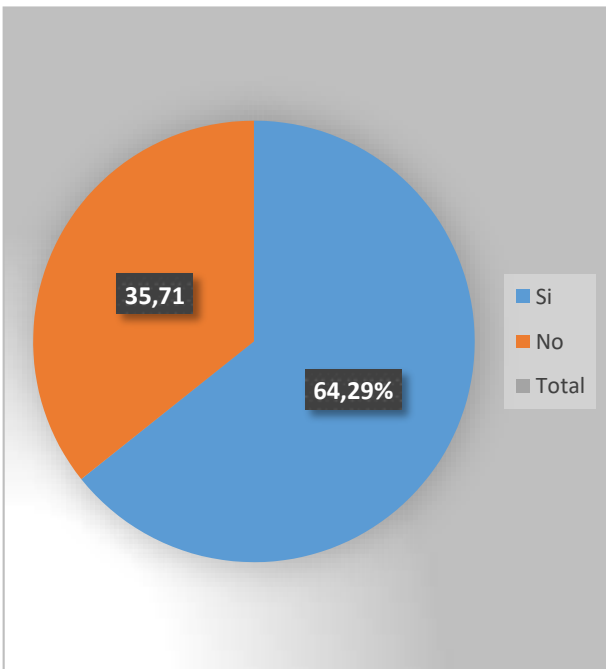
**Fuente: Tabla 3**



**Figura 18: Como líder cuál de las siguientes Técnicas empresariales aplica en su empresa**

**De la Mype del Caso**

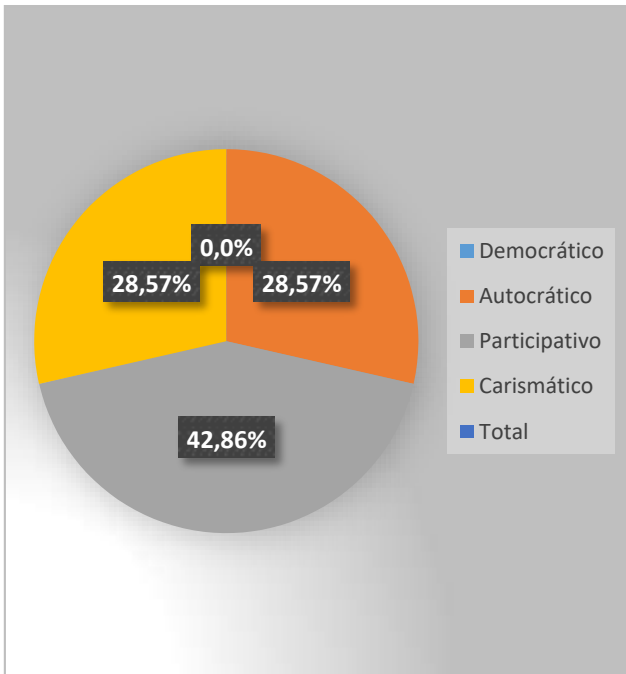
**Fuente: Tabla 3**



**Figura 19: En su empresa ejerce el liderazgo**

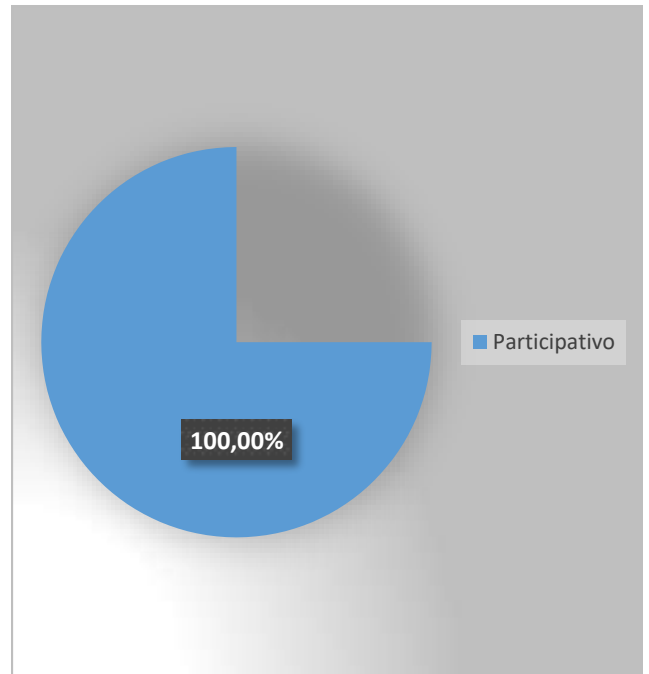
**De la Mype del caso**

**Fuente: Tabla 3**

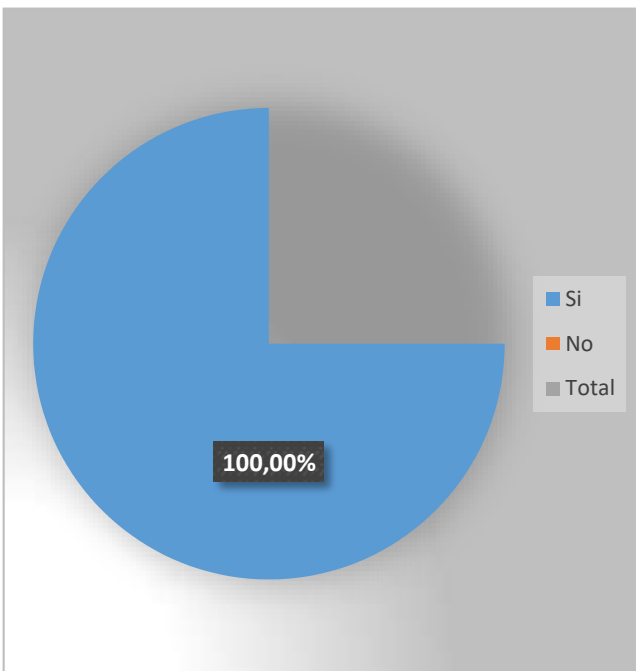


**Figura 20: Cuál de estos estilos de liderazgo emplea el propietario en la empresa**

Fuente: Tabla 3

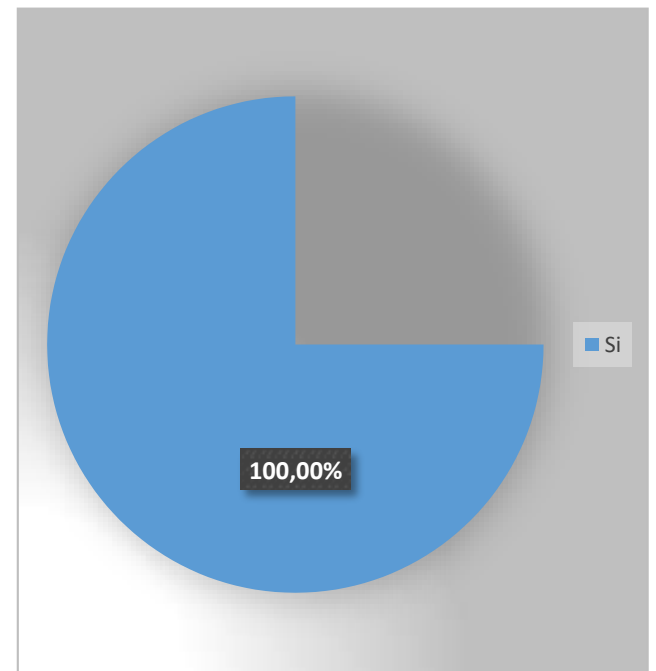


**De la Mype del caso**



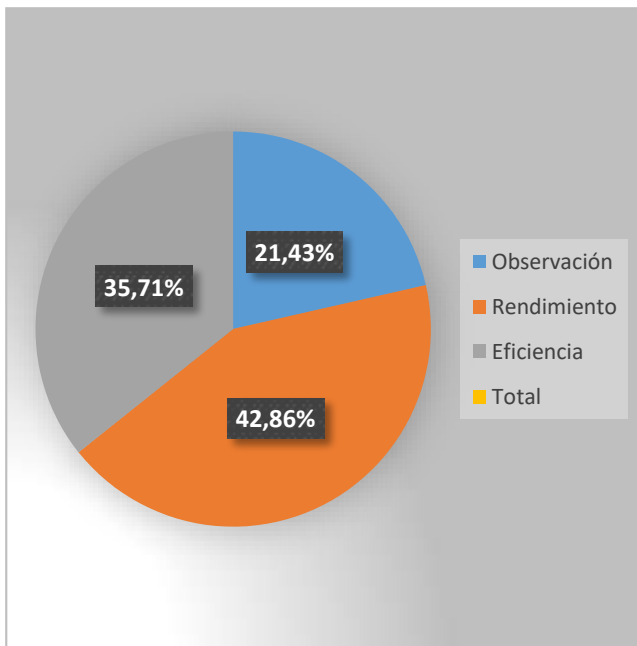
**Figura 21: Usted como líder de la empresa se preocupa por sus empleados**

Fuente: Tabla 3



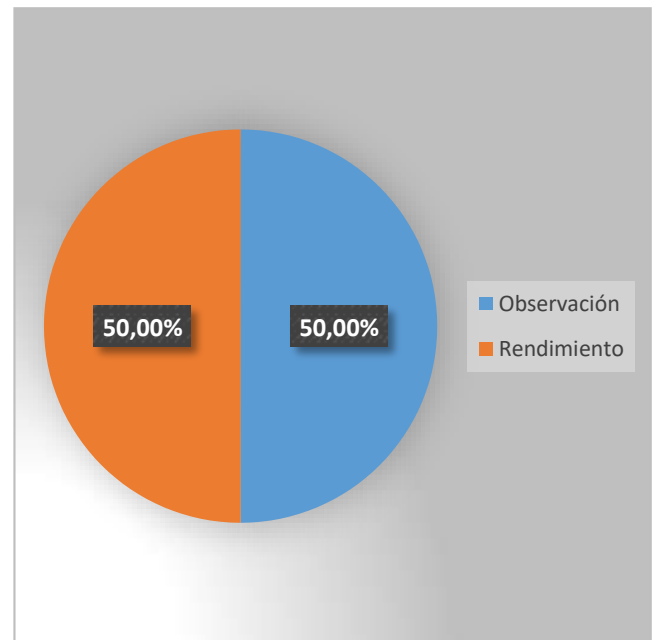
**De la Mype del caso**



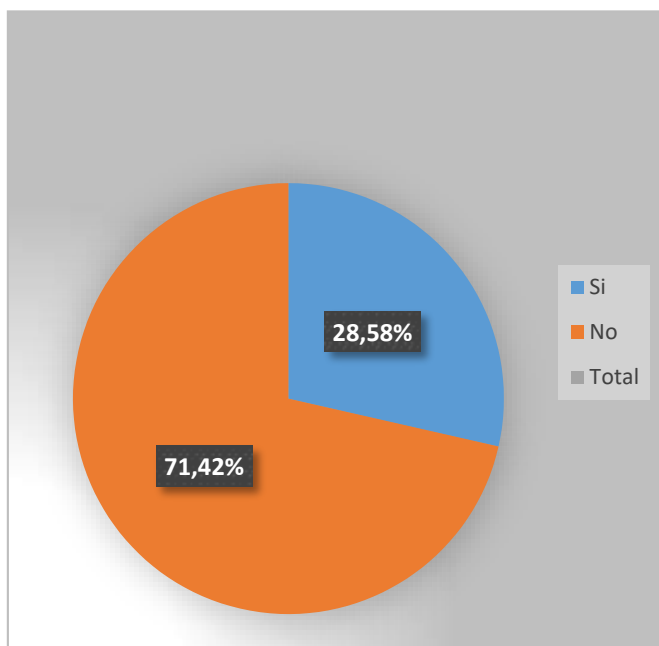


**Figura 22: Como líder en la empresa, como evalúa a sus trabajadores**

**Fuente: Tabla 3**

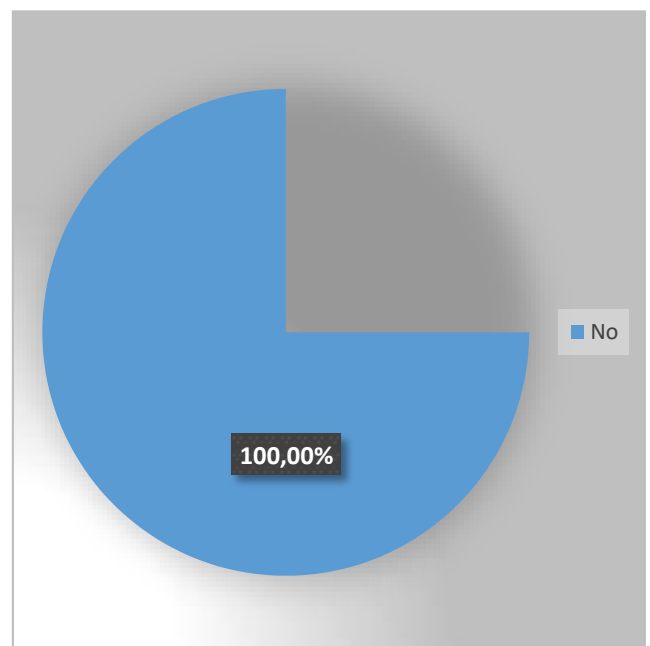


**De la Mype del Caso**

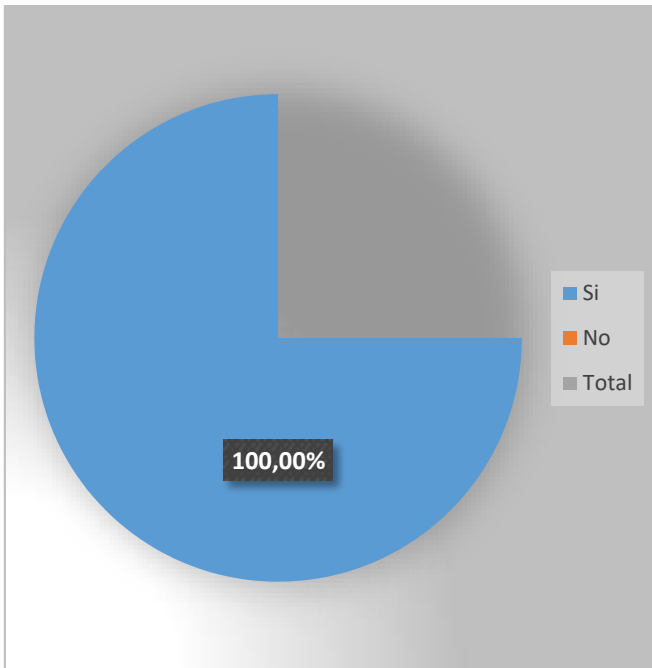


**Figura 23: Establece plan de negocios estratégicos basado en la gestión de liderazgo**

**Fuente: Tabla 3**

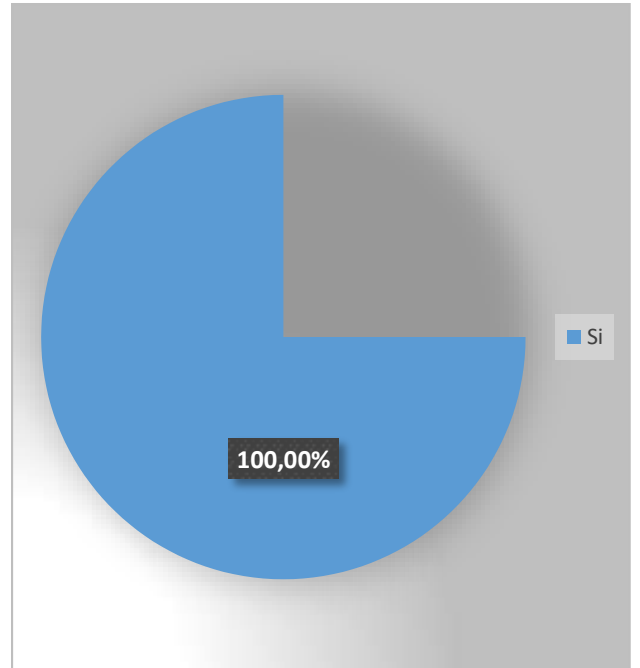


**De la Mype del caso**

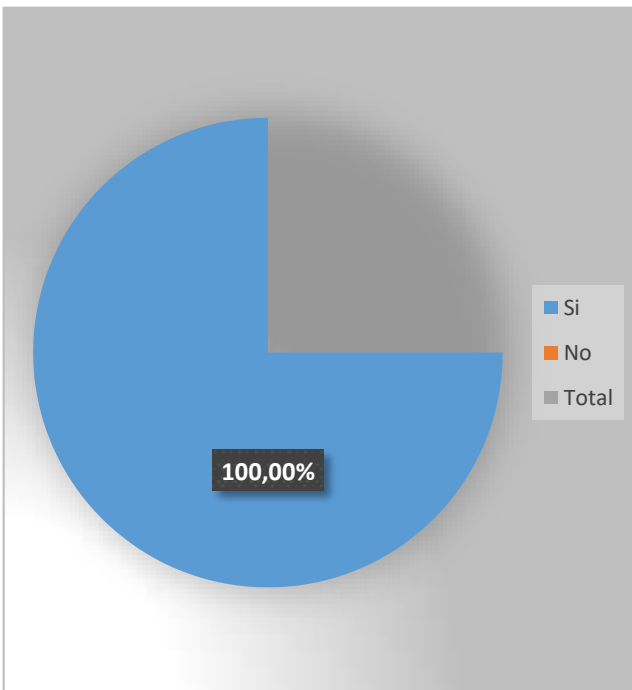


**Figura 24: Cree que usar la técnica del liderazgo en la empresa le otorga buenos resultados**

**Fuente: Tabla 3**

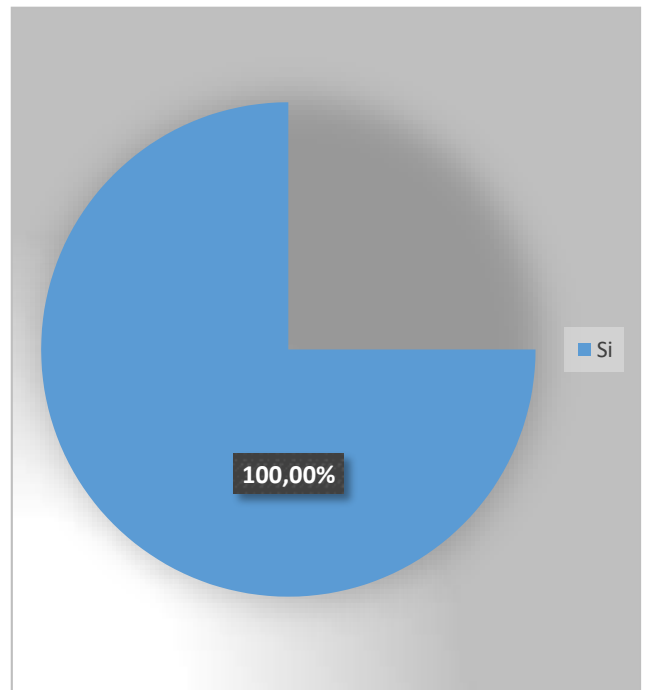


**De la Mype del caso**

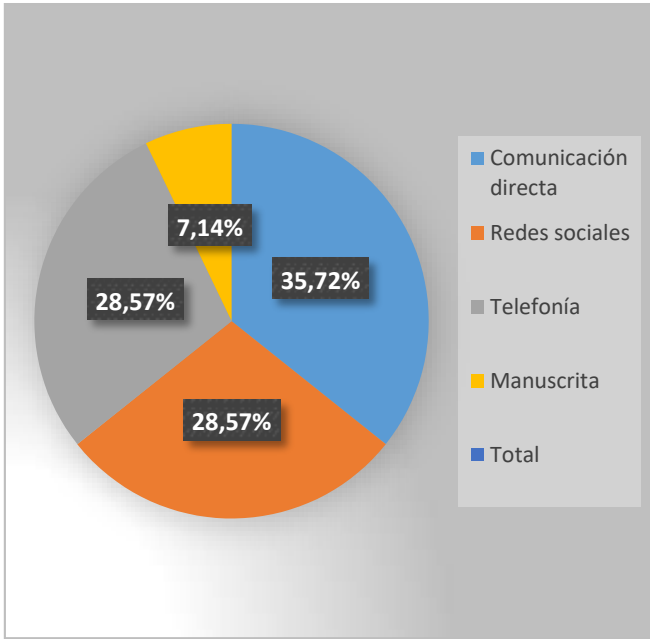


**Figura 25: El propietario utiliza canales de Comunicación con sus trabajadores**

**Fuente: Tabla 3**

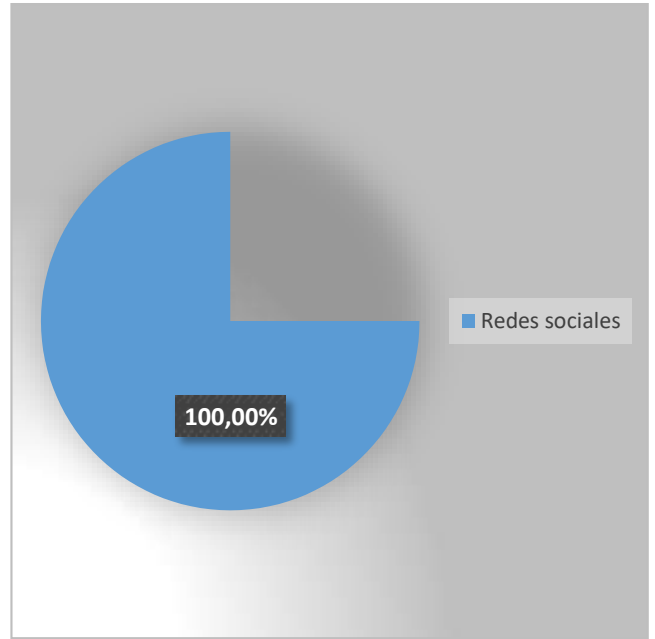


**De la Mype del Caso**

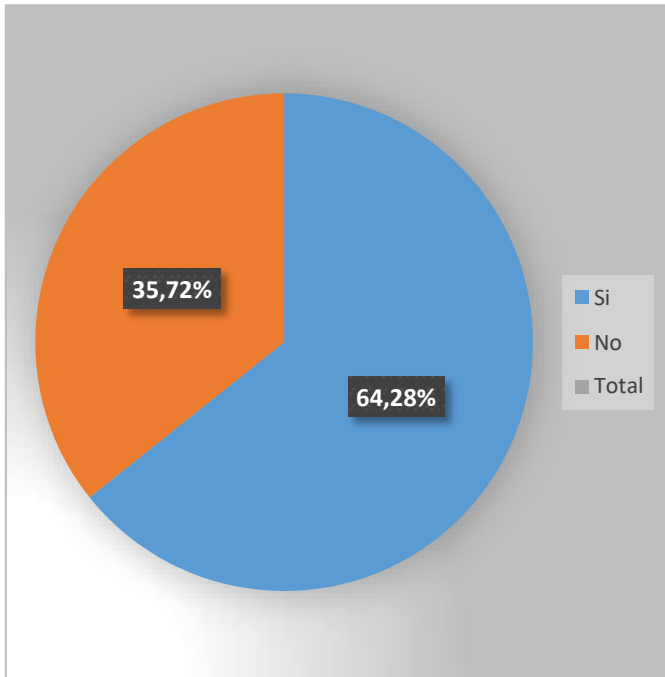


**Figura 26: Que canales de comunicación utiliza el propietario con sus trabajadores**

**Fuente: Tabla 3**

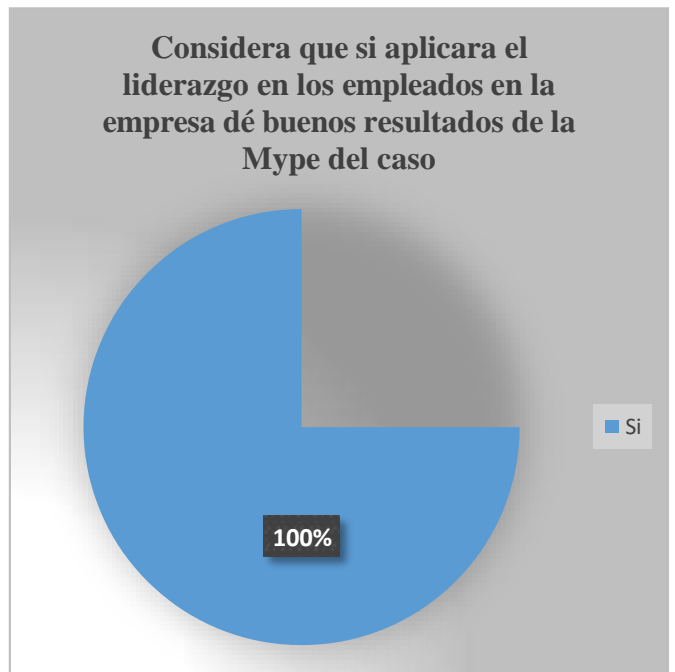


**De la Mype del Caso**



**Figura 27: Considera que si aplicara el liderazgo en los empleados en la empresa dé buenos resultados**

**Fuente: Tabla 3**



**De la Mype del Caso**

### **Anexo 3**

#### **CUESTIONARIO:**

#### **I. Acerca de los representantes de las micro y pequeñas empresas**

1. ¿Cuál es su edad?
  - a) De 20 a menos de 30 años
  - b) De 31 a menos de 40 años
  - c) De 41 a menos de 50 años
  - d) Más de 50 años
  
2. ¿Cuál es su sexo?
  - a) Masculino
  - b) Femenino
  
3. ¿Cuál es su grado de instrucción?
  - a) Primaria
  - b) Secundaria
  - c) Superior técnico
  - d) Superior universitario
  - e) Ninguno
  
4. ¿Qué cargo ocupa dentro la empresa?
  - a) Titular - gerente
  - b) Administrador
  - c) Encargado
  - d) Otro
  
5. ¿La Micro Empresa es?
  - a) Formal
  - b) Informal
  
6. ¿Qué tiempo desempeña el cargo en la empresa?
  - a) De 0 a 3 años
  - b) De 4 a 6 años
  - c) De 7 años a mas

## **II. Acerca las micro y pequeñas empresas**

7. ¿Cuánto años lleva funcionando la panadería?
  - a) De 0 a 3 años
  - b) De 4 a 6 años
  - c) De 7 a más años
  
8. ¿Cuántos trabajadores tiene en la panadería?
  - a) De 1 a 5
  - b) De 6 a 10
  - c) De 11 a mas
  
9. ¿Qué relación tienen los trabajadores con el dueño de la empresa?
  - a) Familiares
  - b) Amigos
  - c) Ni familiares ni amigos
  
10. ¿Cuál es el objetivo principal por la que se creó la empresa?
  - a) Generar ganancias
  - b) Subsistencia
  - c) Generar puesto de trabajo
  - d) Satisfacer al cliente
  
11. ¿Cuenta con otra sucursal de panadería?
  - a) Si
  - b) No
  
12. ¿Cómo financia los recursos de su micro empresa?
  - a) Propios
  - b) Terceros

## **III. Acerca de la gestión de calidad con el uso del Liderazgo**

### **Gestión de calidad**

13. ¿Usted conoce lo que es gestión calidad? (*es un proceso que se utiliza para revisar las operaciones, productos y servicios de una empresa, con el objetivo de mejoras de calidad*)
  - a) Si
  - b) No

14. ¿Usted en su empresa realiza una gestión de calidad?
- a) Si
  - b) No
15. ¿Usted considera que es importante realizar un proceso de gestión de calidad?
- a) Si
  - b) No
16. ¿Quiénes deberían participar en el proceso de gestión de calidad?
- a) Los clientes
  - b) La empresa
  - c) El titular – gerente
  - d) Todas las anteriores

**Liderazgo:**

17. ¿Conoce Usted las técnicas empresariales haciendo una gestión basada en el liderazgo? (*hace referencia a la capacidad que tiene un empresario de conducir su empresa hacia unos objetivos claros*)
- a) Si
  - b) No
18. ¿Cómo líder de su empresa cuál de las siguientes técnicas empresariales aplica?
- a) Lluvia de ideas
  - b) Liderazgo
  - c) Benchmarking
  - d) Otros
19. ¿En su empresa ejerce el liderazgo como técnica?
- a) Si
  - b) No
20. ¿Cuál de estos estilos de Liderazgo cree Usted que emplea el propietario en la empresa?
- a) Democrático
  - b) Autoritario
  - c) Participativo
21. ¿Usted considera que el propietario como líder se preocupa por sus empleados?
- a) Si
  - b) No

22. ¿Usando el liderazgo en su empresa cómo es su evaluación hacia sus trabajadores?
- a) Observación
  - b) Rendimiento
  - c) Eficiencia
23. ¿Usted ha usado un plan de negocios estratégico basado en la gestión de liderazgo?
- a) Si
  - b) No
24. ¿Cree que usar la técnica del liderazgo en la empresa le otorga buenos resultados?
- a) Si
  - b) No
25. ¿Cree que el propietario usa canales de comunicación con los trabajadores?
- a) Si
  - b) No
26. ¿Para usted. Qué canales de comunicación utiliza propietario para relacionarse con los trabajadores?
- a) Comunicación directa
  - b) Redes sociales
  - c) Telefonía
  - d) Manuscrita
27. ¿considera que si emplearan el uso del liderazgo en los empleados en la panadería dé buenos resultados?
- a) Si
  - b) No

**Anexo 4:****DIRECCIONES**

<b>N°</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>
1	Panadería <b>“DON LOLO”</b>	Unicreto Mz.D3- Lt.47
2	Panadería <b>“EDIBERTO”</b>	Santa Cristina Mz. M4- Lt.12
3	Panadería <b>“SARITA”</b>	Unicreto Mz. J3 – Lt.19
4	Panadería <b>“EL PANAL”</b>	Unicreto Mz. I3 –Lt. 9
5	Panadería Y Pastelería <b>“AN &amp; LEYEL”</b>	Unicreto Mz. R3 –Lt. 15
6	Panadería <b>“EL HORNITO”</b>	Unicreto Mz. S3 –Lt. 40
7	Panadería <b>“MI ÁNGEL”</b>	Centro cívico Mz. E – Lt. 13
8	Panadería y Pastelería <b>“EL ANTOJITO DE VALENTINA”</b>	Urb. Pacifico Mz. K2 – Lt. 69
9	Panadería <b>“DE VALENTINA”</b>	Belén Mz. D´-Lt.27
10	Panadería y pastelería <b>“EL PADRINO”</b>	Villa del mar Mz. H´-Lt. 4
11	Panadería <b>“ROSITA”</b>	Villa del mar Mz. J´- Lt 9
12	Panadería <b>“JHARED”</b>	9 de agosto Mz. F´- Lt. 24
13	Panadería <b>“MARÍA”</b>	Unicreto Mz. E3- Lt. 19
14	Panadería Y Pastelería <b>“YUPA”</b>	Av. Pacifico 607



**Anexo 5:**

Evidencias

PANADERÍA “MI ÁNGEL”



PANADERÍA “MARÍA”



PANADERÍA “EL PADRINO”



PANADERÍA “EL PANAL”

