

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DEL LIDERAZGO PARA LA
SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS
MYPES DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE
PRODUCTOS DE TUBÉRCULOS DEL DISTRITO DE
CHANCAY, PROVINCIA DE HUARAL, 2019**

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

AUTORA:

PAULINA DORA ALARCÓN SALAS

ORCID ID: 0000-0002-4275-4391

ASESOR:

SIMÓN POMA ANCCASI

ORCID ID: 0000-0001-6594-8650

HUARAL - PERÚ

2020

2. Equipo de trabajo

AUTOR

Paulina Dora Alarcón Salas
Código ORCID N^a 0000-0002-4275-4391

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante Pre grado, Lima Perú

ASESOR

Mgtr Poma Anccasi, Simón
Código ORCID N^a 0000-0001-6594-8650

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

JURADO

Mgtr. MEZA DE LOS SANTOS, JUAN PABLO
Código ORCID N^a 0000-0001-8852-1342

PRESIDENTE

Mgtr. MORILLO CAMPOS, YULY YOLANDA
Código ORCID N^a 0000-0002-5746-9374

MIEMBRO

Lic. ESPINOSA OTOYA VÍCTOR HUGO
Código ORCID N^a 0000-0002-5746-9374

MIEMBRO

Hoja de Firma del Jurado y Asesor

.....
Meza De Los Santos, Juan Pablo
PRESIDENTE

.....
Morillo Campos, Yuly Yolanda
MIEMBRO

.....
Espinosa Otoyá Víctor Hugo
MIEMBRO

.....
Poma Anccasi, Simón
ASESOR

Agradecimiento

A Dios, por permitirme dar cada paso de mi vida, y ser así un soporte para mi familia.

A mis profesores, a mi asesor
Mg. Simón Poma Anccasi, a la
Universidad Católica Los
Ángeles de Chimbote

Dedicatoria

A mis padres, a mi familia por el apoyo incondicional para realizar mi tesis.

También la dedico a mis hijos quienes son mi mayor motivación e inspiración, para seguir desarrollándome personal y profesionalmente.

Resumen

EL objetivo general fue proponer las mejoras del liderazgo como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro venta de productos de tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019, la metodología empleada en la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, se utilizó el muestreo no probabilístico, se tomó como muestra 12 Mypes del sector comercio, rubro venta de productos de tubérculos, y se aplicó un cuestionario de 22 preguntas. Se obtuvieron los resultados con respecto a las características de las Mypes, edad del encuestado, donde vimos que el 75.00% se encuentra en el grupo de 51 a más años de edad, con 100% de género masculino, el 41.70% es conviviente, el 66.70% solo tiene secundaria completa. Así mismo vemos que la empresa en un 91.70% no es formal, y el 75.00% tiene mas de 10 años de formada, Con respecto a las mejoras del liderazgo vemos que el 58.30% casi siempre establece buenas prácticas de conducta del liderazgo, así como 58.30% casi siempre promueve un clima organizacional favorable, del mismo modo el 75.00% casi siempre se enfoca en la Satisfacción laboral de todos los miembros de la organización, también 66.70% casi siempre ejerce buen trato de personal a todos los miembros de la organización. Referente a la sostenibilidad de los emprendimientos vemos que el 66.70% algunas veces promueve la participación activa de apertura de puentes con otros ecosistemas, así mismo 66.70% casi siempre obtiene los beneficios necesarios para la sostenibilidad económica, también 66.70% casi siempre promueve la práctica de una cultura ambiental en el emprendimiento y por ultimo vemos que el 83.30% casi siempre ejecuta las normas ambientales para garantizar la calidad del ecosistema.

En conclusión se evidencio que gran parte de las Mypes en estudio cumplen con un rol importante en la variables de estudio como es el liderazgo, si bien es cierto no conocen los conceptos teóricos de lo que implica lo aplican de manera empírica y cotidiana, ya que forma parte de sus actividades diarias como empresa.

Palabras clave: Liderazgo, Mypes, sostenibilidad emprendimiento

Abstract

The general objective was to propose leadership improvements as a relevant factor for the sustainability of enterprises in the MSEs of the commercial sector, item sale of tuber products of the District of Chancay, Province of Huaral, 2019, the methodology used in the investigation was of quantitative type, descriptive level, non-experimental design, cross-sectional, non-probabilistic sampling was used, 12 Mypes from the commerce sector were taken as a sample, the sale of tuber products, and a questionnaire of 22 questions was applied. The results were obtained with respect to the characteristics of the Mypes, age of the respondent, where we saw that 75.00% are in the group of 51 to more years of age, with 100% of the male gender, 41.70% are cohabiting, the 66.70% have only completed high school. Likewise, we see that 91.70% of the company is not formal, and 75.00% has been formed for more than 10 years. With regard to leadership improvements, we see that 58.30% almost always establish good leadership behavior practices, as well as 58.30% almost always promote a favorable organizational climate in the same way 75.00% almost always focus on job satisfaction of all members of the organization, also 66.70% almost always exercise good personal treatment to all members of the organization . Regarding the sustainability of the enterprises, we see that 66.70% sometimes promote the active participation of opening bridges with other ecosystems, likewise 66.70% almost always obtain the necessary benefits for economic sustainability, also 66.70% almost always promote the practice of an environmental culture in entrepreneurship and finally we see that 83.30% almost always executes environmental standards to guarantee the quality of the ecosystem.

In conclusion, it was evidenced that a large part of the MSEs under study play an important role in the study variables such as leadership, although it is true that they do not know the theoretical concepts of what it implies, they apply it empirically and daily, since it is part of your daily activities as a company.

Keywords: Leadership, Mypes, entrepreneurship sustainability

5. Contenido

1. Título de la Tesis	i
2. Equipo de Trabajo	ii
3. Hoja de firma del Jurado y Asesor	iii
4. Hoja de Dedicatoria y/o Agradecimiento	iv
5. Resumen y Abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas	ix
8. Índice de Figuras	x
I. Introducción	1
II. Revisión de la Literatura	4
III. Metodología	50
3.1. Diseño de la Investigación	50
3.2. Universo y Muestra	51
3.3. Definición y Operacionalización de las Variables e Indicadores	53
3.4. Técnicas de Instrumento y Recolección de datos	55
3.5. Plan de Análisis	57
3.6. Matriz de Consistencia	58
3.7. Principios Éticos	59
IV. Resultados	61
4.1. Resultados	61
4.2. Análisis de los Resultados	83
V. Conclusiones	89
VI. Recomendaciones	93
Referencias Bibliográficas	95
Anexo	101
Anexo 1: Cronograma de Actividades	101
Anexo 2: Presupuesto	102
Anexo 3: Instrumento de Recolección de datos	103
Anexo 4: Consentimiento Informado	107
Anexo 5: Plan de Mejoras	109
Anexo 6: Directorio de las MYPES	120

Índice de tablas		Pág.
Tabla 1.	Edad del representante de la empresa	61
Tabla 2.	Estado civil del representante de la empresa	62
Tabla 3.	Genero del representante de la empresa	63
Tabla 4.	Grado de Instrucción del Representante de la empresa	64
Tabla 5.	La empresa es formal	65
Tabla 6.	Tipos de trabajadores de la empresa	66
Tabla 7.	Años que tiene formada la empresa	67
Tabla 8.	Número de trabajadores de la empresa	68
Tabla 9.	La empresa promueve las prácticas de los atributos del liderazgo	69
Tabla 10.	La empresa establece buenas prácticas de conducta del liderazgo	70
Tabla 11.	La empresa promueve un clima organizacional favorable	71
Tabla 12.	La empresa se enfoca en la satisfacción laboral, de todos los miembros de la organización	72
Tabla 13.	La empresa ejerce buen trato de personal a todos los miembros de la organización.	73
Tabla 14.	La empresa brinda apoyo al personal en todo proceso de las actividades.	74
Tabla 15.	La empresa aplica el buen uso del humor hacia el cliente.	75
Tabla 16.	La empresa desarrolla un buen manejo de los errores que se pudieran presentar en la organización.	76
Tabla 17.	La empresa promueve la participación activa de aperturas de puentes con otros ecosistemas.	77
Tabla 18.	La empresa desarrolla el manejo de redes locales para el emprendimiento.	78
Tabla 19.	La empresa obtiene los beneficios necesarios para la sostenibilidad económica.	79
Tabla 20.	La empresa ejecuta una adecuada inversión para generar rentabilidad a largo plazo.	80
Tabla 21.	Le empresa promueve la práctica de una cultura ambiental en el emprendimiento.	81
Tabla 21.	Le empresa ejecuta las normas ambientales para garantizar la calidad del ecosistema.	82

	Índice de figuras	Pág.
Figura 1.	Edad del representante de la empresa	61
Figura 2.	Estado civil del representante de la empresa	62
Figura 3.	Genero del representante de la empresa	63
Figura 4.	Grado de Instrucción del Representante de la empresa	64
Figura 5.	La empresa es formal	65
Figura 6.	Tipos de trabajadores de la empresa	66
Figura 7.	Años que tiene formada la empresa	67
Figura 8.	Número de trabajadores de la empresa	68
Figura 9.	La empresa promueve las prácticas de los atributos del liderazgo	69
Figura 10.	La empresa establece buenas prácticas de conducta del liderazgo	70
Figura 11.	La empresa promueve un clima organizacional favorable	71
Figura 12.	La empresa se enfoca en la satisfacción laboral, de todos los miembros de la organización	72
Figura 13.	La empresa ejerce buen trato de personal a todos los miembros de la organización.	73
Figura 14.	La empresa brinda apoyo al personal en todo proceso de las actividades.	74
Figura 15.	La empresa aplica el buen uso del humor hacia el cliente.	75
Figura 16.	La empresa desarrolla un buen manejo de los errores que se pudieran presentar en la organización.	76
Figura 17.	La empresa promueve la participación activa de aperturas de puentes con otros ecosistemas.	77
Figura 18.	La empresa desarrolla el manejo de redes locales para el emprendimiento.	78
Figura 19.	La empresa obtiene los beneficios necesarios para la sostenibilidad económica.	79
Figura 20.	La empresa ejecuta una adecuada inversión para generar rentabilidad a largo plazo.	80
Figura 21.	La empresa promueve la práctica de una cultura ambiental en el emprendimiento.	81
Figura 22.	La empresa ejecuta las normas ambientales para garantizar la calidad del ecosistema.	82

I. - Introducción

El Distrito de Chancay fue fundada el 16 de Noviembre de 1,562, tomando el nombre de Villa de Arnedo, como muchas de las ciudades costeras del país están incluidas en el proceso migratorio de los pobladores del interior del Perú que a partir de los 60 empezaron a llegar a nuestra ciudad para posesionarse de su territorio formando los pueblos jóvenes, asentamientos humanos, centros poblados, etc., muchos de los cuales nacieron como producto de las invasiones, así podemos decir que la ciudad de Chancay se encuentra en pleno valle de Chancay a 8 kilómetros de la margen derecha del río, rodeado de verdor, cerros y mar, teniendo como moradores a gente profundamente hospitalaria; para la presente investigación hemos tomado en cuenta el lugar de Chancay-Huaral como una de los lugares con más producción en el rubro de venta de productos de tubérculos en el Perú. Es por ese motivo, que vamos a conocer los pro y contra que enfrenta la siembra de la papa en este valle, sabemos que en nuestros tiempos el término de mejoras del Liderazgo para la sostenibilidad de los emprendimientos es una herramienta que se viene desarrollando en las micro empresas de diversos rubros, es así que las empresas deben preocuparse en ser cada vez mejores y competitivas, liderando el mercado del producto a ofrecer, siendo esto de vital importancia para lograr una sostenibilidad para los emprendimientos que muchas Mypes que requieren para despejar y dar ese pasito adelante que tan difícil es en estos tiempos por la coyuntura económica que no permite un margen de error a la hora de invertir, para analizar esta problemática es necesario mencionar que en el Perú, hoy en día existe una urgencia de desarrollar el sector empresarial para la mejora de los estándares de vida de la población de manera sólida y con

capacidad. Se puede mencionar que el principal factor para el crecimiento de una empresa es el personal capacitado y preparado ante cualquier incertidumbre, que sepa solucionar problemas y proponer salidas ante las contingencias. Por esta razón, el motivo de este proyecto con línea de investigación es la propuesta de mejora del liderazgo para la sostenibilidad de los emprendimientos de las Mypes en el distrito de Chancay establecido por la escuela profesional de administración de la Universidad católica los Ángeles de Chimbote, se plantea el siguiente problema: ¿Cuál es la propuesta de mejora del liderazgo para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes empresas del sector comercio, rubro venta de productos de tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019?

Y como objetivo general se determina: Proponer las mejoras del liderazgo como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro venta de productos de tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019, objetivos específicos: Identificar los factores relevantes del liderazgo para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro venta de productos de tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019, Describir los factores relevantes del liderazgo para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro venta de productos de tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019, Elaborar la propuesta de mejora del liderazgo como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro venta de productos de tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019.

El proyecto se justifica desde el punto de vista teórico, práctico y metodológico. Teórica , porque en el proyecto se señala la importancia que tiene

la investigación de un problema en el desarrollo de una teoría; Se justifica de manera Práctica porque se podrá profundizar en temas de mejoras del liderazgo y el resultado de la investigación servirá para futuras investigaciones y por último, se justifica de manera metodológica porque se indica el uso de determinadas técnicas o instrumentos novedosos y aplicando instrumentos de medición y recolección de datos prácticos se generaran tablas y gráficos para una buena interpretación y análisis de resultados. Este trabajo contribuirá al empoderamiento del micro y pequeño empresario a la hora de tomar decisiones y emprender un negocio.

La metodología de la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, se utilizó el muestreo no probabilístico, se tomó como muestra 12 Mypes del sector comercio, rubro venta de productos de tubérculos, y se aplicó un cuestionario de 22 preguntas.

Los principales resultados del Liderazgo y Sostenibilidad de los emprendimientos tenemos que el 75% casi siempre se enfoca en la Satisfacción laboral de todos los miembros de la organización, también 66.7% casi siempre ejerce buen trato de personal a todos los miembros de la organización. Referente a la sostenibilidad de los emprendimientos vemos que el 66.7% algunas veces promueve la participación activa de apertura de puentes con otros ecosistemas, así mismo 66.7% casi siempre obtiene los beneficios necesarios para la sostenibilidad económica, también 66.7% casi siempre promueve la práctica de una cultura ambiental en el emprendimiento y por ultimo vemos que el 83.3% casi siempre ejecuta las normas ambientales para garantizar la calidad del ecosistema.

Concluyendo vemos que gran parte de las Mypes en estudio cumplen con un rol importante en la variables de estudio como es el liderazgo, si bien es cierto no

conocen los conceptos teóricos de lo que implica lo aplican de manera empírica y cotidiana, ya que forma parte de sus actividades diarias como empresa, vemos que la mayoría de los empresarios encuestados solo han cursado secundaria completa, pero eso no les limita para ser buenas personas y cumplir como líder dentro de su empresa, así mismo en la variable de sostenibilidad de los emprendimientos apreciamos que aún existe gran desconocimiento por parte de ellos y que tratan por todos los medios de permanecer en el rubro, muchas veces contando con préstamos bancarios a largo plazo y tratando de respetar en lo posible el ecosistema en el área de trabajo en el cual se desempeñan, optando por acceder a capacitarse ellos y su personal en cuanto al tema para mejorar su conocimiento y contar con la aceptación de sus clientes.

II.- Revisión de la Literatura

2.1. Antecedentes

A Nivel Internacional:

Naranjo (2019), en su investigación, "*Factores críticos en la sostenibilidad de los emprendimientos en el Cantón Echeandía, Provincia Bolívar, año 2019*", el objetivo general fue identificar aquellos factores, ya que se verificó que la sostenibilidad de los mismos en el cantón mencionado ha bajado, en la actualidad existen personas que cierran y abren negocios, lo que ocasiona una inestabilidad en el crecimiento económico, la metodología que se empleo fue el deductivo e histórico y el tipo fue descriptivo, según la TEA del GEM 2017, los resultados que se obtuvo nos muestra el grupo de adultos entre 25 y 44 años representan el 58% de emprendedores, mientras que en Echeandía el porcentaje es menor (48%), esto permite concluir que en Echeandía los emprendedores tienen mayor edad que sus similares del resto del país, generándose como fortalezas para los negocios del sector Echeandía la responsabilidad con las familias y mayor experticia en el giro de su negocio, en cuanto a la edad por madurez del negocio el 72% de emprendedores Nacientes en Echeandía tienen entre 18 y 34 años de edad, porcentaje superior al 53,40% que establece el GEM 2017; el 88% de emprendedores nuevos en Echeandía tienen entre 25 y 44 años de edad porcentaje superior al 53,80% que establece el GEM 2017, y el 89% de emprendedores Establecidos en Echeandía tienen entre 35 y 64 años de edad porcentaje superior al 47,20% que

establece el GEM 2017, en conclusión se realizó una propuesta que minimice el impacto de los factores críticos en la sostenibilidad de los negocios titulada Fortalecimiento de los emprendimientos en el cantón Echeandía, provincia Bolívar, periodo 2019 -2021, el cual tendrá un impacto social y económico, ya que se incrementará la actividad comercial, dinamización de la economía inestable y fortalecimiento de la estructura comercial de los negocio.

Hurtado (2017), *“El liderazgo empresarial y su impacto en la continuidad de la empresa familiar en el sector de Curtiembre de la ciudad de Ambato”*, el objetivo general fue determinar cómo incide el liderazgo empresarial en la continuidad de la empresa familiar en el sector de curtiembre de la ciudad de Ambato, en la cual la metodología que se utilizó es de un enfoque cualitativo y una modalidad de investigación de campo y bibliográfica documental, y se utilizó una encuesta de doce preguntas que fueron estructuradas para que sean respondidas por una muestra de 20 personas dueños de empresas familiares, datos que fueron graficados, tabulados, analizados e interpretados con cuidado de tal manera que se identificó como ha causado un gran impacto del liderazgo empresarial para que las empresas familiares tengan continuidad, lo más importante para que se compruebe que el instrumento sea válido se utilizó el método de comprobación Alpha de Crombach. Después de realizar toda la investigación se llegó a conocer que los empresarios manejan empíricamente a sus empresas, más no utilizan un modelo o estrategias que ayuden a profesionalizarla, al mismo

tiempo quisieran lograr cumplir los objetivos planteados por la empresa sin importar que tengan que dar premios de recompensa a los empleados para así satisfacer todo su mercado.

Robleto (2017), en su investigación, “*El cambio de liderazgo en una empresa familiar*”, el objetivo general fue contrastar la singularidad de los tipos de liderazgos, mediante un análisis comparativo entre el liderazgo anterior y el liderazgo actual de “Comercial Ruiz S.A”, utilizando como medios de comprobación, la entrevista y la encuesta, la metodología que se utilizó fue cuantitativa/cualitativa, cuantitativa porque se empleó una encuesta para levantar la información y luego se procedió a tabular y procesarla, es cualitativa, porque se analizó la información de la encuesta y de un cuestionario de entrevista que se utilizó para recabar la información de dos empleados con más de 40 años de trabajar en la empresa, el análisis de los resultados, muestra que el nivel de percepción de los encuestados y el personal entrevistado, confirma que el tipo de liderazgo anterior, fue más eficiente en cuanto a la motivación y la creación del empoderamiento de los empleados, así como de la lealtad de los mismos; lo cual generó una mayor participación, iniciativa, confianza y mejoró de forma significativa el ambiente laboral en la empresa, se hizo un análisis con los resultados porcentuales de los datos, los cuales fueron graficados y comentados, uno de los propósitos del trabajo era encuestar a los empleados que hubieran trabajado en las dos etapas de “Comercial Ruiz S.A.”, los resultados en la encuesta fueron que, el 14 por ciento

tiene menos de 5 años por lo cual este grupo, no se tomó en cuenta, el 49 por ciento de los encuestados tienen entre 11 y 15 años de trabajar en “Comercial Ruiz S.A.”, el 33 por ciento tiene más de 15 años. Un 12 por ciento entre 6 y 10 años, en conclusión podemos decir que, el cambio de liderazgo en la empresa familiar nicaragüense “Comercial Ruiz S.A.”, se dio bajo un difícil contexto económico, que unido al cambio de tipo de liderazgo, y cambios en las políticas y procedimientos internos de la empresa, llevó a una gradual situación económica decreciente de la misma, como consecuencia, la empresa familiar enfrentó una serie de situaciones legales que la obligaron a vender sus activos para solventar su estado económico, lo que hizo que el tamaño de la empresa disminuyera sustancialmente hasta quedar en un 10 por ciento de lo que fue antes de la sucesión, basado en la información de las dos personas entrevistadas, se determinó que el liderazgo de la gerencia anterior era transformacional, mientras que en la gerencia actual se puede definir como liderazgo autocrático con leve inclinación al liderazgo Laissez-faire demostrando que el tipo de liderazgo, ha incidido de manera decisiva en los resultados económicos de la empresa y en el desempeño del personal en la empresa familiar nicaragüense “Comercial Ruiz S.A.”, basado en las respuestas de las encuestas, se determinó que la motivación y desempeño de los empleados, se vio afectada como resultado de las medidas tomadas a partir de la transición a la gerencia actual, que implicó reducción en los beneficios laborales y económicos para ellos y para la empresa una

baja en la productividad, el empoderamiento y orgullo que en un momento llegaron a tener los empleados en la gerencia anterior, disminuyó con el tiempo y con los cambios en las políticas internas de la nueva gerencia.

En el estudio realizado en la empresa familiar nicaragüense “Comercial Ruiz S.A.”, se puede confirmar la hipótesis, que el cambio en el tipo de liderazgo es determinante para el éxito o fracaso en los resultados económicos de la empresa, la gran lección que este caso deja es, que el aspecto humano en cualquier situación, es la parte más importante de las empresas u organizaciones antes y en la actualidad, sobre todo cuando se trata de empresas familiares.

Bambague (2016), en su investigación, *“Liderazgo Empresarial en Función de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia”*, el objetivo general fue reconocer cuáles son los retos que tienen las empresas colombianas dentro de la práctica del liderazgo empresarial en función de la Responsabilidad Social Empresarial, el abordaje de este tema se ha hecho en tres etapas, el reconocimiento de políticas e iniciativas de diferentes organismos sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE); el reconocimiento de casos empresariales de RSE destacados en donde el liderazgo empresarial ha servido como herramienta para la ejecución de prácticas de RSE en Colombia; y la determinación de los retos de la práctica liderazgo empresarial en función de la RSE en el país, la metodología que se utilizó en la investigación fue cualitativa, por cuanto hace justicia a la complejidad del análisis que demanda el

desarrollo del tema de Liderazgo y RSE en Colombia. El enfoque de investigación cualitativa posee características metodológicas que encajan con las pretensiones de este documento, por cuanto recurre al lenguaje conceptual permitiendo además un proceso de recolección de información con métodos flexibles, en donde no es necesario realizar cálculos matemáticos sino desarrollar un análisis de información de manera deductiva (Ruiz, 2012); en conclusión; el desarrollo de este escrito ha permitido reconocer que la RSE es un fenómeno en constante crecimiento, constituyéndose como un nuevo paradigma en el entorno empresarial, son distintas las organizaciones que desde hace varias décadas se han encargado de alzar la voz respecto a su práctica y su relevancia para la comunidad, entre ellas SAI, la ONU, la Comunidad Europea, GRI, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, la Organización Internacional para la Estandarización y diferentes Estados del mundo que se han preocupado por el desarrollo de una política enfocada a la práctica de la RSE, en lo relativo a la práctica de la RSE en Colombia, se ha evidenciado que el interés empresarial ha sido creciente, y las prácticas se han enfocado en temas como medioambiente, sociedad y desarrollo económico. Si bien el crecimiento del nivel de inversión empresarial en Responsabilidad Social presentó un crecimiento del 58% del 2013 al 2014, los resultados de estas acciones no son muy visibles para la sociedad en general por cuanto en muchos casos no se cuenta con una estrategia o política institucional lo suficientemente liderada y sólida. Es de

rescatar que su práctica no ha quedado en manos únicamente de grandes empresas, sino que también la han acogido las Mi pymes, las cuales han mostrado un interés creciente por obtener el certificado en Responsabilidad Social Empresarial, en los casos que se expusieron de empresas con RSE, se pudo evidenciar el compromiso de Carvajal, Isagén, Ecopetrol y Compensar por el diseño de un gobierno corporativo, preocupado por el accionar en beneficio de la comunidad y sus empleados, a través de programas y proyectos de educación, alimentación, vivienda, formación, entre otros, como elemento común de estos casos, se evidenció el haber logrado certificaciones en Gestión de Calidad, Gestión Ambiental y/o Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional, lo que resalta su liderazgo empresarial ya que gracias al cumplimiento de estas normativas logran dar cumplimiento a disposiciones legales vigentes sobre cada uno de estos temas, permitiendo Liderazgo y Responsabilidad Social Empresarial.

Urdiales (2018), en su tesis *“La gestión Administrativa de los recursos económicos y su incidencia en la sostenibilidad de las empresas pymes comerciales en la ciudad de Machala”*, el objetivo general fue de analizar la gestión administrativa de los recursos económicos para determinar su incidencia en la sostenibilidad de las pymes comerciales de la ciudad de Machala. La metodología aplicada es de tipo cuantitativo y cualitativo debido a que se llevó acabo la recolección de datos, pretendiendo la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva y

porque se estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Los resultados obtenidos demuestran que entre los grandes problemas a los que se ven continuamente enfrentadas las pymes son: la falta de liderazgo y falta de asesoría, lo que ha llevado a que se generen situaciones de desconfianza, evitando de esta manera la aparición de lazos asociativos, que podrían contribuir a su permanencia y desarrollo en el mercado.

A Nivel Nacional:

Castro (2019), en su investigación, *“Caracterización de la Capacitación y el Liderazgo de las Mype, rubro pollerías de la urbanización Ignacio Merino de Piura, año 2017”*, el objetivo general es, identificar las características que tienen la Capacitación y el Liderazgo de las Mype, rubro Pollerías de la Urbanización Ignacio Merino de Piura, año 2017, la metodología que se utilizó para esta investigación fue nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental, fuentes primarias y secundarias para la obtención de datos, un cuestionario para el recojo de información, consecuentemente, para el análisis de resultados, se observa que el 60% de trabajadores si logran realizar sus actividades en el tiempo programado. Mientras que el 40% de trabajadores no logran realizar sus actividades en el tiempo programado, se observa que el 60% de trabajadores si reciben un proceso de capacitación, mientras que el 40% de trabajadores no reciben un proceso de capacitación, se observa que el 100% de trabajadores si están dispuestos a mejorar la

calidad y atención del servicio, se observa que el 60% de trabajadores si creen que es importante implementar nuevos sistemas para mejorar el servicio, mientras que el 40% de trabajadores no creen que es importante implementar nuevos sistemas para mejorar el servicio; se emplearon tablas con su respectiva interpretación, los resultados que presento la investigadora se emplearon tablas con su respectiva interpretación. Por lo tanto se busca orientar a los propietarios de las MYPE del rubro Pollerías, quienes sí consideran importante implementar las estrategias de la capacitación para un óptimo desempeño en sus colaboradores, y son conscientes que para conseguirlo, deberán realizar una capacitación frecuente, y además resaltan las ventajas de cumplir con los fines propuestos por toda empresa y cuyas mejoras se ven reflejadas en una óptima atención del servicio brindado, lo que finalmente los ayudaría a convertirse en líderes de su rubro, en conclusión, en cuanto a los beneficios de la capacitación utilizadas por las MYPE rubro Pollerías de la Urbanización Ignacio Merino de Piura los trabajadores encuestados piensan que a mayor capacitación del personal influirá de manera positiva en su desempeño y en el éxito de las Pollerías, así mismo muestran entusiasmo con la idea de contribuir con sus aportes a la mejora de la calidad y atención al servicio al cliente, también se consideran capaces de realizar todas y cada una de sus actividades en el tiempo establecido, igualmente señalaron que han sido capacitados de forma inductiva para su puesto, además mencionan que existen

falencias y obstáculos en su lugar de trabajo que conllevan a tener un clima laboral poco agradable, mientras que la mayoría manifestaron que casi nunca reciben una capacitación de tipo preventiva o correctiva que resulta la más idónea puesto que contribuirá a la orientación, prevención y corrección de forma eficiente a posibles situaciones que se susciten día a día.

Medina (2019), en su investigación, *“Caracterización del Liderazgo y la Competitividad de las Mype rubro abarrotes mercado de Castilla Piura, año 2019”*, el objetivo general es identificar las características del liderazgo y la competitividad en las MYPE rubro Abarrote, Mercado de Castilla – Piura, año 2019, se empleó la metodología, de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, de diseño no experimental de corte transversal, para el recojo de información se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, las preguntas fueron cerradas de escala nominal y fueron aplicadas a propietarios, trabajadores y clientes, la población estuvo conformada por 5 MYPE del rubro Abarrotes, 22 trabajadores y con una muestra de 89 clientes, los resultados obtenidos referentes al liderazgo se evidencia que el 100% de encuestados si práctica algún tipo de liderazgo que permita mejorar la productividad de sus trabajadores, se evidencia que el 64% de encuestados creé que su jefe no ejerce ningún tipo de liderazgo, se evidencia que el 27% de encuestados no considera alto su grado de motivación laboral, se evidencia que el 86% de encuestados dice que si es accesible la comunicación con su empleador, entonces

apreciamos que en las MYPE se práctica el liderazgo participativo, autoritario, democrático, transformacional; compromiso con su puesto de trabajo resolución de conflictos, motivación y cumplimiento de actividades, con respecto a la competitividad arrojaron resultados del 100% que indican que las MYPE en investigación, aplican estrategias de precios, innovación, implementación de tecnología y expansión, adaptación a nuevas necesidades y ofrecimiento de productos de calidad, en conclusión, el liderazgo participativo, que promueve el diálogo entre los pertenecientes a la organización, siguiendo el Lid. Autoritario, se muestra en el carácter firme del líder para afrontar situaciones difíciles que se presentan en la tienda, el liderazgo delegativo o *laissez faire* permite a los trabajadores tener autonomía en el desempeño de funciones y decisiones, cuando se encuentre ausente el líder; por lo general los encuestados consideran que para mejorar y potenciar su desempeño dentro de su puesto laboral, ellos deben de estar comprometidos e implicados tanto intelectual como emocionalmente con la tienda, tener la capacidad para cumplir con las actividades dentro del tiempo requerido y finalmente sentirse parte de la tienda y ser recompensados por el desempeño óptimo de sus funciones; establecer estrategias dentro de la tienda, permiten conocer la realidad de la organización e identificar los cambios del mercado y anteponerse a ellos, para ello la MYPE debe implementar estrategias de liderazgo en costos, cuyos precios sean accesibles a los consumidores, estrategias de innovación centradas a competir con

productos de calidad y excelencia, estrategias tecnológicas enfocadas a facilitar el proceso de compra y distribución de los productos y finalmente estrategias de expansión y adaptabilidad que permitan a la tienda seguir participando en el mercado que evoluciona constantemente; mejorar la competitividad de la tienda y seguir teniendo una participación activa en el mercado de abarrotes, ésta debe poder adaptarse o anteponerse a las necesidades surgentes del mercado, puesto que permitirá tener un panorama más amplio del mercado en el que compite, así como también ofrecer insumos de calidad que cumplan con los requerimientos de los consumidores y en variedad para que tengan opciones múltiples para elegir, puesto que no todos los clientes son iguales y cada uno tiene una preferencia distinta.

Arana, Portocarrero y Osorio (2020), en su investigación, *“Propuesta estratégica para la sostenibilidad de una empresa en la industria de lácteos orgánicos. Caso de estudio, VACAS FELICES. Periodo 2020-2023”*, el objetivo general es elaborar una propuesta estratégica para la sostenibilidad de Vacas Felices, empresa peruana del sector de lácteos orgánicos que posee un modelo de negocio híbrido, ya que sigue dos lógicas de valor, una de ellas es la lógica del desarrollo sostenible, puesto que sus actividades están orientadas a generar un triple impacto, a través de la conservación del suelo en la actividad ganadera y al considerar como stakeholders principales a las comunidades con las que trabaja, la segunda es la lógica de mercado, pues la organización desarrolla, desde hace 17 años,

productos saludables de calidad que comercializa para generar ingresos y dar soporte a sus actividades, sin embargo, durante los últimos cuatro años, sus ventas se han mantenido constantes, a pesar del crecimiento del sector de productos orgánicos, poniendo en riesgo la sostenibilidad del negocio y, por tanto, la realización de sus actividades sociales y ambientales, en este sentido, a fin de elaborar la propuesta, la metodología tuvo un enfoque cualitativo, alcance descriptivo y exploratorio, y se usó el estudio de caso como estrategia de investigación, el análisis realizado se basó en el marco teórico de la gestión estratégica, así, en primer lugar, se desarrolló una descripción del modelo de negocio de la empresa a través del Flourishing Business Canvas, seguidamente, se identificaron los factores externos que representan las principales oportunidades y amenazas para Vacas Felices a través de las mega tendencias, PESTE y cinco fuerzas de Porter, así como los factores internos que reflejan sus fortalezas y debilidades a través de un análisis funcional, en conclusión se concluyó que Vacas Felices al ser una empresa híbrida requirió herramientas estratégicas que se adapten al modelo de negocio, las cuales permitieron potenciar el triple impacto que esta viene realizando a través del diseño de implementación de la estrategia propuesta.

Charqui (2016), en su investigación, *“Caracterización del Liderazgo participativo en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas al por menor de alimentos, bebidas y tabaco (abarrotes) del mercado central del Distrito de Huaraz,*

2015”, el objetivo general es describir las principales características del liderazgo participativo en las Mypes del sector comercio – rubro ventas al por menor de alimentos, bebidas y tabaco (abarrotes) del mercado central del distrito de Huaraz, 2015, se utilizó para la investigación el método cuantitativa descriptiva no experimental (transaccional o transversal) para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una población de 24 gerentes y/o administradores, a quienes se les aplico un cuestionario de 12 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados; del total de gerentes encuestados se observó que el 41.7 % tienen entre 36 a 40 años de edad, además del total de Mypes encuestados se observa que el 100% se encuentran formalizadas, de acuerdo a la información obtenida el 54.2% de gerentes manifestaron que no es importante el requerimiento de calidad en una decisión, además se observó que el 62.5% de gerentes manifiestan que no toman importancia la aceptación por parte de los subordinados para lograr una eficaz puesta en práctica de la decisión, los datos anteriores reflejan que los gerentes no toman importancia en la aceptación por parte de los subordinados hacia la decisión que estos tomen, finalmente, se concluye que el 62.5% de gerentes encuestados no consideran relevante las opiniones o sugerencias de sus trabajadores en cuenta a las decisiones que se vaya a tomar en la organización, lo cual genera en los trabajadores cierta inconformidad sobre las decisiones tomadas.

More (2017), en su investigación, *“Caracterización del Liderazgo y la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas elaboración y venta de chifles en el Distrito de Sullana año 2017”*, el objetivo general es determinar las características del liderazgo y la gestión de calidad en las Mypes de elaboración y venta de chifles en el distrito de Sullana año 2017, se utilizó para la investigación la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativa, de diseño no experimental con corte transversal, la población en la variable liderazgo es dirigido a los gerentes de 04 personas, y en la variable gestión de calidad es infinita, aplicando formula estadística se determinó 345 clientes a encuestar, luego de aplicar una encuesta prediseñada para determinar el valor de las variables, para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y la herramienta del cuestionario, conformado de 18 preguntas cerradas. Se obtuvo como resultado que el 100% de microempresarios encuestados considera que el liderazgo resuelve problemas y mejora la productividad y el compromiso de los trabajadores, en el caso de la gestión de calidad el 87% de clientes encuestados considera que el personal de la empresa de chifles le brinda un servicio de calidad, se concluye que las características del liderazgo en la producción de las MYPE elaboración y venta de chifles es que el gerente sabe escuchar al personal para tomar decisiones, el esfuerzo y rendimiento de los trabajadores es reconocido, y los beneficios que logran con la gestión de calidad los microempresarios de este rubro son procedimientos competitivos,

incrementan la satisfacción y motivación de los clientes al momento de realizar la compra del producto.

Gonzales (2019), "*Gestión de calidad con el uso del Liderazgo y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hostales, distrito de la Esperanza, Trujillo 2018*", el objetivo general es determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del liderazgo y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios – Rubro Hostales, distrito de la Esperanza, Trujillo 2018, Para su desarrollo el tipo de investigación fue descriptiva- transversal. Se obtuvo como resultado una población de 40 hostales, la cual se consideró una muestra dirigida de 20 hostales. Se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas. El resultado final es: el 50% de los representantes no aplican la técnica de gestión de calidad, el 40% utilizan la técnica del benchmarking, el 40% en la implementación de la gestión de calidad por la poca iniciativa, el 40. % utilizan la observación como técnica de rendimiento personal, el 75% aplica la comunicación y el saber escuchar como característica de un líder, el 80% se consideran como un buen líder, el 75% indica que si realizan trabajo en equipo, el 100% ayuda a sus colaboradores, el 75% aplican el liderazgo primordial para la organización, el 50% son líderes desarrolladores de personas y equipos, y el 75% aplican un liderazgo más eficiente. Finalmente, las Mypes deben enfocarse en la gestión de calidad tomando como práctica y así ir fortaleciendo mucho más las técnicas de gestión y poner en prácticas las misma,

asimismo la buena atención y actitud tanto con el colaborador y cliente en los hostales del distrito de la Esperanza.

Valdivieso (2020), en su investigación *“Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la Sostenibilidad de los emprendimientos en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huaral, 2019”*, el objetivo general es proponer las mejoras de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en los micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del Distrito de Huaral, 2019. La metodología empleada en la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, se aplicó dos tipos de fuentes: Fuentes primarias y secundarias para así poder obtener los datos necesarios. Se tomó como muestra 11 Mypes de sector comercio, rubro ferretería del Distrito de Huaral, se les aplicó un cuestionario de 31 preguntas que tienen relación con las variables en investigación, los representantes de las Mypes se observa que el 100% de los encuestados, se distribuyen en el 18% corresponde a la edad que oscila entre 18 a 30 años, el 27% de los representantes legales tiene edad entre 31 a 50 años y el 55% oscilan en edad de 51 años, el 45% son del género femenino, mientras que el 55% son del género masculino, el 35% tienen grado de instrucción secundaria, mientras que el 18% tienen grado de instrucción superior no universitaria, siendo el 55% el que tiene grado de instrucción superior universitaria, el 82% es manejado por los dueños y 18%

esta manejado por administradores, 36 % promueve la calidad de servicio a través de la orientación a la satisfacción al cliente, encontrando en su mayoría que son los planes estratégicos que no presenta manuales para orientar a la satisfacción al cliente. Así mismo 18% casi siempre oferta productos con precios adecuados al mercado y 46 % aplica estándares de limpieza y mantenimiento en el local. Los procedimientos de atención de sus clientes, son a veces considerados en las actividades programadas por la empresa y están dando resultados favorables, en donde 55 % casi siempre absuelve las dudas a los clientes., teniendo muy poca la apreciación de reconocimiento de sus clientes el 36 %. Llegando a concluir que la falta de una guía para la mejora en atención al cliente y reforzar la variable sostenibilidad de emprendimiento en sus tres dimensiones social, económicas y ambiental

2.2. Bases teóricas de la investigación

El Liderazgo

El Liderazgo puede ser definido como un proceso natural de influencia que ocurre entre una persona (el líder y sus seguidores). Además coinciden que este proceso de influencia puede ser explicado a partir de determinadas características y conductas del líder por percepciones y atribuciones por parte de los seguidores y por el contexto en el cual ocurre dicho proceso (Antonakis, Cianciolo y Stember, 2004). Lord y Maher (1991), sostienen que el liderazgo es un proceso atributivo resultado de un proceso de percepción social,

siendo la esencia del mismo el ser percibido como líder por los otros. Por lo general existe la tendencia a considerar el liderazgo como un proceso diferenciado del gerenciamiento. Los líderes son conducidos a generar cambios basados en valores, ideales e intercambio emocionales. Los gerentes, en cambio son guiados por el cumplimiento de las obligaciones contractuales establecidas y por los objetivos propuestos siguiendo criterios racionales.

El Liderazgo Carismático

Para Valdivia (2018), Denominado también aquel líder que es inspirador frente a sus seguidores, según Amaru (2009), son atribuciones que se dan a este tipo de estilo los cuales adoptan algunos líderes como retribución a la propia realización de la tarea, es decir a cambio el colaborador obtendrá un merecimiento moral y fidelidad. El autor menciona que el líder carismático es un estilo de liderazgo que influencia a los colaboradores en base a las emociones con el fin de lograr las metas y objetivos es decir alentados e inspirados por una causa común, lo cual conlleva que este etilo en base a influencia de las emociones tenga como consecuencias incentivar el desempeño e intereses personales asumiendo un comportamiento de compromiso. El análisis más completo identificó cinco de estas características: a) Este tipo de líderes siempre están con una visión para con sus colaboradores o seguidores; b)Tendrán siempre la habilidad de dar a conocer esta visión cada vez que sea necesario; c) Siempre para alcanzar esta visión este tipo de líder carismático no reparara en tomar riesgos para la concreción de esa visión; d) Sera siempre un líder

atento y sensible al entorno del ambiente y también estará siempre alerta a las necesidades que puedan tener sus seguidores; e) Este tipo de líderes asumen comportamientos únicos que no son comunes (p.323)

El Liderazgo Transformacional

Mendoza y Ortiz (2006) En contraposición, el liderazgo transformacional estimula el emerger de la conciencia de los trabajadores, los cuales aceptan y se comprometen con el logro de la misión de la organización dejando de lado sus intereses personales, para enfocarse en los intereses del colectivo. Pero Bass va más allá y argumenta que un líder podrá exhibir de acuerdo con las circunstancias y lo que éstas demanden, diferentes patrones de liderazgo.

El modelo de Bass tiene su origen en los conceptos fundamentales que Burns planteó en 1978 donde distinguió dos tipos de liderazgo opuestos en un continuo: el transaccional y el transformacional (Bass, 1999, p. 9-13).

Burns ve el liderazgo transaccional como intercambio entre el líder y sus seguidores, donde estos reciben un valor a cambio de su trabajo y Bass confirma la existencia de una relación costo–beneficio (Bass, 1999).

Esta es la razón por la cual Bass considera este estilo de liderazgo transformador (Bass, 1985, p. 21), por cuanto tiene relación con las necesidades humanas, y específicamente con las que se ubican en el dominio del crecimiento personal, autoestima y autorrealización. Los

líderes transformacionales, a través de la influencia ejercida en sus interrelaciones con los miembros del grupo, estimulan cambios de visión que conducen a cada individuo a dejar de lado sus intereses particulares para buscar el interés colectivo, aun cuando no tenga satisfechas sus necesidades vitales existenciales (seguridad y salud) correlacionales (amor y afiliación) (Bass, 1985 p.15).

Para hacer más evidentes las diferencias entre liderazgo transaccional y transformacional, utiliza como símil el mensaje del presidente Kennedy al pueblo norteamericano: “El líder transformacional enfatiza lo que tú puedes hacer por tu país y el líder transaccional se centra en lo que tu país puede hacer por ti” (Martínez, 1995, p. 116). Así visto, el liderazgo transformacional es aquel que motiva a las personas a hacer más de lo que ellas mismas esperan y como consecuencia, se producen cambios en los grupos, las organizaciones y la sociedad , los que representan a su vez, un beneficio para la colectividad, (Bass, 1985, p. 20).

El liderazgo transformacional y su impacto en la eficacia organizacional.

La eficacia organizacional ha sido definida como: hacer algo que se sabe y hacerlo bien, dentro del contexto de las funciones administrativas fundamentales: planear, organizar, liderar, dirigir y controlar.

Chiavenato (1995) define la eficacia como “la capacidad de satisfacer una necesidad social mediante el suministro de productos [dentro de] óptimas formas de rendimiento, lo cual está determinado por la

combinación de la eficiencia empresarial como sistema, con el logro de condiciones ventajosas en la obtención de las entradas que necesita”. “La eficiencia busca el mejoramiento mediante soluciones técnicas y económicas, en cuanto la eficacia busca que el rendimiento en la empresa sea máximo, a través de medios técnicos (eficiencia) y también por medios políticos (no económicos)”. Según esto, la eficacia sería entonces el logro de los objetivos que busca la organización, tanto en el orden económico como político y social.

Elorduy (1998), por su parte, presenta la eficacia como un conjunto de cuatro factores: aumento de la productividad, mejora de las relaciones entre los diferentes actores, desarrollo de las personas y motivación de los empleados. En esta visión combina igual que Chiavenato, los órdenes económico, político y social.

En este modelo se manifiestan las dimensiones motivación e inspiración y carisma que definen el liderazgo transformacional, a través de los cuadrantes de liderazgo y responsabilidad, pero quedan faltando las dimensiones referentes a consideración individual y estímulo intelectual lo que afecta el logro de las variables de resultado relativas a satisfacción, eficacia y efectividad, tal como lo establece el modelo FRL.

Unas de las principales reglas del éxito.

Trabajar cada día como si nuestra vida estuviera en juego en lo que hacemos.

No fuiste creado para una vida de ociosidad. No puedes comer desde la salida del sol hasta el ocaso, ni beber, ni jugar, ni hacer el amor. El trabajo

no es un enemigo, sino tu amigo. Si te cerraran el camino del esfuerzo caerías de rodillas y pedirías la muerte.

No necesitas amar las tareas que desempeñan. Hasta los reyes sueñan con otras ocupaciones.

Sin embargo, debes trabajar y es cómo lo hagas, no lo que hagas, lo que determinará el curso de tu vida. Ningún hombre que es descuidado con el martillo construirá jamás un edicio.

Los que dan menos, reciben menos

Nunca caigas en la tentación de disminuir tus esfuerzos, aunque estés trabajando para otro y si es tu empresa el esfuerzo deberá ser mayor.

Trabajo Duro

“Trabaja con empeño y serás dirigente, sé perezoso y nunca triunfarás.”

Proverbios 12:24.

La seguridad

Significa que mediante trabajo duro hemos ganado el derecho a nuestra disposición en la vida. Podemos disfrutar de nuestra influencia y podemos relacionarnos con personas esforzadas.

Para llegar a ser personas de esfuerzo hay que desarrollar las condiciones del trabajo duro:

1. Ser diligente.

Aproveche las oportunidades que se le presenten para hacer las cosas y láncese a conquistar un buen resultado. Evite posponer las labores o trabajar por oleadas de entusiasmo; concéntrese en hacer lo que debe hacer siempre.

2. Haga lo mejor que pueda.

No se conforme con el primer resultado, aún si es calidad. Vaya más allá. Sea exigente consigo mismo. Aplique todas sus fuerzas. “Al que es ojo en el día de trabajo, su fuerza le será reducida” (Proverbios).

3. Haga lo mejor que sabe.

Su conciencia conoce qué tan bien sabe hacer determinada tarea. Como la conciencia es el mejor sello de calidad del que disponemos, déjese guiar por ella y revise continuamente la labor hasta obtener de su conciencia un claro “Bien Hecho”.

4. Sea justo en su labor.

Al hacer las cosas para los demás, hágalas como si fueran para usted. No sólo trabaja esforzadamente, sino que es generoso porque obsequia su propia calidad humana.

5. Sea generoso.

Siempre haga más de lo que se le pide; vaya más allá de lo que dice la descripción de su cargo. Recuerde que la generosidad se mide por lo que hacemos adicional más allá de la obligación. Si no hacemos nada adicional, no somos generosos. De hecho, hacer sólo lo que nos corresponde es mezquindad.

6. Sea creativo

Pregúntese siempre cómo hacer las cosas mejor, más rápido y de manera más inteligente. Cuando nos lanzamos a hacer más cosas, no vemos forzados a ser creativos.

7. Forme su carácter en el trabajo.

Aproveche para desarrollar un sentido integral del trabajo humano. El trabajo nos permite abastecer a nuestras familias, generar ideas, servir a

otros, ser fructíferos, alcanzar mejores posiciones, aprender, el trabajo en una gran escuela de vida. Hay que aprender de una buena vez que el trabajo no es sólo rutina y salario. (Garcia F. 2019.pp.10-13).

Desarrollo del espíritu emprendedor

Se suele pensar que los emprendedores son individuos que identifican las necesidades del mercado y crean nuevas empresas para satisfacerlas, gusta asumir riesgos y son motores del cambio, innovación y progreso de la vida económica. (Justin g. Longenecker 2002.p.1).

Emprendimiento Sostenible

A pesar del aumento en la literatura sobre el tema, el emprendimiento sostenible es un campo en infancia (El término sostenible inicialmente se usó, casi siempre, para referirse a lo ambiental, luego se comprendió que también incluye el aprovechar el dinamismo empresarial para promover el desarrollo y reducir la Pobreza (Levinsohn, 2011) El emprendimiento sostenible involucra términos como eco emprendimiento, emprendimiento social y emprendimiento empresarial (Shepherd & Patzelt, 2011). El aspecto social del emprendimiento sostenible, tiene que ver con el comportamiento de las empresas en aspectos sociales y éticos, como la gestión del recurso humano, derechos humanos, trabajo infantil, género, discriminación, participación de los trabajadores en beneficios de la empresa, corrupción; lo medioambiental implica productos limpios, eco eficiencia, desarrollo tecnológico sostenible, eco diseño y el tercer

aspecto tiene que ver con los resultados financieros de la empresa (Cralis & Vereeck, 2005).

Sostenibilidad

En abril de 1987, la Comisión de Desarrollo y Medio Ambiente de las Naciones Unidas publicó el informe titulado *Nuestro futuro común*, conocido también como informe Brundtland, en el cual se introduce por primera vez el concepto de desarrollo sostenible, que es definido como la capacidad que tienen las actuales generaciones para satisfacer sus necesidades sin afectar la misma capacidad de las futuras generaciones (Comisión mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo, 1987). Este fue un hito histórico importante, ya que, en adelante, se incrementaron los esfuerzos de las organizaciones por seguir los principios del Desarrollo Sostenible; por esta razón, a continuación, se revisa el desarrollo del concepto de sostenibilidad en las organizaciones.

Prácticas Sostenibles

Lüdeke-Freund, Bohnsack, Henning y Massa (2019) investigaron 26 modelos de negocio basados en los principios de la economía circular, identificando 6 patrones como prácticas sostenibles, los cuales son reparación y mantenimiento, reutilización y redistribución, reacondicionamiento y re manufactura, reciclaje, conexión en cascada y materia prima orgánica. En primer lugar, el patrón de reparación y mantenimiento implica extender la vida de los productos a través de servicios que restauran sus funcionalidades, ya sean ofrecidos por los propios fabricantes, proveedores profesionales o los mismos consumidores, mientras sean respaldados por expertos en el tema

(Lüdeke-Freund, Gold & Bocken, 2018). En segundo lugar, el patrón de reutilización y redistribución se refiere a usar nuevamente un producto para el propósito que fue diseñado originalmente, pero con una mínima mejora o cambio; por ejemplo, los productos vendidos en tiendas de segunda son transferidos del usuario inicial hacia estos establecimientos, implicando operaciones de redistribución, y al ser comprados, son reutilizados, produciendo rentabilidad y ecoeficiencia (Lüdeke-Freund et al., 2018). En tercer lugar, el patrón de reacondicionamiento consiste en reemplazar las piezas que fallan en los productos, aunque no haya certeza de que se mantenga la calidad de rendimiento del producto inicial; en cuarto lugar, el reciclaje consiste en separar, recolectar, procesar e insertar materiales de productos en el proceso de fabricación de nuevos productos (Lüdeke-Freund et al., 2018).

Gestión estratégica

El desarrollo de las habilidades para lograr emprendimientos que se traduzcan en empresas, depende en gran medida de la llamada "triple hélice del desarrollo", que consiste en la relación universidad-gobierno-empresa. Esta relación impulsa las acciones encaminadas a la transformación de ideas-negocio a empresas reales a través de la educación, el soporte económico-financiero y el apoyo de la experiencia empresarial.

Emprendimientos

Los hombres tienden a emprender negocios para ser el jefe y tienen la intención que su negocio crezca tanto como sea posible. Las mujeres

emprenden un negocio como un desafío personal y para integrar su trabajo y su familia, además desean que sus negocios conserven las dimensiones que les permita vigilar personalmente todos los aspectos de la empresa.

Las pequeñas empresas tienen grandes diferencias en cuanto a su personal de crecimiento. Los pocos negocios que tiene oportunidades fenomenales de crecimiento, reciben el nombre de iniciativa de emprendimiento de alto potencial o gacela, incluso dentro de este grupo existen varios estilos de operación y métodos de crecimiento, las micro empresas también son conocidas como empresas de estilos de vida. (Escrito por Justin Gooderl Longenecker, Frank Hoy, Leslie E. Palich, William J. Petty, p. 18).

Emprendedores artesanos frente a emprendedores oportunos

Debido a sus distintos orígenes, los emprendedores presentan diferencias en los grados de profesionalismo y los estilos gerenciales con los que se maneja sus negocios, la manera que tienen de analizar problemas y su método de toma de decisiones pueden presentar grandes diferencias. . (Escrito por Justin Gooderl Longenecker, Frank Hoy, Leslie E. Palich, William J. Petty, p. 18).

Equipo emprendedor

Dos o más personas que trabajan juntas como emprendedores para desarrollar una tarea.

Enfoques en el cliente

Existen oportunidades en el negocio para quienes puedan producir los bienes y servicios, que los clientes desean. Las pequeñas empresas

especialmente son actas para competir cuando se comprometen con un fuerte enfoque en el cliente. Un buen servicio al cliente lo puede ofrecer cualquier empresa sin importar su tamaño; sin embargo, en muchos casos, las pequeñas empresas tienen un mayor potencial de las grandes empresas de alcanzar estas metas. Si están bien administradas, las empresas con espíritu emprendedor tienen la ventaja de ser capaces de atender a sus clientes de manera eficiente y eficaz, sin tener que ir contra niveles burocráticos o infringir políticas corporativas que tienden ahogar la iniciativa individual. (Escrito por Justin Gooderl Longenecker, Frank Hoy, Leslie E. Palich, William J. Petty, pág. 20).

Integridad y Responsabilidad

A fin de mantener una ventaja competitiva sólida, es esencial que además de un buen servicio al cliente y una altísima calidad en sus productos, agregue una solida reputación de honestidad y confiabilidad. (Escrito por Justin Gooderl Longenecker, Frank Hoy, Leslie E. Palich, William J. Petty, p. 20).

La puesta en marcha

Iniciar cualquier tipo de carrera de negocio siempre es emocionante. No obstante, poner en marcha su propio negocio puede ser mucho más demandante. Debido al riesgo y gran potencial que esto supone. Pensemos por un momento en una de las principales inquietudes de las personas que están lista para sumergirse en las excitantes aguas del espíritu emprendedor. (Escrito por Justin Gooderl Longenecker, Frank Hoy, Leslie E. Palich, William J. Petty, p. 21)

Marketing

El marketing es un conjunto de técnicas que permite crear una comunicación personal con cada posible comprador, especialmente segmentado (social, económica, geográfica, profesionalmente, etc.), a fin de promover un producto, servicio, idea, y mantenerla en el tiempo empleando

para ello medios o sistemas de contacto directo (emailing, telemarketing, couponing, buzoneo), nuevas tecnologías que nos ofrecen «mercados virtuales», sistemas multimedia y todos los nuevos medios que nos facilitan los avances tecnológicos on line.

El marketing 1.0: Marketing centrado en el producto

Vender productos, revolución industrial, mercado de masas, consumidores con necesidades físicas, desarrollo de productos, especificaciones del producto funcional y emocional, transacciones uno a uno.

El marketing 2.0: Marketing centrado en el consumidor

Satisfacer y retener a los consumidores, tecnologías de la información, consumidor más inteligente con mente y corazón, diferenciación, posicionamiento corporativo y del producto, misión visión y valores corporativos funcional, emocional y espiritual, relaciones uno a uno.

El marketing 3.0: Marketing centrado en los valores

Hacer de este mundo un mundo mejor, nueva ola tecnológica, ser humano integral con mente, corazón y espíritu, valores proposiciones de valor funcional, emocional y espiritual, colaboración entre muchos.

(Escrito por Philip Kotler, Hermawan Kartajaya.p.3)

¿Cómo influyen las diferentes estrategias de negocios en las decisiones de marketing?

Las unidades de negocios suelen conjuntar varios mercados/producto distintos. Para introducir a un producto a un mercado determinado, el gerente de marketing monitorea y evalúa la situación ambiental del producto y desarrolla un programa apropiado para éste. No obstante, la libertad del gerente para diseñar ese programa puede estar restringida por la estrategia competitiva de la unidad de negocios. Esto se debe a que diferentes estrategias se concentran en metas diversas y buscan ganar y mantener una ventaja competitiva de varias formas. En consecuencia, las diferentes funciones dentro de la unidad estratégica de negocios y diversas actividades dentro de un área funcional determinada, como es marketing— son críticas para el éxito de diferentes estrategias. Hay, por lo tanto, diferentes factores clave de éxito inherentes en las diversas estrategias genéricas de negocios. Esto restringe de dos formas la libertad de acción individual del administrador de marketing. Primero, debido a que las variaciones en las funciones dentro de la unidad de negocios. (MULLINS, WALKER JR., BOYD JR., LARRÉCHÉ p. 235).

Micro y Pequeñas Empresas

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Ley N° 28015, 2013)

Características de las Mypes:

Microempresa.- Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT's(S/.555 mil)

Pequeña empresa.- Ventas anuales superiores a 150 UIT's(S/.555 mil) y hasta el monto máximo de 1700 UIT's (S/.6'290.000).

Características aplicables a las MYME constituidas desde el 03.07.2013, Ya no se exige un número máximo de trabajadores.

Exclusiones del régimen:

1.-Conforman un grupo económico que, en conjunto, no reúna las características de una Mype.

2.- Tienen vinculación económica con otras empresas o grupos económicos nacionales o extranjeros que no cumplan las características de una Mype.

3.- Falsifiquen información o dividan sus unidades empresariales con la finalidad de ingresar en dicho régimen.

El REMYPE

Para que una empresa califique como micro o pequeña empresa debe estar inscrita en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Remype)

La inscripción se realiza a través de la página web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y únicamente se requiere el número RUC del empleador y su clave SOL para tal efecto.

Venta de Productos de Tubérculos

Los dueños de la comida en América Latina

Dos compañías dominan la industria alimentaria en el Perú con ingresos

que concentran el 52% de las 20 empresas con mayor facturación del sector. Se trata de **Alicorp** y **Gloria**, subsidiarias de grandes grupos económicos y miembros de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), una férrea opositora al etiquetado con octógonos en los productos dañinos para la salud. Esta historia forma parte de ‘Los dueños de la comida’, una serie periodística internacional que analiza el poder detrás de la industria de alimentos en América Latina y que es impulsada por Ojo Público (Perú), el Laboratorio de Periodismo y Opinión (México) y La Liga Contra el Silencio (Colombia).

Ambas empresas pertenecen a dos de los conglomerados económicos más representativos del país. Alicorp forma parte del Grupo Romero, liderado por Dionisio Romero Paoletti y dueño del holding financiero Credicorp (BCP, Prima AFP, Pacífico Seguros), y tiene entre sus marcas a Primor, Capri, Alacena, Don Vittorio, Blanca Flor, Negrita, Glacitas, Casino y más. Gloria, de los hermanos arequipeños Jorge y Vito Rodríguez, es subsidiaria del grupo del mismo nombre y elabora jugos, mermeladas, conservas de pescado, panetones, entre otros, bajo diferentes marcas. "la industria del sector alimentario, junto a la de bebidas, cubren el 4% del producto bruto interno (pbi), casi la mitad de lo que alcanzó la minería el 2017". (<https://ojo-publico.com/1474/la-poderosa-industria-que-sirve-la-mesa-en-peru>).

La comercialización Agrícola en el Perú

La comercialización agrícola es un tema sobre el cual se ha discutido muy poco en el Perú, lo que ha impedido hasta hoy que se destierren diversos mitos y preconceptos sin sustento alguno en la evidencia

disponible. Por ello, el Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE) ha creído conveniente impulsar el debate nacional sobre este tema, publicando un conjunto de diagnósticos y propuestas elaboradas tanto por sus miembros como por investigadores externos. Estas propuestas pueden servir de pauta para el diseño final de las necesarias reformas en el campo del mercadeo agrícola.

El ajuste macroeconómico y las reformas estructurales emprendidas por el gobierno peruano han tenido entre sus objetivos principales redefinir el papel de los sectores público y privado en los distintos ámbitos de la economía nacional. En tal contexto, el sector agrario ha sido uno de los que ha experimentado mayores modificaciones en el marco de política que lo afecta. Por un lado, la apertura comercial ha llevado a la desaparición del sesgo antiagrario que generara la política sustitutoria de importaciones en el pasado. Por otro lado, las reformas estructurales tendientes a asegurar que los mercados operen de la manera más libre posible buscando elevar su competitividad y, por lo tanto, su eficiencia, han modificado la forma en que tradicionalmente operaban los mercados de bienes y factores agrícolas.

Esta eliminación de las imperfecciones de mercado ha sido propuesta como una alternativa al manejo discrecional de precios relativos, en lo que concierne a la política de apoyo al sector agrario. El incremento de la productividad y la reducción de los costos unitarios que este tipo de política generaría, ya sea en el corto o en el largo plazo, mejoraría la rentabilidad agropecuaria sin elevar los precios de los productos y sin necesidad de subsidiar la utilización de insumos. (Grupo de Análisis

para el Desarrollo, GRADE Av. del Ejército 1870, San Isidro, Lima).

Comercialización de la papa en el Perú

En la campaña (2018/2019) se contaría con una oferta de 576 mil toneladas de semillas de papa. Además se estimó una pérdida de 716 mil toneladas (15% del total) y un exceso de oferta nacional de 260 mil toneladas.

(Agraria.pe) En la campaña agrícola agosto 2018/julio 2019 nuestro país produciría 4.77 millones de toneladas de papa, cuando en la campaña anterior (2017/2018) alcanzó los 4.45 millones de toneladas, estimó la Dirección General Agrícola (DGA) del Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri).

La entidad sostuvo que para la presente campaña (2018/2019) se contaría con una oferta de 576 mil toneladas de semillas de papa. Además estimó una pérdida de 716 mil toneladas (15% del total) y un exceso de oferta nacional de 260 mil toneladas (de las cuales 79.800 toneladas serán exceso de oferta comercial).

La DGA del Minagri indicó que de las 4.45 millones de toneladas producidas en la campaña 2017/2018, el 99.8% se consumió en el mercado interno mientras que el 0.2% (700 toneladas) se exportó como papa procesada.

Asimismo, destacó que en la campaña pasada 19 regiones de nuestro país cultivaron el mencionado tubérculo, siendo estas: Arequipa, Lima, Ica (altos rendimientos productivos); La Libertad, Pasco, Tacna, Apurímac, Junín y Huánuco (rendimientos medios); y Amazonas, Ayacucho, Cusco, Moquegua, Puno, Cajamarca, Huancavelica,

Áncash, Piura, Lambayeque (rendimientos bajos). El rendimiento productivo promedio es nuestro país asciende a 15.4 toneladas por hectárea.

Las regiones donde se realizaron las mayores instalaciones de papa en la campaña anterior fueron Huánuco con 42.527 hectáreas, Huancavelica 31.296 ha, Junín 25.484 ha, Apurímac 24.752 ha y Ayacucho 24.017 ha. Sin embargo las principales regiones productoras fueron Huánuco con 668.370 toneladas, Apurímac con 411.958 toneladas, Junín con 365.684 toneladas, Arequipa con 336.616 toneladas y Ayacucho con 309.664 toneladas.

Datos del consumo de papa

156 países en el mundo siembran papa, siendo los principales productores China con 99.1 millones de toneladas, India con 43.8 millones de toneladas, Rusia con 30.2 millones de toneladas, Ucrania con 21.8 millones de toneladas y Estados Unidos con 19.9 millones de toneladas. Perú se ubicó en el puesto 14 con 4.45 millones de toneladas. El rendimiento productivo promedio mundial es de 19 toneladas por hectárea.

En América Latina, Perú es el principal productor del mencionado tubérculo, seguido por Brasil con 3.85 millones de toneladas, Colombia con 2.35 millones de toneladas, México con 1.79 millones de toneladas y Argentina con 1.75 millones de toneladas. (<https://agraria.pe/noticias/peru-produciria-477-millones-de-toneladas-de-papa-17359>).

La competitividad de la papa en la provincia de Huaral

- La siembra de la papa se concentra en la región de la sierra; sin embargo, en las últimas décadas la costa ha cobrado una importancia significativa.
- La importancia de las provincias de la sierra se explica básicamente por la superficie cosechada y no por el rendimiento alcanzado. Las provincias de la costa tienen una baja participación en la superficie cosechada pero altos niveles de rendimiento de papa.
- La provincia de Huaral es una de las más competitivas en la producción de papa en el Perú. Esto se puede explicar por la tecnología empleada, las condiciones climáticas, el desarrollo de la infraestructura y de los mercados agrarios, y la cercanía a Lima, principal mercado demandante de la papa en el país.

La estructura productiva de las unidades agropecuarias (UA) que siembran papa.

- La siembra de la papa se concentra en la pequeña y en la mediana agricultura, representando el 80,9% de las unidades agropecuarias (UA).
- Las UA muestran un alto porcentaje de superficie sembrada (91,2%).
- El 76,8% de la superficie total sembrada corresponde al cultivo de la papa, lo que denota la especialización de las UA en la siembra de este cultivo. Es decir, cambios en las condiciones del mercado de la papa o en las condiciones medioambientales que el cultivo requiere pueden impactar no sólo en la rentabilidad del cultivo sino en la rentabilidad global de la unidad agropecuaria y en el nivel de ingresos del productor proveniente de la agricultura.

- El 23,2% de la superficie sembrada se destina a la siembra de la fresa, el maíz, el camote, la mandarina, entre otros.

Activos de capital humano de las UA que siembran papa

- El 57,1% de los productores es adulto joven (menos de 40 años de edad). La mayoría de estos productores acceden a la tierra no por un traspaso de sus padres debido a herencia u otra forma de transferencia sino por alquiler.
- Los productores agrarios muestran bajos niveles de educación, especialmente comparados con otros sectores de la economía. Sólo el 4,8% de los productores ha cursado al menos un año de educación superior, mientras que el 23,8% de los productores tiene al menos un año de educación primaria.
- En promedio, los productores tienen una amplia tradición sembrando el cultivo de la papa (7 años); sin embargo, se aprecia una significativa dispersión entre los productores: algunos productores tienen menos de 4 años sembrando papa, mientras que el 9,6% de los productores tiene 20 años a más.

La presencia de los mercados en la siembra de papa

- En el 100% de los lotes se emplean tractores alquilados. Dentro de los proveedores de este servicio figuran los productores agrarios, grupo constituido por agentes que combinan su actividad agrícola con la de proveer el servicio de alquiler de maquinaria, y los proveedores particulares, grupo conformado por agentes que se dedican al alquiler de maquinaria agrícola pero que no ofrecen otros servicios a los productores ni se dedican a la actividad agrícola.
- Se encuentra que alrededor del 20% de los trabajadores corresponde a

la categoría de “no remunerados”. Este porcentaje (relativamente bajo en comparación con otros valles) se puede explicar por el desarrollo de los mercados urbanos en el valle - cercanos a Lima– que pueden hacer poco atractivo el empleo de mano de obra familiar en la actividad agrícola.

- La etapa de mantenimiento del cultivo concentra la mayor demanda por mano de obra. Esta etapa abarca las labores posteriores a la siembra del cultivo y finaliza antes de la cosecha, es decir, comprende la aplicación de fertilizantes, el control fitosanitario, el aporque, entre otras labores. En el caso de la papa, esta etapa dura aproximadamente 4,5 meses. La segunda etapa más demandante en mano de obra es la cosecha, pues el corte del follaje y el recojo de la papa son actividades intensivas en mano de obra. Le sigue la etapa de siembra cuya demanda por mano de obra es explicada principalmente por la labor de la siembra propiamente dicha. La post cosecha comprende labores de selección, clasificación y ensacado del tubérculo cosechado. Estas actividades son realizadas de forma manual. Finalmente, la etapa de la preparación del terreno es la que menor demanda por mano de obra presenta, explicada por el uso intensivo de maquinaria durante las labores de labranza.

- Se observan los bajos niveles de asistencia técnica recibidos en los lotes sembrados de papa, donde sólo el 29% ha accedido a algún curso de capacitación o asistencia técnica en temas vinculados a la papa durante los últimos 3 años. Esta asistencia ha sido proporcionada básicamente por las casas comerciales del valle y, en menor medida, por otros productores agrarios. Es decir, esta es una asistencia técnica

que puede denominarse “no institucional”.

- El 54,2% de los lotes fue financiado con crédito y el 45,8% con recursos propios del productor, es decir, el crédito es un factor importante para que el productor realice su actividad agrícola. Los productores emplean más de una fuente de crédito y existe una significativa diversificación en las fuentes de financiamiento informal (casa comercial, amigos, habilitadores, otros productores, comerciantes). Sin embargo, en el 31% de los lotes se recurre al mercado de crédito formal, es decir, los productores que manejan esos lotes tienen ciertas características que los convierten en sujetos de crédito de este mercado (garantías reales, avales, plan de cultivo).

2.3 Marco Conceptual

Mypes:

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Ley N° 28015, 2013).

La empresa:

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos trabajo, tierra y capital (Vásquez J., 2014).

Mejora continua:

La mejora continua, si se quiere, es una filosofía que intenta optimizar y aumentar la calidad de un producto, proceso o servicio. Es mayormente aplicada de forma directa en empresas de manufactura, debido en gran parte a la necesidad constante de minimizar costos de producción obteniendo la misma o mejor calidad del producto, porque como sabemos, los recursos económicos son limitados y en un mundo cada vez más competitivo a nivel de costos, es necesario para una empresa manufacturera tener algún sistema que le permita mejorar y optimizar continuamente. (Arveson, 2010).

Calidad:

Calidad no es un concepto simple, se trata de un concepto abstracto que, al igual que sucede con otros conceptos de este tipo honor, amor., cada cultura elabora las características básicas de su contenido para incorporarlas al conjunto de valores personales y colectivos. Conformidad de las especificaciones, Satisfacción de las necesidades de los clientes, Satisfacción de clientes, personal, accionistas, sociedad. (García y Barraza 2009. Pág. 3).

Liderazgo:

Barrow (1977, citado por Chelladurai, 1984) define al liderazgo como un “proceso comportamental que intenta influenciar a los individuos y los grupos con la finalidad de que se consigan unos objetivos determinados”

Sostenibilidad:

Para Elkington (1994) el desarrollo sostenible en la empresa, es aquel

contribuye a la gestión responsable mediante la entrega al mismo tiempo de beneficios económicos, social y medioambiental, la llamada triple bottom line. De esta manera la empresa busca garantizar el éxito comercial a largo plazo, contribuir al desarrollo económico, social y proteger al medio ambiente. (Barcellos 2010 p.140)

Desarrollo Sostenible:

El concepto de desarrollo sostenible fue consolidado en el informe Brundtland (WCED 87), siendo aquello que, “permite la atención de las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras”. Esto implica un cambio muy importante en cuanto a la idea de sostenibilidad, principalmente ecológica, y un marco que da también un énfasis al contexto económico y social del desarrollo. (Barcellos 2010.p.80)

Emprendimiento:

La definición del término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado con base en estas dos concepciones, hasta hoy en día, que caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquiva a la comprensión de sus propias dinámicas. Casson (1982). (Rodríguez.2009).

Venta:

La venta es un proceso, es una serie de pasos concretos y ordenados. Para poder realizar una venta, en general, debemos ir paso a paso en un proceso que nos lleve a la realización final de esta venta. (Escrito por

García Bobadilla, Luis María, 2011)

Comercialización:

(Camacho A. 2013.) Organización racional de personas, materiales, energía, equipos y procedimientos en actividades concebidas para producir un resultado final específico. (Alba. 2019).

Marketing:

Se define al marketing como un proceso social y administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros. Hoy en día es preciso entender que el marketing no es el sentido antiguo de lograr una venta, "hablar y vender" sí que tiene un nuevo sentido la cual es de satisfacer las necesidades del cliente (Philip Kotler y Gary Armstrong, 2013).

Comercio:

Se entiende por comercio en sentido estricto la compra de mercancías o efectos para su reventa, hecha de modo habitual y sin introducir regularmente modificaciones en la forma o substancia de dichos bienes. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. (Carrillo 2002.p.17)

Financiamiento:

El financiamiento no es más que los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. (Gil, 2013).

Rentabilidad:

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones. (Medina y Mauricci 2014).

Productos:

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color, etc.) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades.

(<https://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>)

Tubérculos:

Son tipos de tallos subterráneos engrosados, donde ciertas plantas acumulan los nutrientes de reserva para la planta. Formados principalmente de almidón, nos aportan energía porque son ricos en carbohidratos, también poseen vitaminas en su cáscaras, por eso es recomendable comerlos horneados o hervidos con todo y su cáscara para aprovechar al máximo con sus nutrientes.

(<https://sites.google.com/site/acomersanojc/alimentacion/cereales-y-tuberculos>)

Papa:

La papa es una planta suculenta, herbácea y anual por su parte aérea y perenne por sus tubérculos (tallos subterráneos) que se desarrollan al final de los estolones que nacen del tallo principal, y a veces de varios tallos, según el número de yemas que hayan brotado del tubérculo. (Ríos, 2007)

III.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la investigación:

Se utilizó un diseño no experimental transversal-descriptivo:

No experimental, porque se evaluó las variables sin tratar de manipular ni cambiar alguna información.

Se observó el fenómeno como se encuentra dentro de su contexto, sin tener modificaciones, por su dimensión temporal o el número de momentos o puntos en el tiempo, en los cuales se recolectan datos. (Hernández, Fernández y Baptista 2010, pág.149).

Transversal, porque la variable no sufrió modificaciones o variaciones según lo convenido por la población, en todo momento se observó y analizo las variables de estudios en el tiempo o periodo que dure la investigación.

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Hernández, Fernández y Baptista 2010, pág.151).

Descriptivo, porque en todo momento se trató de analizar el que, para poder describir las características de las Mypes que están en la investigación

Sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos. (Behar, 2008, p. 17)

El tipo de investigación fue cuantitativo, el propósito de mi investigación es cuantificar el problema y entender los resultados obtenidos mediante herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas.

El método cuantitativo consiste en definir un problema, desarrollar un modelo, adquirir datos de entrada, desarrollar una solución, analizar los resultados e implementar los resultados. (Michael E. Hanna 2006 pág. 3).

El nivel de la investigación, fue descriptivo: porque en todo momento se trató de puntualizar las características de la población, se pretenderá comprender, describir, registrar, analizar e interpretar el cuestionario aplicado.

El objetivo de la investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. (Rincón, 2000).

3.2. Universo/Población y Muestra:

La población fue constituida por 12 Mypes, del sector comercio rubro venta de productos de Tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019, que representa el 100% de la población a investigar.

No solo se refiere a la gente si no que puede ser una empresa, una industria, un sindicato, un grupo de empleados, etc., En otras

palabras la población es el total de casos de estudio (Namak Foroosh, 2000, pag.185).

Muestra: La muestra estuvo conformada por las Mypes del rubro venta de productos de Tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019, las cuales serán 12 Mypes.

El término de selección se dio en función de la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes y/o gerentes de dicho rubro, las cuales serán 12 que representa el 100% de la población total de los comerciantes de venta de productos de tubérculos. El tipo de muestreo fue no probabilístico.

La muestra es un grupo de la población, es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014 pag.130)

N= 12 Mypes

Dónde:

M \longrightarrow O

M= Muestra conformada por las MYPES a encuestar.

O= Observación de las variables: Liderazgo y Sostenibilidad de los emprendimientos.

3.3. Definición y Operacionalización de Variables

VARIABLE		Definición operacional			Medición
Denominación	Definición conceptual	DIMENSIÓN		INDICADOR	
		Denominación	Definición	Denominación	Likert
Liderazgo	Es un proceso natural de influencia que ocurre entre una persona (el líder y sus seguidores). Además coinciden que este proceso de influencia puede ser explicado a partir de determinadas características y conductas del líder por percepciones y atribuciones por parte de los seguidores y por el contexto en el cual ocurre dicho proceso (Antonakis, Cianciolo y Stember, 2004)	Influencia Idealizada o carisma	El grado en que se comporta el líder y se hace admirable ante los demás, y demuestra convicciones que hacen que los seguidores se identifiquen con el líder quien tiene un claro conjunto de valores	Atributo	
				Conducta	
		Inspiración Motivacional	La motivación es uno de los sentimientos más vitales que existen porque nos aportan una gran energía.	Clima Organizacional	
				Satisfacción Laboral	
		Consideración Individual	Esto es, apoyar las propuestas, demostrar empatía, estar accesible, tener en cuenta a las personas, ser sensible a las preocupaciones e intereses de todos los integrantes del equipo.	Trato personal	
				Apoyo	
		Tolerancia Psicológica	Se define la tolerancia como el respeto por los pensamientos y las acciones de terceros cuando resultan opuestos o distintos a los propios	Uso del Humor	
				Manejo de errores	

Sostenibilidad de los Emprendimientos	El emprendimiento sostenible involucra Términos como eco emprendimiento, emprendimiento social y emprendimiento empresarial. El aspecto Social del emprendimiento sostenible, tiene que ver con el comportamiento de las empresas en aspectos sociales y éticos. (Shepherd & Patzelt, 2011)	Social	La sostenibilidad social es un proceso o marco que promueve el bienestar dentro de los propios miembros de una organización y al mismo tiempo apoya la capacidad de las generaciones futuras para mantener una comunidad saludable.	Aperturas y puentes con otros ecosistemas	Likert
				Redes locales para el emprendimiento	
		Económico	La sostenibilidad económica es la capacidad que tiene una organización de administrar sus recursos y generar rentabilidad de manera responsable y en el largo plazo.	Beneficios	
				Inversión	
		Ambiental	La sostenibilidad ambiental es la gestión eficiente de recursos naturales en la actividad productiva, permitiendo su preservación para las necesidades futuras.	Cultura	
				Ecosistema	

3.4.-Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Se utilizó la técnica de la encuesta:

La técnica fue la encuesta, se aplicó a los Mypes dedicados al comercio de tubérculos en el Distrito de Chancay. Provincia de Huaral, por su confiabilidad, validez y objetividad, que obtendremos de dicha información, ya que será una encuesta boca a boca de manera personalizada cumpliendo con todos los protocolos establecidos.

Méndez (1999, pág.143) define a las fuentes y técnicas para recolección de la información como los hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten tener información. También señala que las técnicas son los medios empleados para recolectar información, Además manifiesta que existen: fuentes primarias y fuentes secundarias. Las fuentes primarias es la información oral o escrita que es recopilada directamente por el investigador a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento, mientras que las fuentes secundarias es la información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento.

El instrumento fue un cuestionario estructurado de 22 preguntas.

- 04 preguntas con respecto a los representantes legales de las empresas.
- 04 preguntas con respecto a las características de la Mype.
- 08 preguntas sobre la propuesta del Liderazgo de la Mype.
- 06 preguntas con respecto a la Sostenibilidad de los emprendimientos de la Mype.

El instrumento fue un cuestionario elaborado por la investigadora en la cual se ha tratado de resumir lo más importante datos de las variables de estudio, el cual nos permitirá tener una información completa, exacta, oportuna y verídica. El cuestionario es un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, pág.171).

3.5.-Plan de Análisis

Se utilizó técnicas y medidas de la estadística descriptiva.

Se aplicaron las siguientes técnicas, análisis documental, Indagación de datos cuantitativos, conciliación de datos, tabulación de cuadros con cantidades y porcentajes y comprensión de gráficos.

La información recopilada mediante la aplicación de encuestas como instrumento de recolección de datos será procesada en cuadros Excel, también será procesada por el programa estadístico SPSS 22 que arrojará los resultados obtenidos en tablas y gráficos los mismos que permitirán el análisis estadístico, necesario para su interpretación.

Antes de empezar a recopilar datos hay que planear los análisis por realizar y especificarlos con todo detalle, con lo cual se ahorrará tiempo durante la recolección y se preverá si los cuestionarios están bien preparados o no, si tienen preguntas redundantes o faltantes (Namak Foroosh, 2000, pág.75).

3.6.-Matriz de consistencia

Título de Tesis.
**Propuesta de Mejora del Liderazgo para la Sostenibilidad de los Emprendimiento de las MYPES del sector Comercio –
 Rubro Venta de Productos de Tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019.**

Problema	Objetivo	Variable	Población y muestra	Metodología y diseño de la investigación	Instrumento y procesamiento
<p>Problema central: ¿Cuáles son la propuestas de mejora del liderazgo como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos del en las Mypes del Sector comercio – Rubro venta de productos de tubérculos en el distrito de Chancay, Provincia de Huaral 2019?</p>	<p>a) Objetivo General Proponer las mejoras del Liderazgo como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos del en las Mypes empresas del Sector comercio – Rubro venta de productos de tubérculos en el distrito de Chancay, Provincia de Huaral 2019.</p> <p>b) Objetivos Específicos: -Identificar los factores relevantes del liderazgo para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos del en las Mypes del Sector comercio – Rubro venta de productos de tubérculos en el distrito de Chancay, Provincia de Huaral 2019. -Describir los factores relevantes del liderazgo para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos del en las Mypes del Sector comercio – Rubro venta de productos de tubérculos en el distrito de Chancay, Provincia de Huaral 2019 -Elaborar las propuestas de mejora del Liderazgo como factores relevantes para la sostenibilidad de los emprendimientos del en las Mypes del Sector comercio – Rubro venta de productos de tubérculos en el distrito de Chancay, Provincia de Huaral 2019.</p>	<p style="text-align: center;">Liderazgo y Sostenibilidad de los Emprendimientos</p>	<p>Población: La población fue constituida por 12 Mypes, del sector comercio rubro venta de productos de Tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019, que representa el 100% de la población a investigar.</p> <p>Muestra: La muestra se dirigió a las Mypes del rubro venta de productos de Tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019, que estén disponibles al momento de hacer el estudio, las cuales serán 12 Mypes.</p>	<p>Método: Fue cuantitativo. En la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizara procedimientos. Fue descriptivo: ya que en todo momento se pretenderá comprender, describir, registrar, analizar e interpretar</p> <p>Diseño: No experimental Porque no se manipulará las variables en estudio</p> <p>Transversal Se observó y analizo las variables de estudios en el tiempo o periodo que dure la investigación.</p>	<p>Técnica: - Encuesta. preguntas formuladas para obtener información</p> <p>Instrumentos: -Cuestionario El cuestionario consistirá en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir)</p>

3.7.- Principios éticos

En la investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, consideramos los siguientes principios éticos.

Protección a las personas.- La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinó de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad. (Uladech, 2016).

Beneficencia y no maleficencia.- Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios. (Uladech, 2016).

Justicia.- El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente

a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación (Uladech, 2016).

Integridad científica.- La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados. (Uladech, 2016).

Consentimiento informado y expreso.- En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto. (Uladech, 2016).

IV.- Resultados

4.1 Resultados

Tabla 1

Edad del Representante de la Mype				
	N	%	% válido	% acumulado
31 a 40	2	16,7	16,7	16,7
41 a 50	1	8,3	8,3	25,0
51 a mas	9	75,0	75,0	100,0
Total	2	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

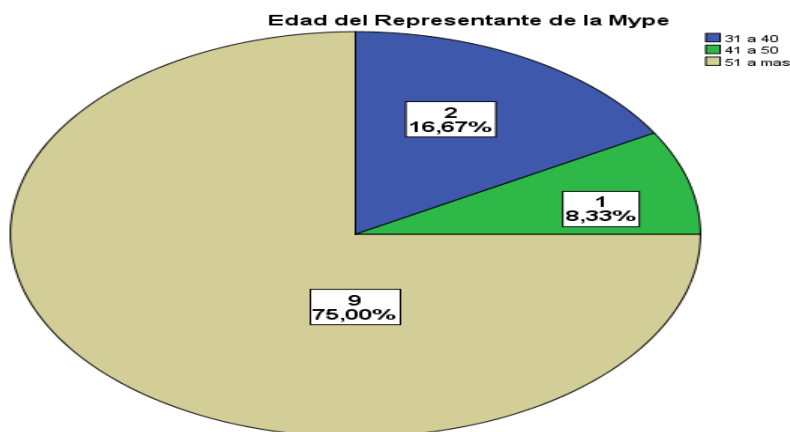


Figura 1

Interpretación: En la tabla y figura 1 Edad del Representante de la Mype, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 75% tiene más de 51 años de edad, el 16.67 % fluctúan con una edad de 31 a 40 años de edad, y tan solo el 8.33% son de 41 a 50 años.

Tabla 2

Estado Civil del Representante de la Mype

	N	%	% válido	% acumulado
soltero	3	25,0	25,0	25,0
casado	4	33,3	33,3	58,3
conviviente	5	41,7	41,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

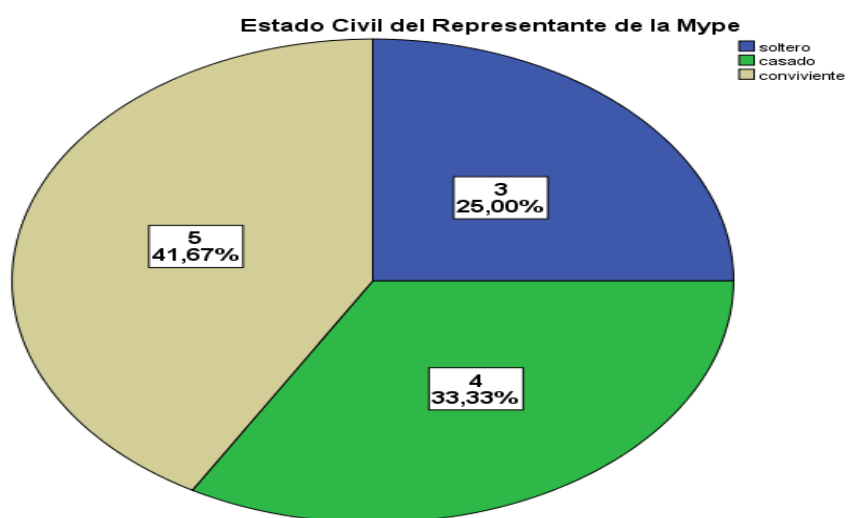


Figura 2

Interpretación: En la tabla y figura 2 Estado Civil del Representante de la Mype , se observa que de los 12 representantes encuestados, el 41.67% son del grupo civil de conviviente, el 33.337 % son del grupo de casados y el 25.00% son de solteros.

Tabla 3

Genero del Representante de la Mype

	N	%	% válido	% acumulado
masculino	12	100,0	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

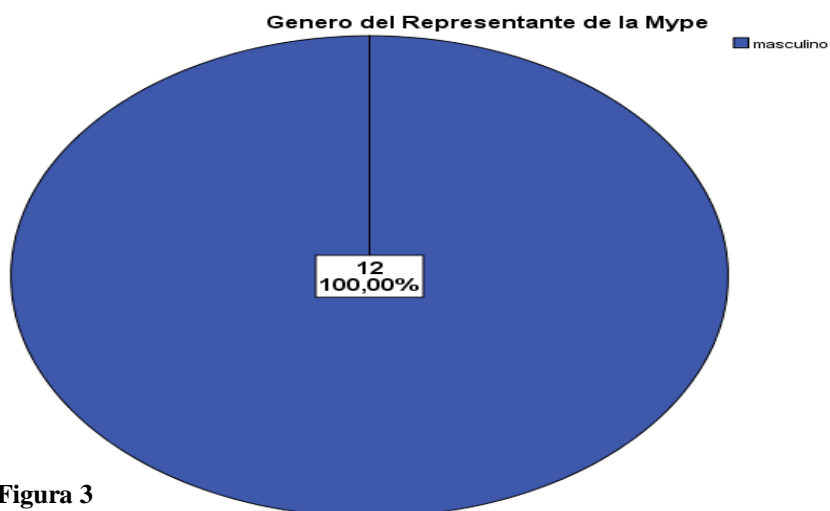


Figura 3

Interpretación: En la tabla y figura 3 Genero del Representante de la Mype, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 100% es de género masculino, observamos que esta actividad comercial predomina como representantes legales los hombres.

Tabla 4

Grado de Instrucción del Representante de la Mype

	N	%	% válido	% acumulado
Válido primaria	2	16,7	16,7	16,7
secundaria	8	66,7	66,7	83,3
superior no universitaria	1	8,3	8,3	91,7
universitaria	1	8,3	8,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

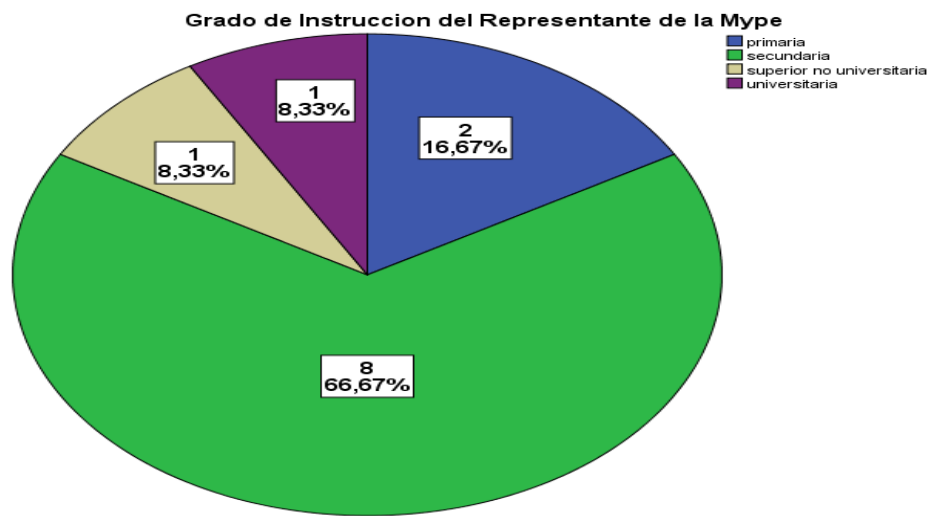


Figura 4

Interpretación: En la tabla y figura 4 Grado de Instrucción del Representante de la Mype, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 41.67% son del grupo civil de conviviente, el 33.337 % son del grupo de casados y el 25.00% son de solteros.

Tabla 5

La Empresa es formal

	N	%	% válido	% acumulado
si	1	8,3	8,3	8,3
no	11	91,7	91,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

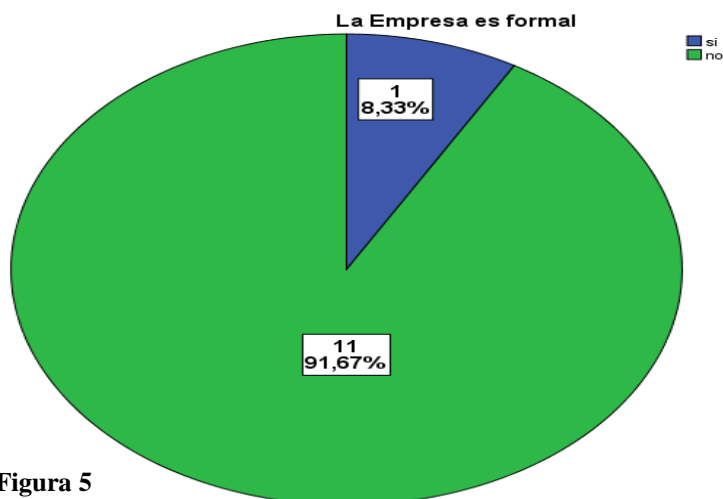


Figura 5

Interpretación: En la tabla y figura 5 La Empresa es formal, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 91.67% son informales y tan solo el 8.33% son formales, esto demuestra que la informalidad es por todo el trámite burocrático y costoso.

Tabla 6

Tipos de trabajadores de la Empresa

	N	%	% válido	% acumulado
permanente	12	100,0	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

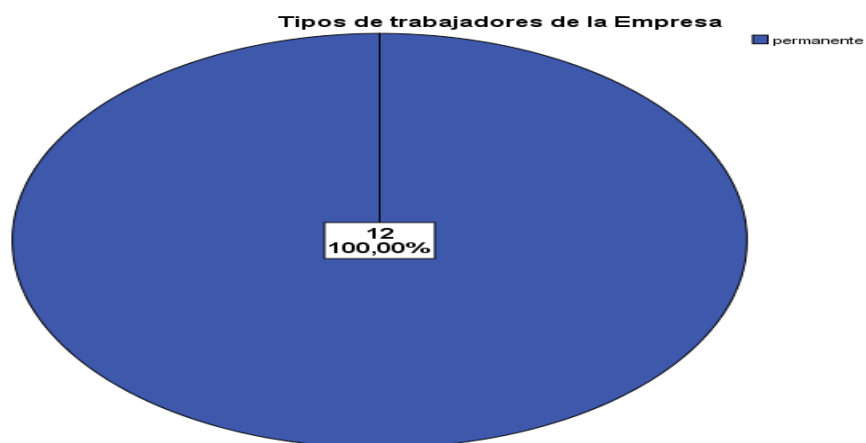


Figura 6

Interpretación: En la tabla y figura 6 Tipos de trabajadores de la Empresa, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 100% son trabajadores de condición permanente.

Tabla 7

Años que tiene formada la Empresa				
	N	%	% válido	% acumulado
de 6 a 10 años	3	25,0	25,0	25,0
más de 10 años	9	75,0	75,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

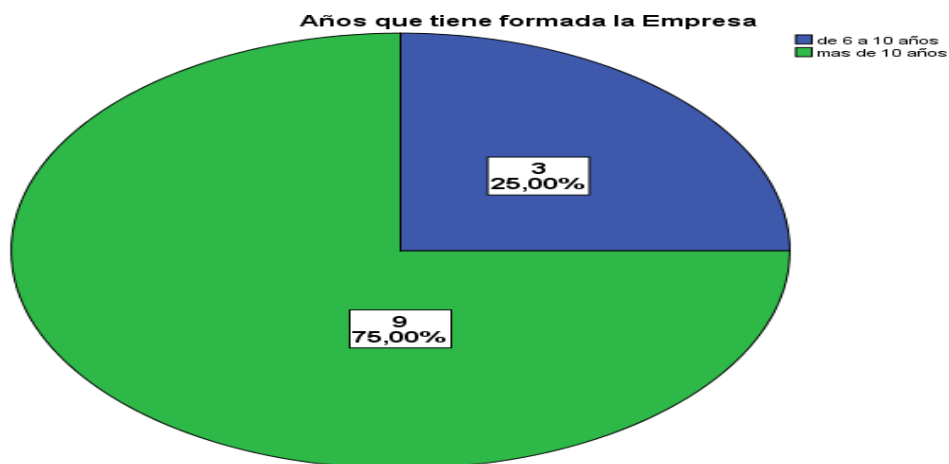


Figura 7

Interpretación: En la tabla y figura 7 Años que tiene formada la Empresa, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 75.00% tiene más de 10 años trabajando en el rubro y el 25.00% tiene de 6 a 10 años, ósea podríamos decir que la mayoría son empresas ya formadas en el mercado, sin embargo la mayoría son informales.

Tabla 8

Número de trabajadores de la Empresa

	N	%	% válido	% acumulado
de 1 a 5	12	100,0	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

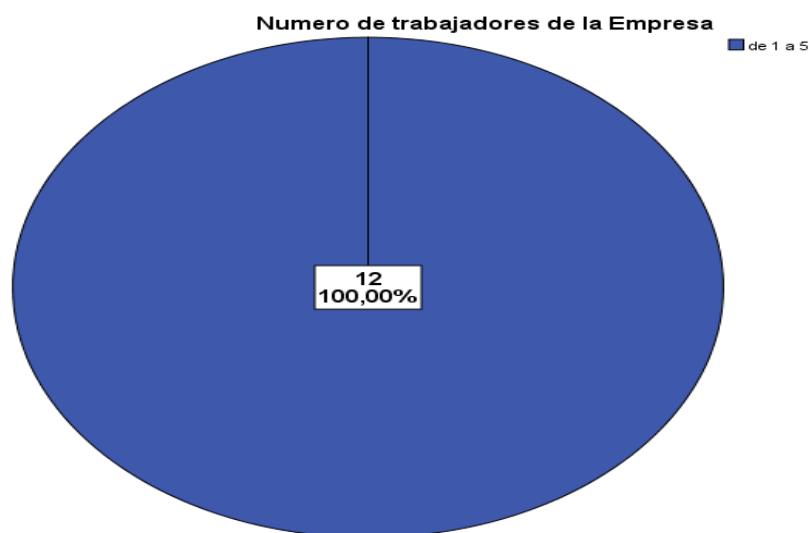


Figura 8

Interpretación: En la tabla y figura 8 Número de trabajadores de la Empresa, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 100% tiene tan solo de 1 a 5 trabajadores en la empresa, vemos que a pesar de tener ya más de 10 años trabajando en el rubro no incrementa las ventas para prescindir de más trabajadores.

Tabla 9

La Empresa promueve las prácticas de los atributos del Liderazgo carismático.

	N	%	% válido	% acumulado
algunas veces	2	16,7	16,7	16,7
casi siempre	5	41,7	41,7	58,3
siempre	5	41,7	41,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

La Empresa promueve las prácticas de los atributos del Liderazgo carismático.

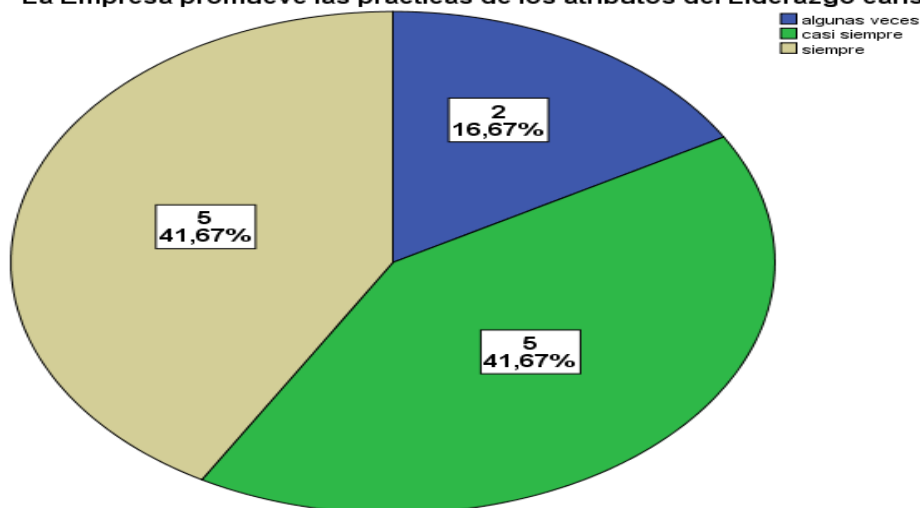


Figura 9

Interpretación: En la tabla y figura 9 La Empresa promueve las prácticas de los atributos del Liderazgo carismático, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 41.67% siempre promueve prácticas de los atributos del liderazgo carismático, el 41.67% casi siempre y el 16.67% algunas veces, se debería poner en práctica estos atributos para incrementar los clientes y por ende las ventas.

Tabla 10

La Empresa establece buenas prácticas de conducta del Liderazgo.

	N	%	% válido	% acumulado
algunas veces	2	16,7	16,7	16,7
casi siempre	7	58,3	58,3	75,0
siempre	3	25,0	25,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

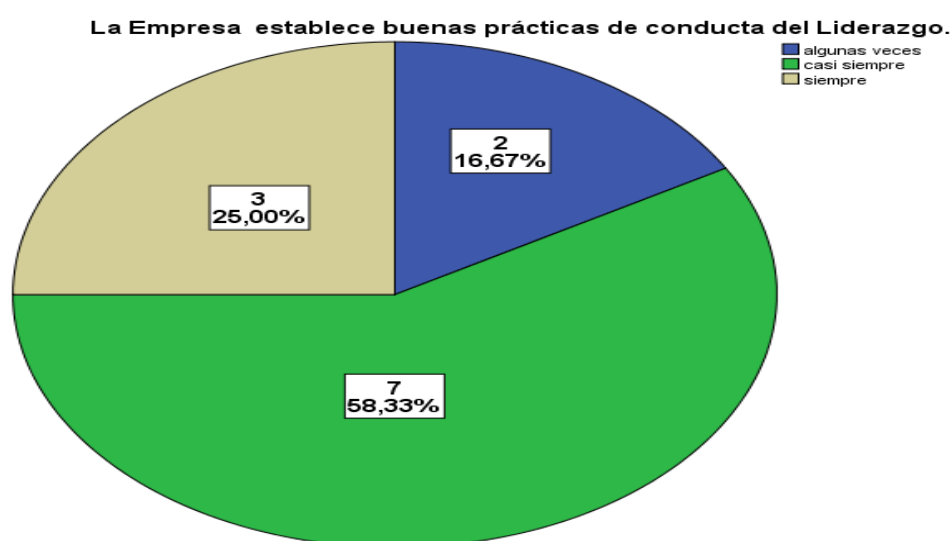


Figura 10

Interpretación: En la tabla y figura 10 La Empresa establece buenas prácticas de conducta del Liderazgo, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 58.33% casi siempre establece buenas prácticas de conducta del liderazgo, el 25.00% siempre y el 16.67% algunas veces, se debería poner en práctica la buena conducta del liderazgo para mejorar los procesos de atención e incrementar los clientes y por ende las ventas.

Tabla 11

La empresa promueve un clima organizacional favorable.

	N	%	% válido	% acumulado
algunas veces	1	8,3	8,3	8,3
casi siempre	7	58,3	58,3	66,7
siempre	4	33,3	33,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

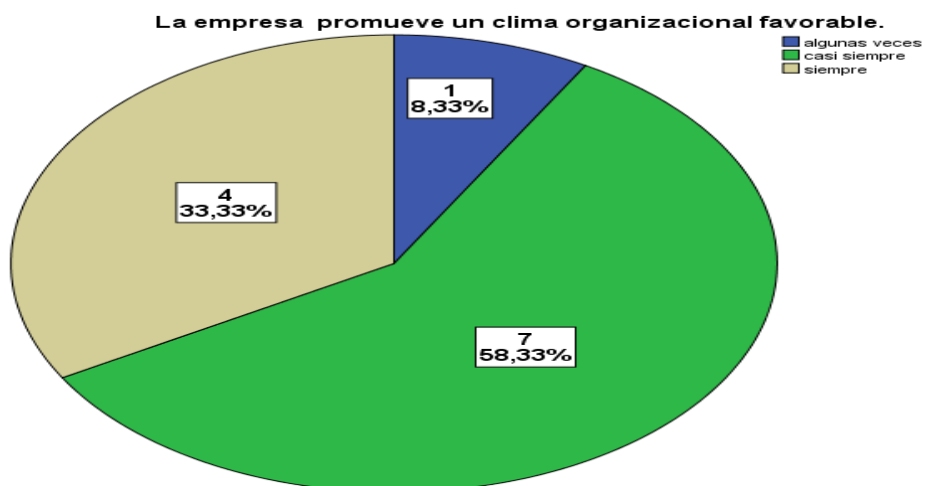


Figura 11

Interpretación: En la tabla y figura 11 La empresa promueve un clima organizacional favorable, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 58.33% casi siempre promueve un clima organizacional favorable, el 33.33% siempre y el 8.33% algunas veces, se debería promover un clima organización favorable, para obtener mejoras en el resultado del rendimiento del personal de la empresa.

Tabla 12

La empresa se enfoca en la satisfacción laboral, de todos los miembros de la organización.

	N	%	% válido	% acumulado
casi siempre	9	75,0	75,0	75,0
siempre	3	25,0	25,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

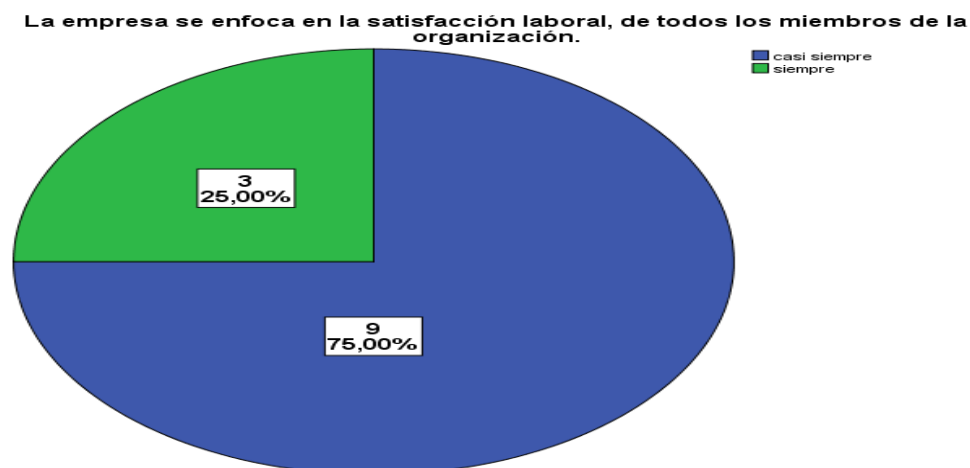


Figura 12

Interpretación: En la tabla y figura 12 La empresa se enfoca en la satisfacción laboral, de todos los miembros de la organización, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 75.00% casi siempre se enfoca en la satisfacción laboral de todos los miembros de la empresa, el 25.00% siempre, se debería enfocar en la Satisfacción laboral para de esta manera garantizar una buena producción de actividades por parte de los trabajadores de la empresa.

Tabla 13

La empresa ejerce buen trato de personal a todos los miembros de la organización.

	N	%	% válido	% acumulado
casi siempre	8	66,7	66,7	66,7
siempre	4	33,3	33,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

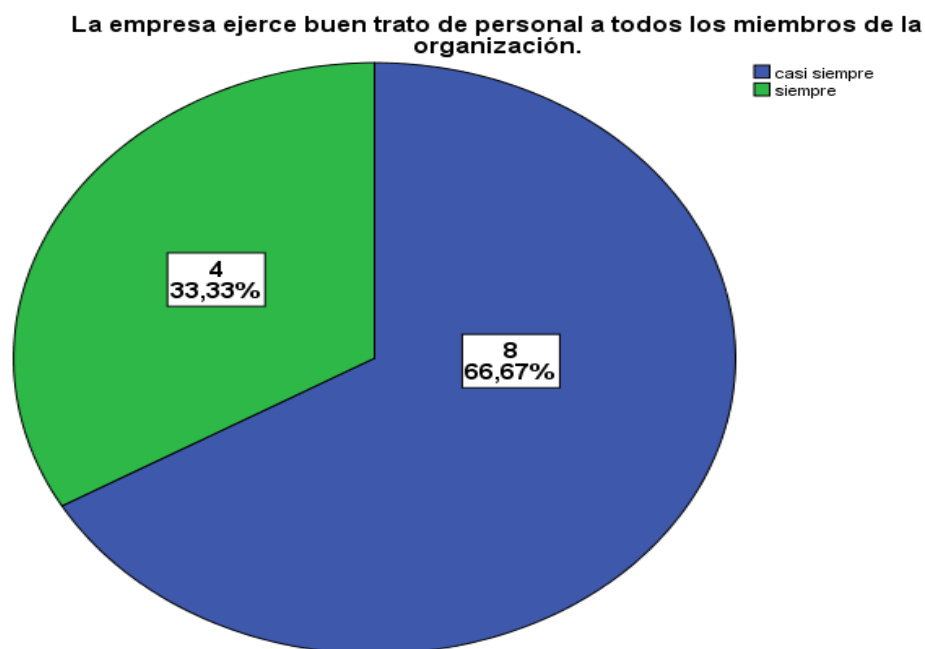


Figura 13

Interpretación: En la tabla y figura 13 La empresa ejerce buen trato de personal a todos los miembros de la organización, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 66.67% casi siempre ejerce buen trato de personal a todos los miembros de la organización, el 33.33% siempre, se debería ejercer buen trato al personal de la empresa para tener un buen clima de trabajo y de esa manera mejorar las actividades de la empresa y mejorar las ventas.

Tabla 14

La empresa brinda apoyo al personal en todo proceso de las actividades.

	N	%	% válido	% acumulado
algunas veces	1	8,3	8,3	8,3
casi siempre	6	50,0	50,0	58,3
siempre	5	41,7	41,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

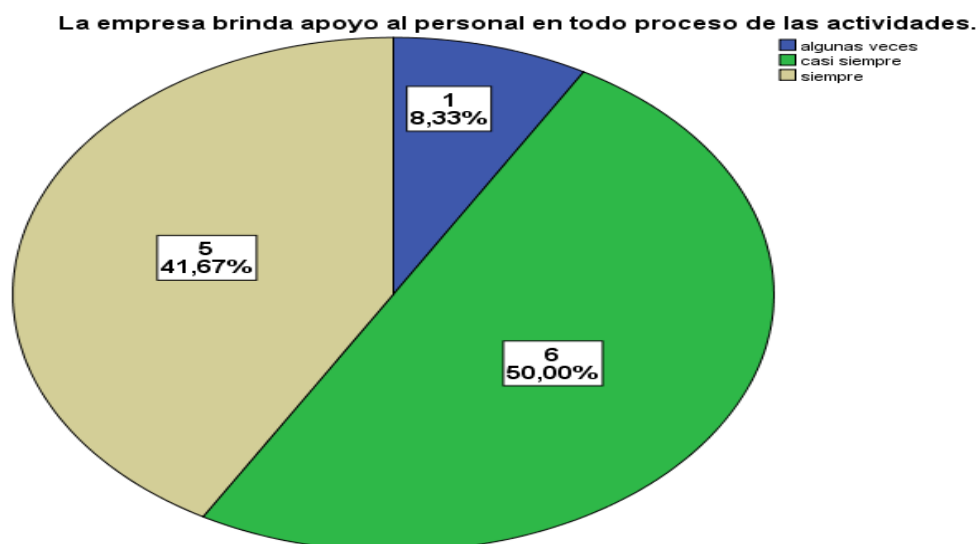


Figura 14

Interpretación: En la tabla y figura 14 La empresa brinda apoyo al personal en todo proceso de las actividades, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 50.00% casi siempre brinda apoyo al personal en todo proceso de las actividades, el 41.67% siempre, el 8.33% algunas veces, se debería brindar apoyo al personal en todo proceso de las actividades para garantizar el producto a ofrecer.

Tabla 15

La empresa aplica el buen uso del humor hacia el cliente.

	N	%	% válido	% acumulado
casi siempre	5	41,7	41,7	41,7
siempre	7	58,3	58,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

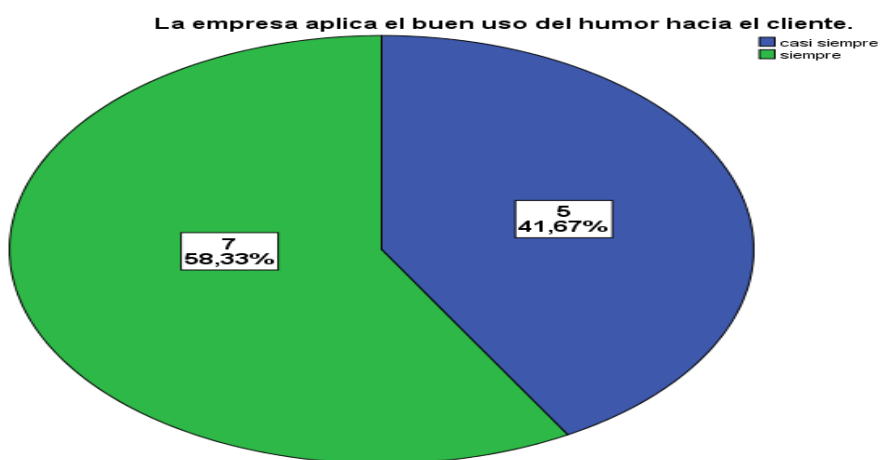


Figura 15

Interpretación: En la tabla y figura 15 La empresa aplica el buen uso del humor hacia el cliente, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 58.33% siempre aplica un buen uso del humor hacia el cliente, el 41.67% casi siempre, se debería aplicar un buen uso del humor al cliente para mantenerlos y ganar nuevos clientes garantizando las ventas de la empresa.

Tabla 16

La empresa desarrolla un buen manejo de los errores que se pudieran presentar en la organización.

	N	%	% válido	% acumulado
muy pocas veces	2	16,7	16,7	16,7
algunas veces	10	83,3	83,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

La empresa desarrolla un buen manejo de los errores que se pudieran presentar en la organización.

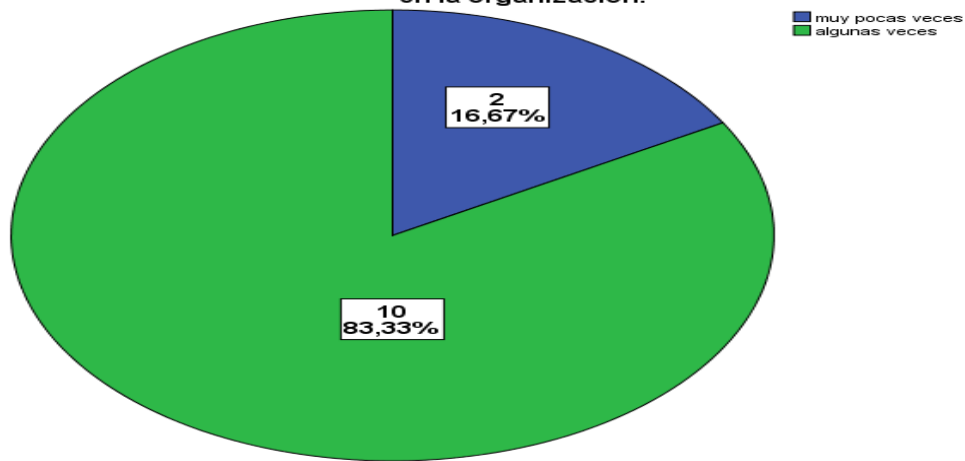


Figura 16

Interpretación: En la tabla y figura 16 La empresa desarrolla un buen manejo de los errores que se pudieran presentar en la organización, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 83.33% algunas veces desarrolla un buen manejo de los errores, el 16.677% muy pocas veces, se debería desarrollar un buen manejo de los errores para de esa manera tratar al cliente con amabilidad, respeto y calma.

Tabla 17

La Empresa promueve la participación activa de aperturas de puentes con otros ecosistemas.

	N	%	% válido	% acumulado
algunas veces	8	66,7	66,7	66,7
casi siempre	4	33,3	33,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

La Empresa promueve la participación activa de aperturas de puentes con otros ecosistemas.

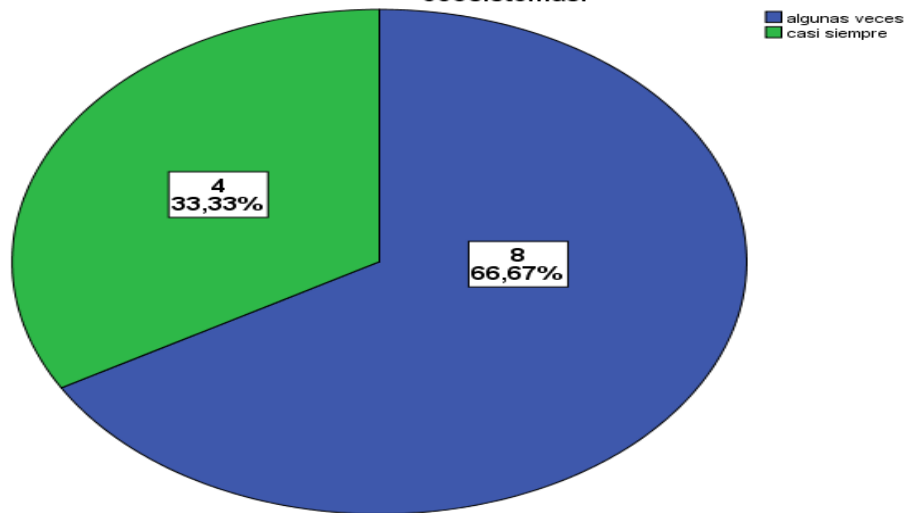


Figura 17

Interpretación: En la tabla y figura 17 La Empresa promueve la participación activa de aperturas de puentes con otros ecosistemas, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 66.67% algunas veces promueve la participación de aperturas de puentes con otros ecosistemas, el 33.33% casi siempre, se debería promover la participación con otros ecosistemas para de esa manera dar a conocer sus productos y desarrollar nuevas estrategias de ventas.

Tabla 18

La Empresa desarrolla el manejo de redes locales para el emprendimiento.

	N	%	% válido	% acumulado
algunas veces	7	58,3	58,3	58,3
casi siempre	4	33,3	33,3	91,7
siempre	1	8,3	8,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

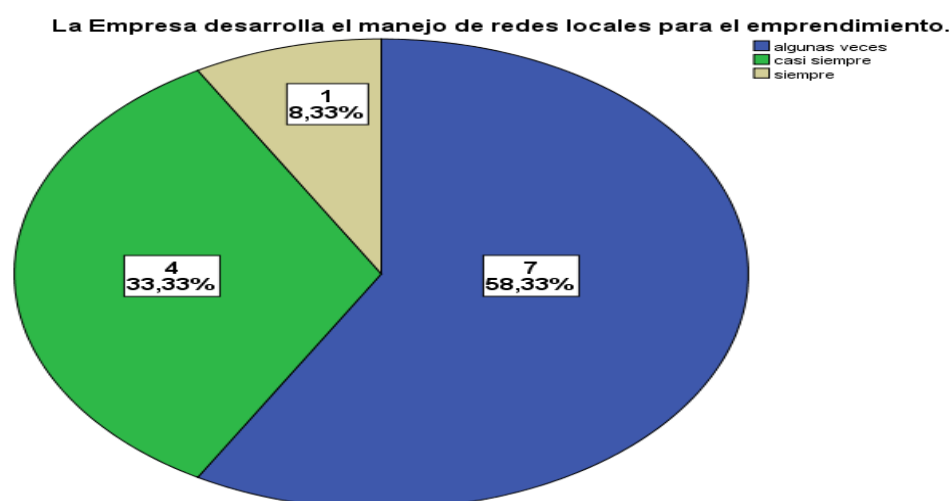


Figura 18

Interpretación: En la tabla y figura 18 La Empresa desarrolla el manejo de redes locales para el emprendimiento, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 58.33% algunas veces desarrolla el manejo de redes locales para el emprendimiento, el 33.33% casi siempre, el 8.33% siempre, se debería desarrollar el manejo de redes locales para el emprendimiento y así de esta manera estar conectados con los demás Mypes para garantizar el emprendimiento apoyándose mutuamente.

Tabla 19

La empresa obtiene los beneficios necesarios para la sostenibilidad económica.

	N	%	% válido	% acumulado
algunas veces	4	33,3	33,3	33,3
casi siempre	8	66,7	66,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

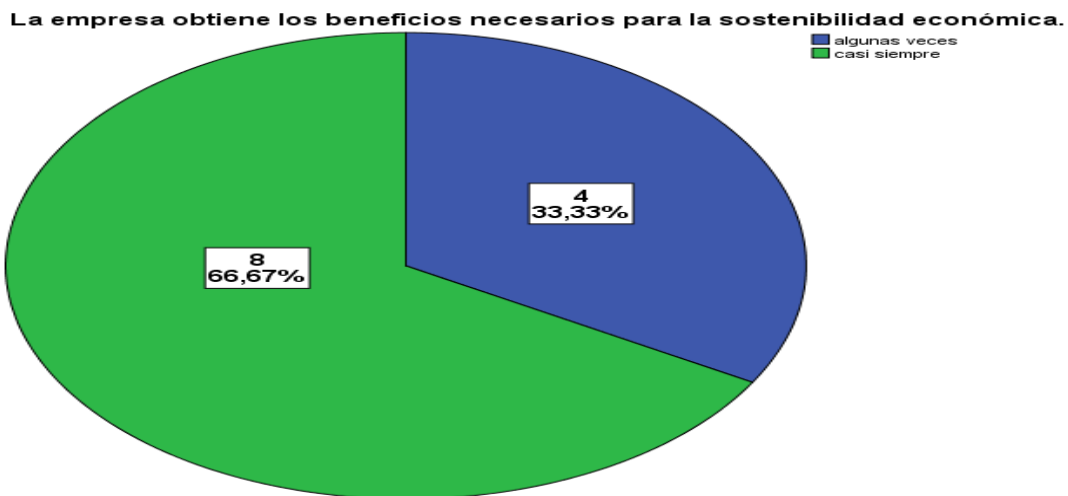


Figura 19

Interpretación: En la tabla y figura 19 La empresa obtiene los beneficios necesarios para la sostenibilidad económica, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 66.67% casi siempre obtiene los beneficios necesarios para la sostenibilidad económica, el 33.33% algunas veces, se debería obtener los beneficios necesarios para la sostenibilidad económica para tener la tranquilidad de emprender un negocio.

Tabla 20

La empresa ejecuta una adecuada inversión para generar rentabilidad a largo plazo.

	N	%	% válido	% acumulado
algunas veces	5	41,7	41,7	41,7
casi siempre	6	50,0	50,0	91,7
siempre	1	8,3	8,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

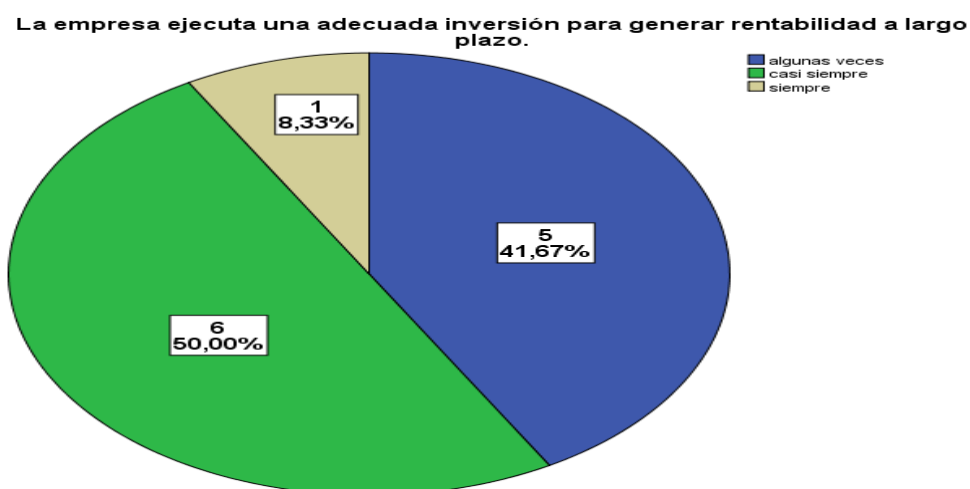


Figura 20

Interpretación: En la tabla y figura 20 La empresa ejecuta una adecuada inversión para generar rentabilidad a largo plazo, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 50.00% casi siempre ejecuta una adecuada inversión para generar rentabilidad a largo plazo, el 41.37% algunas veces, el 8.3% siempre, se debería ejecutar una adecuada inversión para generar rentabilidad a largo plazo para la sostenibilidad económica de la empresa.

Tabla 21

La Empresa promueve la práctica de una cultura ambiental en el emprendimiento.

	N	%	% válido	% acumulado
muy pocas veces	1	8,3	8,3	8,3
algunas veces	2	16,7	16,7	25,0
casi siempre	8	66,7	66,7	91,7
siempre	1	8,3	8,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio

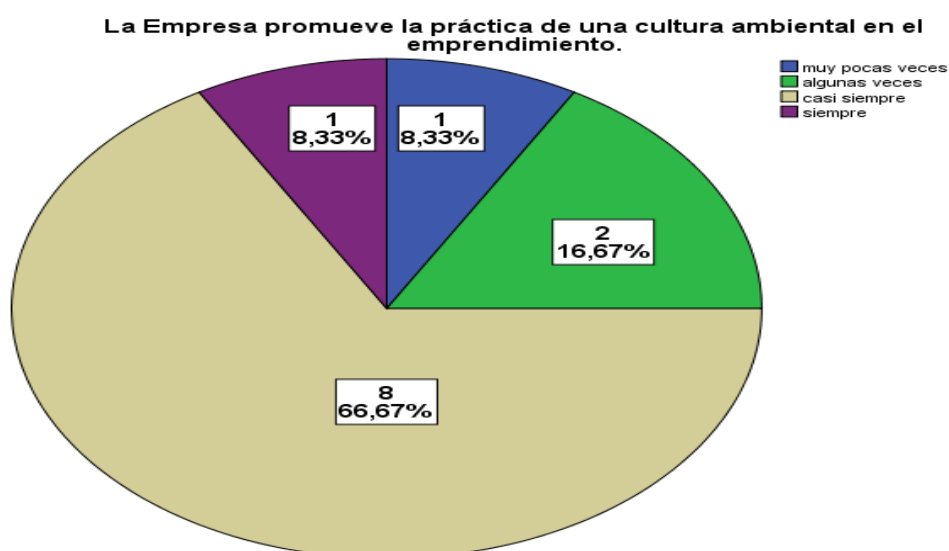


Figura 21

Interpretación: En la tabla y figura 21 La Empresa promueve la práctica de una cultura ambiental en el emprendimiento, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 66.67% casi siempre promueve la práctica de una cultura ambiental en el emprendimiento, el 16.67% algunas veces, el 8.3% siempre, el 8.33% muy pocas veces, se debería promover prácticas de cultura ambiental en el emprendimiento para trabajar en un ambiente sano cumpliendo con todo los estándares de limpieza y seguridad.

Tabla 22

La empresa ejecuta las normas ambientales para garantizar la calidad del ecosistema.

	N	%	% válido	% acumulado
algunas veces	2	16,7	16,7	16,7
casi siempre	10	83,3	83,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicados a los Representantes de las Mypes rubro comercio



Figura 22

Interpretación: En la tabla y figura 22 La empresa ejecuta las normas ambientales para garantizar la calidad del ecosistema, se observa que de los 12 representantes encuestados, el 83.33% casi siempre ejecuta las normas ambientales para garantizar la calidad del ecosistema, el 16.67% algunas veces, se debería ejecutar las normas ambientales para garantizar la calidad del ecosistema y así de esa manera contribuir con la salud y la vida de las personas.

4.2 Análisis de los resultados

a. Respecto de los representantes legales de las MYPES

Con respecto a la edad del encuestado tenemos en la (Tabla 1) y Figura 1, de los doce Representantes Legales encuestados, se observa el mayor número porcentual están entre los grupos de edades de 51 a más con el 75.00%, donde contrasta con Charqui (2016) que tiene un 25% de 46 a 51 años, y Naranjo (2019) nos muestra 16.3% en el grupo de 51 a más años, igualmente Gonzales (2019) tiene 25% en el grupo de 51 a más, y Valdivieso nos muestra 54.5% en el grupo de 51 a más, esto demuestra que la mayoría de las Mypes sector comercio – rubro venta de tubérculos en el distrito de Chancay, en el año 2020, están dirigidas por personas mayores, con experiencia, están capacitadas y tienen la posibilidad económica para llevar a cabo un negocio.

En la (Tabla 2) y Figura 2, Con respecto al estado civil del encuestado vemos que el 41.67% es conviviente, el 33.00% es casado, y el 25.00% es, esto nos dice que los casados son las personas que lideran las responsabilidades de dirigir una empresa.

Según la (Tabla 3) y Figura 3, Con respecto al género del encuestado tenemos que el 100.00% son masculinos, donde Charqui (2016) solo tiene el 33.00% de masculinos, Naranjo (2019) solo 38.15%, Gonzales (2019) un 25% de masculinos y Valdivieso (2020) tiene 55%. Apreciamos que se contrasta la información porcentual y que solo en Distrito de Chancay los representantes legales de las empresas son hombres.

Podemos observar en la (Tabla 4) y Figura 4, Con respecto al grado de instrucción de los encuestados, podemos ver que el 66.67% de encuestados

tienen estudios secundarios, donde Charqui (2016) tiene 37.5% Naranjo (2019) tiene 47.39%, Valdivieso (2020) tiene 55% y Gonzales (2019) nos muestra un 15%, por lo tanto, se observa que las Mypes en estudio están dirigidas en su mayoría por personas no profesionales a diferencia de los otros estudios que es proporcional.

Podemos observar en la (Tabla 5) y Figura 5, Con respecto a la formalidad de la empresa, podemos ver que el 91.67% son informales, donde contrasta totalmente con Charqui (2016) tiene 100.00% es formal.

Podemos observar en la (Tabla 6) y Figura 6, Con respecto al tipo de trabajadores de la empresa, podemos ver que el 100.00% es permanente, siendo esto importante para la sostenibilidad de la empresa.

Podemos observar en la (Tabla 7) y Figura 7, Con respecto a los años que tiene formada la empresa, podemos ver que el 75.00% de encuestados tienen más de 10 años de formada, Valdivieso (2020) tiene un 54.5% con más 7 años de formada la empresa y Gonzales (2019) nos muestra 50% con más de 7 años de formada la empresa, teniendo la experiencia suficiente para implementar mejoras del liderazgo y tener un emprendimiento sostenible.

Según la (Tabla 8) y Figura 8, Con respecto al número de trabajadores de la empresa tenemos que el 100.00% tiene de 1 a 5 trabajadores, Gonzales (2019) tiene un 75% de 1 a 5 trabajadores y Valdivieso (2020) nos muestra 36% de 1 a 5 trabajadores, siendo este resultado muy variable con respecto a la cantidad de trabajadores.

b. Respecto de la Mejora del Liderazgo de las MYPES

En la (Tabla 9) y Figura 9, Con respecto a que la empresa promueve prácticas de los atributos del liderazgo carismático vemos que el 41.67%

siempre promueve prácticas, el 41.67% casi siempre y 16.67% algunas veces, creemos que es importante promover estas prácticas al 100% para garantizar una atención de calidad y calidez, así mismo el compromiso de los trabajadores con la empresa.

En la (Tabla 10) y Figura 10, Con respecto a que la empresa establece buenas prácticas de conducta del liderazgo vemos que el 58.33% casi siempre, el 25.00% siempre y 16.67% algunas veces, vemos que Gonzales (2019) tiene un 75 % que cree en las buenas prácticas del liderazgo, creemos que es importante porque influye en el compromiso de los trabajadores al comprobar una actitud positiva y proactiva hacia el líder.

Según la (Tabla 11) y Figura 11, Con respecto a que la empresa promueve un clima organizacional favorable tenemos que el 58.33% casi siempre, el 33.33% siempre y el 8.33% algunas veces, del mismo modo Valdivieso (2020) tiene 9% siempre, 46% casi siempre, 36% a veces y 9% muy pocas veces, es importante porque incrementa la autoestima de los trabajadores y propicia gran confianza en ellos mismos para en buen desempeño de sus funciones.

Según la (Tabla 12) y Figura 12, Con respecto a que la empresa se enfoca en la satisfacción laboral, de todos los miembros de la organización tenemos que el 75.00% casi siempre, el 25.00% siempre, y More (2017) tiene un 100% siempre, también Valdivieso (2020) tiene 18% siempre, 36% a veces, 46% muy pocas veces, es importante porque resuelve problemas de mejora de la productividad y el compromiso de los trabajadores con la empresa.

Según la (Tabla 13) y Figura 13, con respecto a que la empresa ejerce buen trato de personal a todos los miembros de la organización, vemos que 66.7% casi siempre, 33.36% siempre, esto significa que el personal recibe un buen trato el cual estará reflejado en el buen desempeño de sus funciones y en la mejora de la productividad.

En la (Tabla 14) y Figura 14, con respecto a que la empresa brinda apoyo al personal en el proceso de las actividades, vemos que el 50.00% casi siempre, el 41.7% siempre y 8.33% algunas veces, así mismo Valdivieso (2020) tiene 20% casi siempre, 50% a veces y 30% muy pocas veces y tenemos que Gonzales (2019) tiene el 100% siempre apoya al personal, así mismo Valdivieso (2020) tiene 9% casi siempre, 27% a veces, 55% muy pocas veces y 9% nunca, sabemos que este apoyo no solo beneficia al trabajador, también a la empresa para posesionarse en el mercado.

En la (Tabla 15) y Figura 15, con respecto la empresa aplica buen uso de humor hacia el cliente, tenemos que el 58.3% siempre y el 41.7% casi siempre, Valdivieso (2020) tiene 36% casi siempre, este indicador es importante para obtener la satisfacción, y fidelización del cliente el cual nos permita tener mayores ventas.

En la (Tabla 16) y Figura 16, con respecto a la empresa desarrolla un buen manejo de los errores que se pudieran presentar en la organización, tenemos que el 83.3% algunas veces y el 16.7% muy pocas veces, esto nos indica que el personal no está en la capacidad de resolver errores y problemas ya que la empresa no ha considerado la importancia de implementar esta actividad.

c. Respeto de la Sostenibilidad de los Emprendimientos de las MYPES

En la (Tabla 17) y Figura 17, con respecto a la empresa promueve la participación activa de aperturas de puentes con otros ecosistemas, tenemos que el 66.7% algunas veces y el 33.3% casi siempre, vemos que la influencia de los factores medioambientales son importantes para los empresarios a la hora de crear una empresa, ha dado lugar a una nueva corriente de investigación que analiza como el conjunto de relaciones sociales del empresario son determinantes en el éxito de la creación y mantenimiento de las empresas.

Según la (Tabla 18) y Figura 18, con respecto a la empresa desarrolla el manejo de redes locales para el emprendimiento, vemos que el 58.3% algunas veces, el 33.3% casi siempre y el 8.3% siempre, sabemos que las redes locales son importantes porque se miden en términos de densidad, accesibilidad y diversidad, las redes pueden ser de familiares y amigos.

Según la (Tabla 19) y Figura 19, con respecto a la empresa obtiene los beneficios necesarios para la sostenibilidad económica, vemos que el 66.7% casi siempre y el 33.3% algunas veces, una empresa sostenible es aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, en su entorno general.

En la (Tabla 20) y Figura 20, con respecto a la empresa ejecuta una adecuada inversión para generar rentabilidad a largo plazo, tenemos que el 50% casi siempre, el 41.7 algunas veces y el 8.3 siempre, se explican los fundamentos del valor del dinero en el tiempo, manejo de presupuestos, inversiones en renta fija y renta variable, optimización de portafolios de

inversión, y la forma de lograr metas financieras de mediano y largo plazo mediante la aplicación adecuada de estos principios.

Según la (Tabla 21) y Figura 21, con respecto a la empresa promueve la práctica de una cultura ambiental en el emprendimiento, vemos que el 66.7 casi siempre, 16.7 algunas veces, 8.3% siempre y 8.3% muy pocas veces, así mismo vemos que Valdivieso (2020) tiene 46% muy pocas veces, 36% casi siempre y 18% a veces, vemos que todavía no existe una cultura ambiental a la hora de realizar un emprendimiento o que no es una de las prioridades de las empresas.

Según la (Tabla 22) y Figura 22, con respecto a la empresa ejecuta las normas ambientales para garantizar la calidad del ecosistema, vemos que el 83.3% casi siempre y el 16.7 algunas veces, así mismo Valdivieso (2020) tiene 46% muy pocas veces, 45% a veces y 9% siempre, vemos que todavía las empresas no cumplen con las normas establecidas y en la búsqueda de un beneficio económico ha tenido que ceder lugar al desarrollo de nuevos objetivos en el campo de la responsabilidad social, del cuidado del medio ambiente y la preservación de los recursos naturales.

V.- Conclusiones

A través del presente informe de investigación se llegó a concluir algunos aspectos importantes:

De acuerdo al Objetivo General:

Proponer las mejoras del liderazgo como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro venta de productos de tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019, se evidencio que gran parte de las Mypes en estudio cumplen con un rol importante en la variables de estudio como es el liderazgo, si bien es cierto no conocen los conceptos teóricos de lo que implica lo aplican de manera empírica y cotidiana, ya que forma parte de sus actividades diarias como empresa, vemos que la mayoría de los empresarios encuestados solo han cursado secundaria completa, pero eso no les limita para ser buenas personas y cumplir como líder dentro de su empresa, así mismo en la variable de sostenibilidad de los emprendimientos apreciamos que aún existe gran desconocimiento por parte de ellos y que tratan por todos los medios de permanecer en el rubro, muchas veces contando con préstamos bancarios a largo plazo y tratando de respetar en lo posible el ecosistema en el área de trabajo en el cual se desempeñan, optando por acceder a capacitarse ellos y su personal en cuanto al tema para mejorar su conocimiento y contar con la aceptación de sus clientes.

De acuerdo al primer objetivo:

En la mayoría de las Mypes se identificó factores relevantes del liderazgo para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos, se vio que las Mypes cumplen parcialmente con las prácticas de atributos del Liderazgo, del

mismo modo tienen establecidas las buenas prácticas de conducta del Liderazgo, del mismo modo se identificó un buen clima organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa, también se pudo apreciar el poco conocimiento y la importancia en la sostenibilidad de los emprendimientos, donde se refleja que en el sector hay muy poco conocimiento del empresario y trabajador, como empresas no se están tomando con la debida responsabilidad la sostenibilidad del emprendimiento, entonces vemos que la parte de liderazgo se está cumpliendo en gran parte de lo establecido en la investigación, sin embargo no podemos decir lo mismo de la sostenibilidad de los emprendimientos y este factor hace que los clientes en parte se pueden ahuyentar viendo esta deficiencia o falla que se hayan identificado en la empresa, y encuentran otra alternativa en la competencia abandonando la empresa, por lo tanto es importante identificar que la aplicación del liderazgo carismático es muy importantes ya que nos permita medir la satisfacción del cliente y el personal que labora, viéndose esto no solo reflejado en la calidad del producto, sino también por otros valores como la atención y servicios prestados.

De acuerdo al segundo objetivo:

En la mayoría de las Mypes se describió los factores relevantes referente a liderazgo para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos, vemos que las Mypes promueve la calidad de la atención a través de la orientación a la satisfacción al cliente, así como el buen uso del humor hacia el cliente siendo siempre empáticos con ellos, dándoles un buen trato, así mismo la empresa da un buen clima de trabajo en la organización, dando un trato amable al personal capacitándolos en los manejos de los errores que se pudieran presentar. Así mismo

el sector casi siempre oferta productos de calidad y con precios adecuados al mercado, siempre aplica estándares de limpieza y mantenimiento en el local. Con respecto a la sostenibilidad de los emprendimientos en el sector Comercio Rubro venta de productos tubérculos de la Provincia de Huaral, Distrito de Chancay año 2019, en la dimensión social vemos que algunas veces se promueve la participación activa de aperturas de puentes con otros ecosistemas así mismo no se aplican talleres de capacitación laboral para mantener el bienestar dentro de los propios miembros de la organización, también algunas veces se cuenta con plan de seguridad y salud ocupacional, y no se tiene programas de bienestar social laboral. En la dimensión algunas veces manejan redes locales para el emprendimiento, ósea que ellos mismos generan sus recursos para poder emprender y no ser dependientes. En la dimensión económica casi siempre obtiene los beneficios para la sostenibilidad económica contando con un plan de innovación a favor de la necesidad de la empresa y los trabajadores, así mismo casi siempre ejecuta una adecuada inversión para generar rentabilidad a largo plazo. Del mismo modo la dimensión ambiental casi siempre promueve las prácticas de una cultura ambiental en el emprendimiento, teniendo una adecuada y responsable de los recursos naturales en la actividad productiva.

De acuerdo al tercer objetivo:

La mayoría de las Mypes elaboran propuestas de mejoras liderazgo para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos. Los resultados que obtengamos a través de esta investigación permitirán mejorar la situación actual de la empresa, y a través de la aplicación de los factores básicos para mejorar el liderazgo de los emprendimiento ofertando un servicio de calidad, partiendo del conocimiento de que tan satisfechos se encuentran los clientes y sus trabajadores con las propuestas

de mejora del Liderazgo con el servicio brindado, por lo que permitirá mejorar en cuanto al atención y servicio ofrecido por la empresa para lograr así sus objetivos, alcanzar la excelencia, y así posicionarse aún más en el mercado. En ese sentido, esta investigación lo que busca es mejorar, ofreciendo una alternativa favorable que satisfaga a la empresa la cual pueda aplicar en bienestar de sus trabajadores y clientes, promoviendo que exista un plan de mejora del liderazgo el cual será compartido con todos los miembros de la empresa mediante un manual de procedimientos a cumplir, así mismo el propietario debe tener en cuenta que se aplique y promueva la sostenibilidad en los emprendimientos cumpliendo con las dimensiones sociales, económica y ambientales para dejar un mundo mejor, permitiendo su preservación para las necesidades futuras.

VI.- Recomendaciones

Es necesario que las empresas del sector comercio rubro venta de productos de tubérculos cumplan con lo siguiente:

- Fomentar propuesta de mejora continua del liderazgo para la sostenibilidad de los emprendimientos.
- Aplicar, una gestión de procesos estandarizados sobre los servicios que se ofrecen, logrando un mejor control de ellos, con el fin de implantar la mejora continua del liderazgo dentro de la empresa, los cuales deberán estar debidamente documentados.
- Aconsejar a los propietarios o administradores, que promuevan las prácticas de los atributos del liderazgo carismático
- Sugerir a los propietarios o administradores que establezcan buenas práctica de conducta del liderazgo.
- Encomendar a los propietarios o administradores que desarrollen un buen manejo de los errores que se pudieran presentar en la organización.
- Promover la participación activa de aperturas de puentes con otros ecosistemas.
- Asistir a ferias Regionales, Nacionales e Internacionales para difundir y vender sus productos.
- Usar las redes sociales, para publicitar los servicios y productos que ofrece la empresa.
- Desarrollar el manejo de redes locales para el emprendimiento.

- Ejecutar una adecuada inversión para generar rentabilidad a largo plazo.
- Promover la capacitación del personal hacia la dimensión de sostenibilidad social, económica y ambiental factores muy importantes para la continuidad de los emprendimientos.

Referencias bibliográficas

- Alba F. (2019) en su tesis Contribución a la mejora del macro proceso de comercialización de mercancías en la Unidad Empresarial de Base AT Comercial Centro, (tesis de grado) Universidad Central “Martha Abreu” de las Villas.
- Antonakis, J.-Cianciolo, A.-Sternberg, R. (2004): El Liderazgo de la Naturaleza Oaks: Sage Publications
- Arana, M., Portocarrero, R. & Osorio, D. (2020), en su investigación, “*Propuesta estratégica para la sostenibilidad de una empresa en la industria de lácteos orgánicos. Caso de estudio: VACAS FELICES. Periodo 2020-2023*”, (tesis pre grado), Pontificia Universidad Católica del Perú Facultad de Gestión y Alta Dirección – Lima - Perú
- Arveson P, (2010), Crónicas de mejora continua, blogs EOI (Escuela de Organización Industrial).
- Bambague A. (2016), en su investigación “*Liderazgo Empresarial en Función de la Responsabilidad Social Empresarial* (tesis pre grado), Universidad Militar Nueva Granada de Colombia.
- Barcellos (2010), *Modelos de Gestión Aplicados a la Sostenibilidad Empresarial. (Tesis Doctoral)*, Universidad de Barcelona - España
- Barrow (1977, citado por Chelladurai, 1984)
- Bass, B. (1985) “Liderazgo y desempeño más allá de las expectativas”. *Editor: Collier Macmillan ISBN: 0029018102.*
- Behar, D. (2008). Metodología de la investigación. (A. Rubeira, Ed.) Santiago de Cuba, Cuba: Shalom.
- Boletín del Estudio de Rentabilidad LA PAPA- PROSAAMER-Año 1- N°1 Lima – Perú Mayo, 2008-*
- https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/herramientas/boletines/boletin%20papa_chancay_huaral.pdf).

Camacho A. (2013.), *Metodológica para el diseño e implementación del Sistema de Gestión Logística en Comercializadoras Mayoristas de productos para el Turismo. Caso: ITH Villa Clara* (Tesis de Maestría), Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas.

Carrillo I. (2002) "Prácticas Comerciales y Documentación". 24 Edición. México, D.F. Edit. Banca y Comercio, S.A.de C.V., 2002. p. 30

Casson (1982). (Rodríguez.2009).

Castro, L. (2019), en su investigación "*Caracterización de la Capacitación y el Liderazgo de las Mype rubro pollerías de la urbanización Ignacio Merino de Piura, año 2017*", (tesis pre grado), Universidad Católica Los Ángeles Chimbote – Piura – Perú.

Comisión Mundial del Medio Ambiente 1987

Charqui, R. (2016), en su investigación "*Caracterización del Liderazgo participativo en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas al por menor de alimentos, bebidas y tabaco (abarrotes) del mercado central del Distrito de Huaraz, 2015*", (tesis pre grado), Universidad Católica Los Ángeles Chimbote – Huaraz.

Chiavenato, E. (1995) *Administración de Recursos Humanos*. México: Mc Graw Hill,

Crals & Vereck, (2005), *La asequibilidad de la certificación de emprendimiento sostenible para pymes*,

Elorduy Taubmann, J.M. (1998) *Manual de la eficacia*. España: Editorial Evergráficas S.L Empresas, *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, vol. XIV, núm. 1, junio, 2006, p. 118-134 Universidad Militar Nueva Granada Bogotá, Colombia.

Garcia F, (14 de Abril 2019), *Liderazgo, 10 reglas del éxito*, pp.110-113)

Gil y Barcellos (2011), a partir de Elkington (1994). *La Sostenibilidad Empresarial*

Gil, M. (2013). *Cómo Crear y Hacer Funcionar una Empresa*. Escuela Superior de

Gestión Comercial y Marketing. España. ESIC Editorial.

Gonzales A. (2019), *Gestión de calidad con el uso del liderazgo y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hostales, distrito de la Esperanza, Trujillo 2018*, (tesis de grado), Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Hurtado R. (2017), *El liderazgo empresarial y su impacto en la Continuidad de la empresa familiar en el sector de Curtiembre de la ciudad de Ambato*. (Tesis de maestría), Universidad Técnica de Ambato – Ecuador 2017.

Justin g. Longenecker 2002. Administración de pequeñas empresas Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras © D.R. 2010 por Cengage Learning Editores, S.A.de C.V., una Compañía de Cengage Learning, Inc.Corporativo Santa FeAv. Santa Fe núm. 505, piso 12Col. Cruz Manca, Santa FeC.P. 05349, México, D.F.

Kotler P, Kartajaya H. (2010), *Mercadeo 3.0 A partir de productos a los clientes al Espíritu Humano*, Derechos de autor e Iwan Setiawan. Todos los derechos reservados, Publicada por John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, Nueva Jersey. Publicado simultáneamente en Canadá.

Kotler P, Armstrong G - 2013 - hesge.ch Marketing

León J, (03 de Setiembre del 2018), Perú produciría 4.77 millones de toneladas de papa en la campaña 2018/2019, Recuperado de <https://agraria.pe/noticias/peru-produciria-477-millones-de-toneladas-de-papa-17359>).

Levinsohn, (2011), *Emprendimiento Sostenible y Significativo*.

Ley N° 28015, (2003) *Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa*.

Longenecker J, Hoy F, Palich L, Petty W, (2012), *Administración de pequeñas Empresas: Lanzamiento y Crecimiento de Iniciativas de Emprendimientos*, © D.R. 2012 por Cengage Learning Editores, S.A. de C.V., una Compañía de Cengage Learning, Inc. Corporativo Santa Fe, Av. Santa Fe núm. 505, piso 12,

Col. Cruz Manca, Santa Fe, C.P. 05349, México, D.F. Cengage Learning® es una marca registrada usada bajo permiso.

Lüdeke-Freund et al., (2018), Grupo de Análisis para el Desarrollo, GRADE Av. del Ejército 1870, San Isidro, Lima).

Martínez, 1995, (p. 116) Liderazgo Transformacional

Medina, C. y Mauricci, G. (2014), *Factores que influyen en la rentabilidad por línea de negocio en la clínica Sánchez Ferrer en el periodo 2009 – 2013*, (tesis pre grado), Universidad Privada Antenor Orrego Trujillo -Perú

Medina, J. (2019), en su investigación “*Caracterización del Liderazgo y la Competitividad de las Mype rubro abarrotes mercado de Castilla Piura, año 2019*” (tesis pre grado), Universidad Católica Los Ángeles Chimbote – Piura – Perú.

Méndez R. (1999) Técnicas de Recolección de Datos

MICHAEL E AUTOR HANNA, Ralph M. Stair, Michael E. Hanna (2006) Tipo de Investigación.

More, E. (2017), *Caracterización del Liderazgo y la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas elaboración y venta de chifles en el Distrito de Sullana año 2017*”, (tesis pre grado), Universidad Católica Los Ángeles Chimbote – Sullana – Perú.

Mullins J, Walker Jr. O, Larréché J, (2007) Administración de marketing Un enfoque en la toma de estrategia de decisiones, derechos reserv ADOS© 2007 respecto a la primera edición en español porMcGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, SA DE CV Una subsidiaria de El McGraw-Hill Companies, Inc. Corporativo Punta Santa Fe Prolongación Paseo de la Reforma 1015, Torre A Pisos 16 y 17, Colonia Desarrollo Santa Fe, Delegación Álvaro Obregón CP 01376, México, D. F. Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Reg. Núm. 73

Namakforoosh, M. (2000), Metodología de la Investigación, Editorial Limusa S.A

de C.V, Grupo Noriega Editores, Balderas 95, México DF, p.75).

Naranjo, M. (2019), en su investigación *“Factores críticos en la sostenibilidad de los emprendimientos en el Cantón Echeandía, Provincia Bolívar, año 2019,* (tesis pre grado), Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Rincón Igea, D. & Rincón Igea, B. (2000). Revisión, planificación y aplicación de mejoras. *Revista Interuniversitaria del Profesorado*, 39, 51 – 73

Ríos G. (2007) en su tesis *“distribución y variabilidad de Ralstonia solanacearum E.F. Smith, agente causal demarchitez bacteriana en el cultivo de papa (solanum tuberosum l), en tres departamentos del norte de Nicaragua (Estelí, Matagalpa y Jinotega),* (tesis de grado), Universidad Nacional Agraria facultad de Agronomía departamento de protección Agrícola y Forestal.

Robleto, S. (2017), en su investigación *“El cambio de liderazgo en una empresa familiar”,* (tesis de maestría), Universidad de Buenos Aires Facultad de Ciencias Económicas Escuela de Estudios de Posgrado-Argentina

Shepherd & Patzelt, (2011), El nuevo campo del espíritu empresarial sostenible: estudio de la acción empresarial vinculando “lo que se debe sostener” con “lo que se debe desarrollar”, 1042-2587, © 2010 *Baylor University*.

Shepherd, D. y Patzelt, H. (2011). El nuevo campo del emprendimiento sostenible: Estudiar la acción emprendedora vinculando "lo que se debe sostener" con "Qué se va a desarrollar". *Teoría y práctica del espíritu empresarial*, 35 (1), 137-163. doi: 10.1111 / j.1540-6520.2010.00426.x

Uladech (2016). Código de ética para la investigación. Versión 001. Chimbote, Perú. Recuperado de <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2016/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v001.pdf>.

Urdiales F. (2018), en su investigación *“La gestión Administrativa de los recursos económicos y su incidencia en la sostenibilidad de las empresas pymes comerciales en la ciudad de Machala,* (Tesis de Maestría), Universidad Católica de Santiago de Guayaquil – Ecuador 2018.

Valdivieso G. (2020) en su investigación *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la Sostenibilidad de los emprendimientos en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huaral, 2019*, (tesis de grado), Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Valdivia L. (2018) en su investigación *Gestión de calidad con liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del rubro extracción de piedra, arena y arcilla del Distrito de Huaraz, 2017*, (tesis de grado), Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Vásquez J. (2014) en su investigación *“Diseño de un Sistema basado en tecnología Web para el control y gestión de venta de unidades móviles”* (tesis de grado) UNCP.

Anexo

Anexo 1: Cronograma de actividades

N°	ACTIVIDADES	2020												2021			
		OCTUBRE			NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Inicio del taller de tesis	X															
2	Elaboración de proyecto de tesis	X	X	X	X	X											
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación							X									
4	Trabajo de campo, (recolección de datos)								X	X	X	X					

5	Análisis de los resultados											X				
6	Elaboración del Informe											X	X			
7	Aprobación del informe de tesis												X	X		
8	Elaboración del Artículo Científico													X		
9	Aprobación del Artículo Científico													X		
10	Elaboración de la ponencia													X		
11	Pre banca														X	
12	Levantamiento de las observaciones														X	
13	Sustentación del Informe de Tesis															X
14	Cierre de taller															X

Anexo 2: Presupuesto

DESCRIPCION	CANTIDAD	Costo Unitario S/.	COSTO TOTAL S/.
Equipos			
-Laptop	01	1500.00	1,500.00
-Usb	01	15.00	15.00
Subtotal			1,515.00
Materiales			
-Lapiceros y lápices	10	1.00	10.00
-Papeles boom	500 hojas	13.00	13.00
Subtotal			23.00
Servicios			
-Impresiones	800	0.20	160.00
-Internet	82 horas	1.00	82.00
-Copias y escaneos	200	0.10	20.00
-Movilidad	20 veces	2.00	40.00
-Almuerzo	20 veces	8.00	160.00
-Desayuno	20 veces	8.00	160.00
-Cena	20 veces	5.00	100.00
Subtotal			722.00
TOTAL			2,260.00

Anexo 3 Instrumento de Recolección de datos

CUESTIONARIO

HOJA DE ENCUESTA UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DEL LIDERAZGO PARA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO - RUBRO VENTA DE PRODUCTOS DE TUBÉRCULOS EN EL DISTRITO DE CHANCAY, PROVINCIA DE HUARAL, 2019

Instrucciones:

El presente cuestionario tiene como propósito fundamental reunir información sobre la propuesta de mejora del liderazgo como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las Mypes del sector comercio, rubro venta de productos de cereales y tubérculos, del distrito de Chancay, provincia de Huaral, 2019. El cuestionario es anónimo y la información recaudada será utilizada únicamente para fines académicos y se garantiza estricta confidencialidad.

I. SOBRE LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRESARIOS DE LAS MYPES

Marque Ud. con una X

1.- ¿Cuántos años tiene Ud.?

De 20 a 30 ()

De 31 a 40 ()

De 41 a 50 ()

Más de 51 ()

2.- ¿Cuál es su estado civil?

Soltero ()

Casado ()

Conviviente ()

3.- Genero del Encuestado

Masculino ()

Femenino ()

4.- Grado de Instrucción

Primaria ()

Secundaria ()

Superior No Universitaria ()

Universitaria ()

Otros ()

II. SOBRE LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA:

5.- ¿Su empresa es formal?

Si () No () En trámite ()

6.- ¿Tipos de trabajadores que trabajan en la empresa?

Eventual () Permanente ()

7.- ¿Cuántos años tiene de Formada la Empresa?

Menor de un año () De 1 a 5 años () De 6 a 10 años () más de 10 años ().

8.- ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

De 1 a 5 () más de 6 ()

III.- Propuesta de Mejora del Liderazgo como factor relevante para la Sostenibilidad de los Emprendimientos

En el siguiente cuadro marcar con una equis "X" según corresponda teniendo en cuenta la escala de calificación que aparece en la parte superior derecha del cuadro.

La escala de calificación es la siguiente:

1	=	Nunca
2	=	Muy pocas veces
3	=	Algunas veces
4	=	Casi Siempre
5	=	Siempre

EL LIDERAZGO					
DIMENSIÓN: INFLUENCIA IDEALIZADA O CARISMA	1	2	3	4	5
9.- La Empresa promueve las prácticas de los atributos del Liderazgo carismático.	1	2	3	4	5
10.- La Empresa establece buenas prácticas de conducta del Liderazgo.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: INSPIRACIÓN MOTIVACIONAL	1	2	3	4	5
11.- La empresa promueve un clima organizacional favorable.	1	2	3	4	5
12.- La empresa se enfoca en la satisfacción laboral, de todos los miembros de la organización.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: CONSIDERACIÓN INDIVIDUAL	1	2	3	4	5
13.- La empresa ejerce buen trato de personal a todos los miembros de la organización.	1	2	3	4	5
14.- La empresa brinda apoyo al personal en todo proceso de las actividades.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: TOLERANCIA PSICOLÓGICA	1	2	3	4	5
15.- La empresa aplica el buen uso del humor hacia el cliente.	1	2	3	4	5
16.- La empresa desarrolla un buen manejo de los errores que se pudieran presentar en la organización.	1	2	3	4	5
SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS					
DIMENSIÓN: SOCIAL	1	2	3	4	5
17.- La Empresa promueve la participación activa de aperturas de puentes con otros ecosistemas.	1	2	3	4	5
18.- La Empresa desarrolla el manejo de redes locales para el emprendimiento.	1	2	3	4	5

DIMENSIÓN: ECONÓMICA	1	2	3	4	5
19.- La empresa obtiene los beneficios necesarios para la sostenibilidad económica.	1	2	3	4	5
20.- La empresa ejecuta una adecuada inversión para generar rentabilidad a largo plazo.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: AMBIENTAL	5	4	3	2	1
21.- La Empresa promueve la práctica de una cultura ambiental en el emprendimiento.	1	2	3	4	5
22.- La empresa ejecuta las normas ambientales para garantizar la calidad del ecosistema.	1	2	3	4	5

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION



Mgtr. Simón Poma Ancasi
DTI de la Carrera Profesional de Administración
Filial Lima



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Anexo 4

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTAS

(Administración)

La finalidad de este protocolo en Administración, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula, propuesta de mejora del liderazgo para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro venta de productos cereales y tubérculos del distrito de Chancay, provincia de Huaral, 2019, y es dirigido por Paulina Dora Alarcón Salas, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es:

Proponer las mejoras del liderazgo como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro venta de productos de tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019?

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de paulina_alarcon19@hotmail.com, o al número 939464826. Si desea, también podrá escribir al correo rectorado@uladech.edu.pe., para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre:

Fecha:

Correo electrónico:

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

Anexo 5: Propuesta de Mejora

Título:

Implementación de técnicas de mejoras del liderazgo y sostenibilidad de los emprendimientos.

Introducción:

Proponer las mejoras del Liderazgo como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro venta de productos de tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019, se evidencio que gran parte de las Mypes en estudio cumplen con un rol importante en la variables de estudio como es el liderazgo, si bien es cierto no conocen los conceptos teóricos de lo que implica lo aplican de manera empírica y cotidiana, ya que forma parte de sus actividades diarias como empresa, vemos que la mayoría de los empresarios encuestados solo han cursado secundaria completa, pero eso no les limita para ser buenas personas y cumplir como líder dentro de su empresa, así mismo en la variable de sostenibilidad de los emprendimientos apreciamos que aún existe gran desconocimiento por parte de ellos y que tratan por todos los medios de permanecer en el rubro, muchas veces contando con préstamos bancarios a largo plazo y tratando de respetar en lo posible el ecosistema en el área de trabajo en el cual se desempeñan, optando por acceder a capacitarse ellos y su personal en cuanto al tema para mejorar su conocimiento y contar con la aceptación de sus clientes.

Objetivos:

Proponer mejoras en las estrategias y herramientas con todos los pasos y métodos del proceso del Liderazgo carismático Describir los factores relevantes de

atención al cliente para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de producto de tubérculo del Distrito de Chancay, provincia de Huaral, 2019.

Antecedentes

Esta propuesta de mejora se justificara en beneficio de las 12 Mypes, ya que dará solución favorable para que los microempresarios empleen un liderazgo carismático para el buen manejo de su empresa y de sus trabajadores y tener en cuenta los 7 elementos sociales, económico y ambientales para promover la sostenibilidad de las empresas del sector comercio, rubro venta de productos de tubérculos del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2019.

Esta propuesta nos ayudara a que los empresarios puedan enfatizar y promover el Liderazgo carismático como factor relevante de la de sostenibilidad de los emprendimientos, haciendo uso de todos los pasos del proceso a realizar.

Alcances:

Este direccionado a los 12 micros y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta de producto de tubérculo del Distrito de Chancay, provincia de Huaral, 2019.

Recursos:

Humanos y Materiales

Misión y Visión

Misión:

Contar con estrategias y herramientas con todos los pasos y métodos del proceso del Liderazgo carismático Describir los factores relevantes de atención al cliente para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en los micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de producto de tubérculo del Distrito de Chancay, provincia de Huaral, 2019.

Visión:

Llegar a ser una empresa ejemplar en Liderazgo empresarial que cuente con las herramientas necesarias para cumplir con los pasos y métodos solicitados para el cumplimiento de las sostenibilidad de los emprendimientos, en los micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de producto de tubérculo del Distrito de Chancay, provincia de Huaral, 2019.

FODA

Análisis Interno:

Fortalezas

- Herramientas Tecnológicas
- Ubicación en el mercado
- Posicionamiento en el mercado
- Publicidad
- Marketing
- Fuerza de ventas

Debilidades

- Conocimiento empírico en la aplicación de las herramientas de liderazgo y sostenibilidad de los emprendimientos.

- Falta de motivación en la fuerza de ventas
- Poco Seguimiento post venta
- Falta de Capacitación
- Recursos humanos no capacitados.

Análisis Externo:

Oportunidades

- Sistema de financiamiento para el emprendimiento sostenible
- Asistir a Ferias y mercados mayoristas para ampliar su red de distribución.
- Capacitación al personal de la empresa en los temas de liderazgo y emprendimiento sostenible.
- Mayor accesibilidad a mercados mayoristas
- Reuniones de concientización del liderazgo y sostenibilidad de los emprendimientos al personal de la empresa
- Convenios empresariales para aumentar las ventas
- Fidelización del cliente.

Amenazas

- Poco conocimiento de las actividades de liderazgo y sostenibilidad de los emprendimientos
- Alto índice de personas sin compromisos con la empresa
- Falta de créditos financieros para la sostenibilidad de los emprendimientos
- Lugar de trabajo inapropiado, por el lugar y espacio.

Métodos:

Planteamos utilizar varios procesos para promover el plan de mejora del liderazgo y la sostenibilidad de los emprendimientos en el sector comercio venta de productos de tubérculos en el Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, 2020.

Algunos de los microempresarios manifiestan que los procedimientos de liderazgo y sostenibilidad de los emprendimientos, son a veces considerados en las actividades diarias realizadas por la empresa y están dando resultados positivos, teniendo muy pocos conocimientos de las herramientas a utilizar, sin embargo, se puede expresar que en el sector Comercio rubro venta de productos tubérculos casi siempre se realiza actividades de liderazgo, a veces se capacita al personal para brindar un mejor servicio en atención al cliente, donde a veces se aplican actividades de sostenibilidad de los emprendimientos. En el sector muy pocas veces se conoce de estas actividades que sirven para mejorar y obtener mejores resultados en las ventas de sus productos, para lo cual hemos propuesto lo siguiente:

- Identificación de las áreas a mejorar
- Detectar las principales causas de los problemas
- Elaboración de un objetivo rápido y claro
- Seleccionar las acciones de mejora
- Planificación del plan de mejoras
- Problemas que podrían presentarse para la implementación del plan
- Plazo de implementación
- Impacto en la MYPE
- Seguimiento del plan

Acciones:

Problemas Encontrados

- ✓ Falta de promoción de prácticas de atributos de liderazgo carismático
- ✓ Falta de buenas conductas del liderazgo
- ✓ Poco fomento de un clima de trabajo favorable
- ✓ No cumple con buen trato al personal de la empresa
- ✓ No brinda apoyo al personal
- ✓ No aplica buen uso del humor hacia el cliente
- ✓ No desarrolla un buen manejo de los errores en la empresa
- ✓ No promueve la participación activa de aperturas de puentes con otros ecosistemas.
- ✓ Escaso desarrollo en el manejo de redes locales para el emprendimiento.
- ✓ No obtiene los beneficios necesarios para la sostenibilidad económica.
- ✓ Falta ejecutar una adecuada inversión para generar rentabilidad a largo plazo.
- ✓ Falta promover la práctica de una cultura ambiental en el emprendimiento.
- ✓ No empresa ejecuta las normas ambientales para garantizar la calidad del ecosistema.

Plan de Mejora: Acciones de propuestas de mejora

- ✓ Fomentar propuesta de mejora continua del liderazgo para la sostenibilidad de los emprendimiento, mediante capacitaciones periódicas a los trabajadores, así mismo supervisiones y seguimientos de las actividades diarias de la empresa, tratando que todo el personal esté involucrado en las actividades propuestas.
- ✓ Aplicar, una gestión de procesos estandarizados sobre los servicios que se ofrecen, logrando un mejor control de ellos, con el fin de implantar la mejora continua del liderazgo dentro de la empresa, los cuales deberán estar debidamente documentados, para esto tenemos que identificar y definir nuestros procesos cuantificándolos y conociendo a fondo cada uno de ellos, tal es así que nos permita tener supervisiones del cumplimiento de ellos.
- ✓ Recomendar a los propietarios o administradores, que promuevan las prácticas de los atributos del liderazgo carismático, esto se haría primeramente convencer y capacitar al representante de la empresa de las ventajas que obtendría si utilizara estos atributos en su personal, se obtendrían mejores resultados en su producción.
- ✓ Recomendar a los propietarios o administradores que establezcan buenas práctica de conducta del liderazgo, incidir que con implementar estas actividades mejoraría la producción, las ventas y las ganancias.
- ✓ Recomendar a los propietarios o administradores que desarrollen un buen manejo de los errores que se pudieran presentar en la organización, esta actividad sería importante que desarrollen para mejorar el producto a vender y tener un trato interpersonal, esto se haría mediante capacitaciones

y/o conversatorios personales a los miembros de la empresa para que se concienticen en la importancia de esta actividad.

- ✓ Promover la participación activa de aperturas de puentes con otros ecosistemas, esto se haría promoviendo la transparencia de los productos en calidad y precios, así mismo fomentar la participación activa de todos los miembros del rubro de venta de tubérculos.
- ✓ Asistir a ferias Regionales, Nacionales e Internacionales para difundir y vender sus productos, primero organizarse con todos los empresarios de su comunidad o zona de venta, para asistir en grupos grandes y llevar sus mejores productos, para esto todos tiene que conocer que las ferias son mercados vivos de operaciones comerciales ya que es un medio de marketing para el producto a vender y tener en cuenta que sus productos serán exhibidos y vistos por otros mercados, regionales, nacionales e internacionales.
- ✓ Usar las redes sociales, para publicitar los servicios y productos que ofrece la empresa, capacitarse e implementar actividades informáticas que les permita llegar a más gente y de esa manera ofrecer y promocionar sus productos
- ✓ Desarrollar el manejo de redes locales para el emprendimiento, establecer medios para contactar algunas redes locales, las redes de emprendedores actuales pueden ser de dos formas. Pueden disponer de un espacio físico al que los emprendedores acuden para colaborar unos con otros, de forma similar al funcionamiento de una empresas, pero también pueden ser virtuales a través de una plataforma online o app que permita a los interesados estar en contacto entre sí y apoyarse mutuamente, muchos de

ellos pueden utilizar, bancos, cajas municipales, cooperativa, amigos y familiares para sus emprendimientos.

- ✓ Ejecutar una adecuada inversión para generar rentabilidad a largo plazo, primeramente se debe realizar un estudio de mercado, investigar, evaluar si la inversión a realizar es productiva para obtener ganancias a largo plazo o no, y tener mucha cautela y desconfianza a la hora de invertir.
- ✓ Promover la capacitación del personal hacia la dimensión de sostenibilidad social, económica y ambiental factores muy importantes para la continuidad de los emprendimientos, la empresa debe de contar con un plan de capacitación continua en todos los procesos de mejoras de liderazgo y sostenibilidad de los emprendimientos con sus respectivas certificación y que esta sea una política de la empresa, ya que los beneficios serian reflejados en una buena calidad de producto, buena calidad de atención y obtención de buenas ganancias.

Plan de Mejora: Instrumento de Evaluación del cumplimiento del plan

Cuestionario

El presente cuestionario tiene como finalidad de obtener información de los representantes, dueños y administradores acerca las acciones de mejoras del liderazgo y la sostenibilidad de los emprendimientos, le solicitamos que por favor pueda responder con responsabilidad y veracidad, se tome su debido tiempo para responder este cuestionario.

Cumple	En proceso	No cumple
a	b	c

N°	Ítems	Alternativas		
1	La empresa realiza mejora continua del liderazgo para la sostenibilidad de los emprendimiento.	a	b	c
2	La empresa aplica una adecuada gestión de procesos estandarizados sobre los servicios que se ofrecen, logrando un mejor control de ellos	a	b	c
3	En la empresa, los propietarios o administradores promueven las prácticas de los atributos del liderazgo carismático	a	b	c
4	En la empresa los propietarios o administradores establecen buenas práctica de conducta del liderazgo	a	b	c
5	Los propietarios o administradores desarrollan un buen manejo de los errores que se pudieran presentar en la organización	a	b	c
6	Se promueve la participación activa de aperturas de puentes con otros ecosistemas	a	b	c
7	La empresa asiste a ferias Regionales, Nacionales e Internacionales para difundir y vender sus productos	a	b	c
8	La empresa usa las redes sociales, para publicitar los servicios y productos que ofrece la empresa	a	b	c
9	La empresa desarrolla el manejo de redes locales para el emprendimiento	a	b	c
10	La empresa ejecutar una adecuada inversión para generar rentabilidad a largo plazo	a	b	c
11	La empresa promueve la capacitación del personal hacia la dimensión de sostenibilidad social	a	b	c

PLAN DE MEJORA							
Área de oportunidad de mejora	Actividades	Responsable de la tarea	Tiempo	Recursos Necesarios	Financiamiento	Indicador	Responsable del seguimiento
Promoción y Marketing	Asignar personal responsable Horarios de trabajo Materiales de trabajo	Personal de atención al cliente Administrador	Permanente	Personal de la empresa	Recursos Propios	Aumento de ventas Satisfacción del cliente Control de ventas Utilización de redes sociales	Dueño o Administrador
Dispensación	Identificar la zona de trabajo	Personal de almacén	Permanente	Personal de la empresa	Recursos Propios	Entrega inmediata Manejo de errores	Dueño o Administrador
Atención al cliente	Personal entrenado y capacitado	Personal de atención al cliente Administrador	Permanente	Personal de la empresa	Recursos Propios	Liderazgo carismático Buena gestión de procesos	Dueño o Administrador
Cobranza y opciones de pago	Pago en efectivo Crédito Pago con tarjetas de crédito	Personal de atención al cliente Administrador	Permanente	Personal de la empresa	Recursos Propios	Empleo de redes locales Medios de pagos implementados	Dueño o Administrador
Compras	Directas Indirectas	Administrador	Permanente	Personal de la empresa	Recursos Propios	Adecuada inversión	Dueño o Administrador

Anexo 6**Directorio de MYPES**

N°	Razón Social	RUC	Dirección	Tamaño de la Empresa
1	Juan Gabriel Castillas Sánchez	40347482	Chancay	Micro Empresa
2	Jorge Jesús Ortiz Ochoa	10010413	Chancay	Micro Empresa
3	Zoilo Juan Melgarejo Romero	15998698	Chancay	Micro Empresa
4	Darío Yauri Ramírez	15949240	Chancay	Micro Empresa
5	Pedro Antonio Loli Cáceres	15967279	Chancay	Micro Empresa
6	Pascual Victoriano Antaurco Gamarra	16020480	Chancay	Micro Empresa
7	Arbus Teodoro Montalvo Ávila	10160090087	Chancay	Micro Empresa
8	Cerilo Bernardino Solís Rodríguez	15985141	Chancay	Micro Empresa
9	Timoteo Moisés Palma Garcia	31616617	Chancay	Micro Empresa
10	Hugo Teodoro Verde Mendoza	41720161	Chancay	Micro Empresa
11	Julio Alberto Grados Vega	15945192	Chancay	Micro Empresa
12	Libio Joel Bernal San Martin	15978978	Chancay	Micro Empresa