



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**LA GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE
EMPOWERMENT EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS RUBRO VENTA AL POR MENOR DE
PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ARTICULOS DE
CUERO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS
(CALZADO) EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2018**

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

AUTOR

RIMAC AMADO, MARISOL MAGALI

ORCID: 0000-0002- 5302-2487

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

HUARAZ – PERÚ

2021

1. Título de la tesis

La gestión de calidad con el uso de empowerment en las micro y pequeñas empresas rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018.

2. Equipo de trabajo

AUTOR

Rímac Amado, Marisol Magali

ORCID: 0000-0002-5302-2487

Universidad Católica Los ángeles Chimbote, Estudiante de Pregrado

Huaraz, Perú

ASESOR

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias

Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Tumbes, Perú

JURADOS

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Norabuena Mendoza, César Hernán

ORCID: 0000-0001-9832-5126

Lázaro Díaz, Juan Reneé

ORCID: 0000-0002-0604-785X

3. Hoja de firma del jurado y asesor

Mgtr. Azabache Arquinio Carmen Rosa

Presidente

Mgtr. Norabuena Mendoza César Hernán

Miembro

Mgtr. Lázaro Díaz Juan René

Miembro

Mgtr. Escobedo Gálvez, José Fernando

Asesor

4. Agradecimiento

En primer lugar agradezco a Dios por haberme guiado por el camino correcto donde estoy ahora y a mis queridos padres, Armando Rimac, Jacinta Amado gracias por sus apoyos incondicionales, cariños y sacrificio, y a mis queridos hermanos.

Y agradezco a mi Asesor, Lic. JOSE ESCOBEDO GÁLVEZ y a todos mis queridos profesores de la Universidad Uladech por la enseñanza que nos brinda ,fuerza y apoyo incondicional, el compromiso que tiene con los estudiantes, a sacar buenos profesionales; Gracias.

Dedicatoria

A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi padre, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí.

El presente trabajo de grado va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas sin desfallecer.

5. Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general: Identificar las principales características de la gestión de calidad con el uso de Empowerment en las Mypes, rubro venta al por menor de prendas de vestir, (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018; con un enunciado del problema ¿Cuáles son los principales características de la gestión de calidad con el uso de Empowerment en los Mypes, rubro venta al por menor de prendas de vestir calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018? la metodología que se realizó fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental - transversal, para el recojo de la información la población en estudio fue de 103 representantes, realizando una muestra dirigida de 81 representantes, la técnica, para recojo de datos fue la encuesta y el instrumento el cuestionario de 21 preguntas. Los resultados que se obtuvieron fue que el 55,56% son personas de 31 a 50 años de edad, con el 59.14% son de género masculino, con el 37,04% el tiempo que desempeñan es de 4 a 6 años, el 60,50% consideran contar con un plan de trabajo, el 54,30% se sienten automotivado, el 61,70% delegan autoridad. En conclusión de que en las zapaterías de la ciudad de Huaraz delegan autoridades a sus colaboradores, y también consideran contar con un plan de trabajo, que ayudará para un mejor rendimiento y desempeño en el negocio, asimismo ofrecer los productos y servicios de alta calidad.

Palabras clave: Empowerment, Gestión, calidad, Evaluación.

Abstract

The present research had the general objective: Identify the main characteristics of quality management with the use of Empowerment in MSMs, retail item of clothing, (footwear) in the city of Huaraz, 2018; with a statement of the problem What are the main characteristics of quality management with the use of Empowerment in the Mypes, retail item of clothing, footwear and leather goods in specialized stores (footwear) in the city of Huaraz , 2018? The methodology that was carried out was quantitative, descriptive level, non-experimental design - cross-sectional, for the collection of information the population under study was 103 representatives, making a directed sample of 81 representatives, the technique for data collection was the survey and the instrument the 21-question questionnaire. The results obtained were that 55.56% are people between 31 and 50 years of age, with 59.14% being male, with 37.04% the time they work is 4 to 6 years, 60 , 50% consider having a work plan, 54.30% feel self-motivated, 61.70% delegate authority. In conclusion, in the shoe stores of the city of Huaraz they delegate authorities to their collaborators, and they also consider having a work plan, which will help for better performance and performance in the business, as well as offering high quality products and services.

Keywords: Empowerment, Management, quality, Evaluation.

6. Contenido

1. Título de la tesis	ii
2. Equipo de trabajo	iii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iv
4. Agradecimiento.....	v
5. Resumen.....	vii
6. Contenido.....	ix
7. Índice de tablas y figuras	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura	6
III. Hipótesis	22
IV. Metodología.....	23
4.1. Diseño de investigación	23
4.2. Población y muestra	24
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	25
4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos	26
4.5. Plan de análisis.....	26
4.6. Matriz de consistencia.....	27
4.7. Principios éticos	28
V. Resultados	29
5.1. Resultados	29
5.2. Análisis de resultados.....	33
VI. Conclusiones.....	40
Recomendaciones	42
Referencias bibliográficas.....	43
Anexos	47

7. Índice de tablas y figuras

Tablas

Tabla 1 Operacionalización de variable.....	25
Tabla 2 Matriz de consistencia.....	27
Tabla 3 Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas. ...	29
Tabla 4 Características de las Micro y Pequeñas Empresas.	30
Tabla 5 Características de gestión de calidad en las Micros y Pequeñas Empresas. .	31
Tabla 6 Características de Empowerment en las Micro y Pequeñas Empresas.....	32

Figuras

Figura 1. Edad.....	58
Figura 2. Género	58
Figura 3. Grado de Instrucción	59
Figura 4. Cargo que desempeña.....	59
Figura 5. Tiempo que desempeñan en el cargo	60
Figura 6. Tiempo de permanencia en la empresa	60
Figura 7. Número de trabajadores.....	61
Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa	61
Figura 9. Objeto de creación.....	62
Figura 10. Tipo de empresa de acuerdo a su constitución	62
Figura 11. Identifica los objetivos trazados para su empresa para que estas sean cumplidas adecuadamente	63
Figura 12. Considera que se debe contar con un plan de trabajo.....	63
Figura 13. Verifica los efectos obtenidos de su plan de mejora en su empresa.....	64
Figura 14. Es necesario comprobar todas las acciones correctivas que se desarrolla en su empresa.....	64
Figura 15. En su empresa contribuyen al logro de los objetivos	65
Figura 16. En su empresa hay confianza con sus colaboradores	65
Figura 17. Usted delega autoridades a sus colaboradores	66
Figura 18. Cada que tiempo capacita a sus colaboradores	66
Figura 19. Considera buena estrategia consultar o pedirles una opinión a sus colaboradores	67
Figura 20. Es importante la evaluación con sus directivos.....	67
Figura 21. Usted se siente auto motivado por los trabajos realizados	68

I. Introducción

En México hay más de 4.1 millones de microempresas que aportan el 41.8% del empleo, las pequeñas empresas suman 174.800 y representan el 15,3% de la empleabilidad, mientras que las medianas alcanzan a 34.960 generando el 15,9% del empleo con la subsecretaria de pequeñas empresas y medianas empresa, el Instituto Nacional de Emprendedor, solo observando su comportamiento y sus finanzas que nosotros podríamos tener una idea de ellos considerando las razones que justifiquen su actuación como microempresarios, una serie de desventajas, los obstáculos y los que les impone el mismo gobierno como condiciones para desarrollarse o para mantenerse, ya se regularizados o desear cumplir con todo los requisitos y procedimientos que deben ser considerados como una empresa formal (Cruz, López, Cruz, Meneses, 2019).

En España, la importancia que se da en la gestión de las PYMES según estudios realizados existe una cifra de fracaso de los emprendedores. Una persona que tiene un proyecto empresarial si desea invertir lleva demasiado tiempo, pero es importante resaltar que las ideas que tienen son magníficas y tienen un buen nivel de ventas, la problemática que se puede observar no consigue superar el umbral de los tres años de actividad y cierran antes de esa fecha esto debido por la falta de atención que presta la gestión (Sage Experience, 2016).

En Bolivia, existen políticas bien establecidas diseñadas para lograr el desarrollo de las PYMES. El gobierno boliviano debe incrementar el empleo. Esto significa no solo promover las pequeñas y medianas empresas, sino también crear nuevas empresas, la mayoría de las cuales nacieron a pequeña escala. Esto se ve reforzado por el hecho de que la producción de nuevas empresas es mayor que la producción de empresas existentes. De

esta forma, impulsar la creación de nuevas empresas³ no solo aumenta la creación de empleo, sino también la creación de proyectos profesionales y de calidad (Pucutay, 2019).

En Argentina las PYMES emplean al 60% de la población, siendo empresas que representan el 99,5% de la población y representan el sector con mayor número de trabajadores activos, impulsando así la economía nacional. El impacto de COVID-19 ha creado una crisis sin precedentes, cerrando 2,7 millones de empresas, equivalente al 19% de la región, y dejando a más de 8,5 millones de desempleos, viendo los resultados, los gobiernos comenzaron a apoyar a varios sectores con subsidios como los sistemas social, presupuestario y financiero, en segundo lugar, en esta nueva situación, hay varias fuerzas que reflejan la salud futura y el impacto de las PYMES, muchas se están adaptando y algunos se quedan sin el apoyo adecuado (Laporte, Rusconi, Turano, Todesca, Zapata, 2020).

En el Perú, las Micros y Pequeñas Empresas ya establecidas como problema principal es la informalidad de los micros, pequeñas empresas. Las estadísticas manejadas por Ministerio de Producción del año 2012 refleja que el 50,2% de empresas que emplean de 2 a 100 trabajadores informales, es decir, de cada 10,58 de ellas se encuentran en situación de informalidad (Tello, 2014).

Por otro lado los micros y pequeñas empresas (MYPES) reciben apoyo de parte del estado: que le dan apoyo como son, darles charlas en temas relacionados a sus actividades que diariamente lo realizan, es el crédito con tasas de interés preferenciales, acceso a los mercados nacionales e internacionales, y capacitación de sus dueños; por el contrario, en nuestro país, este tipo de apoyo no se brinda a las micros y pequeñas empresas, por lo tanto la universidad Católica los Ángeles de Chimbote considera incentivar a sus estudiantes a realizar investigaciones relacionadas con la prestación de apoyo las pequeñas empresas.

En la ciudad de Huaraz, actualmente, las pequeñas empresas y pymes no cuentan con una buena gestión de calidad y planificación para los emprendedores, por lo que están al tanto de las operaciones y no tienen problemas en la entrega del producto, y para eso deben implementar las herramientas de gestión de calidad para que los emprendedores utilicen los recursos de manera eficiente y eficaz para mejorar la gestión empresarial y permitir la expansión. Por lo expresado anteriormente, dicha problemática de la investigación es el siguiente ¿Cuáles son los principales características de la gestión de calidad con el uso de Empowerment en los micros y pequeñas empresas rubro venta al por menor de prendas de vestir calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018?

Para dar respuesta al problema, se planteó el siguiente objetivo general: Identificar las principales características de la gestión de calidad con el uso de Empowerment en los micros y pequeñas empresas rubro venta al por menor de prendas de vestir calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018. Para lograr el objetivo general, se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Identificar las principales características de los representantes en las Micro y Pequeñas Empresas rubro venta al por menor de prendas de vestir calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018. Identificar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas rubro venta al por menor de prendas de vestir calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018. Identificar las principales características de gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas rubro venta al por menor de prendas de vestir calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018. Identificar las principales características de Empowerment en las Micro y Pequeñas Empresas rubro venta al por menor de prendas de vestir calzado y artículos de cuero en

comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018.

La presente investigación se justifica porque nos permitirá determinar las principales características de Empoderamiento de los colaboradores en prendas de vestir que están brindando servicio en la ciudad de Huaraz, si está viene desarrollándose adecuadamente dentro de las micros y pequeñas empresas en estudio, la cual es de vital importancia para la permanencia y el crecimiento de los negocios de prendas de vestir, sobre llevando así una buena gestión de calidad.

Así mismo, el Empoderamiento se produce cuando el gerente proporciona a los empleados todas las responsabilidades, conocimientos y recursos necesarios y realizar las tareas asignadas, y les permite realizar las tareas de la manera necesaria para lograr los buenos resultados deseados (siempre que se ajusten a los valores), surge una identidad autorizada y una cultura organizacional. Los gerentes de las empresas deben tomar conciencia lo que sucede en su negocio, ya que es importante utilizar productos de calidad y brindar la mejor atención al cliente, no solo deben pensar en vender sino también en satisfacer las necesidades para no perder la fama del negocio, por ello es importante que los gerentes entren en una reflexión para mejorar el nivel de desempeño de sus colaboradores, con la responsabilidad y compromiso, con el fin de dar una buena calidad de los servicios a los clientes

En cuanto a la metodología que se realizó fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental - transversal, para el recojo de la información se identificó la población en estudio se constituye de 103 representantes de las MYPES, la cual se calculó como muestra a 81 representantes de las MYPES, la técnica fue la encuesta con su instrumento el cuestionario de 21 preguntas, obteniendo los siguientes

resultados: el 55,56%, son personas de 31 a 50 años de edad, con el 59.14% son de género masculino, con el 37,04% el tiempo que desempeñan en la empresa es de 4 a 6 años, el 53,10%, el 60,50% considera que se debe contar con un plan de trabajo, el 54,30% se sienten automotivado por los trabajos realizados, el 61,70% delega autoridades a sus colaboradores, Se llega a conclusión de que en las zapaterías de la ciudad de Huaraz delegan autoridades a sus colaboradores, y también consideran contar con un plan de trabajo, que ayudará para un mejor rendimiento y desempeño en el negocio, asimismo ofrecer los productos y servicios de alta calidad.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Córdova y León (2016) En sus tesis titulada “*Empowerment y la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito san pedro de Andahuaylas agencia cusco 2016*”. Tuvo como objetivo general: Determinar el grado de influencia del empowerment en la toma de decisiones en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro de Andahuaylas Agencia Cusco 2016. La metodología utilizada fue la siguiente: Diseño de la investigación es de tipo cuantitativo y diseño no experimental, y utiliza la investigación de campo para la recopilación de datos a través de la aplicación de una encuesta elaborado específicamente para el trabajo de la investigación, los resultados fueron procesadas por el software estadístico Excel y SPSS, obteniendo los siguientes resultados: El 33.3% del personal encuestado en cuanto al Empowerment y a nivel regular, el 37.5% del personal indico que el nivel es malo, en cuanto a la variable toma de decisiones se determinó que el 25.0% del personal encuestado manifestó un nivel malo y el 41.7% indico que el nivel es regular. En consecuencia, al 95% de confiabilidad mediante el estadístico cuadrado $\chi^2=8.93$ se afirma que el Empowerment se relaciona con la toma de decisiones en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro de Andahuaylas Agencia Cusco, donde el grado de relación determinado mediante la correlación de 63% la misma que se puede considerar como una correlación positiva moderada. Se concluye: Existe una relación entre el poder y toma de decisiones en un 48% esto quiere decir que el nivel de influencia que hay sobre el personal para toma de decisiones es positiva moderada, eso se da por el poco reconocimiento al esfuerzo de los trabajadores, al

entorno laboral que existe en la entidad, a la deficiente capacidad para la resolución de problemas y a la falta de influencia de los jefes de área sobre los trabajadores.

Ojeda (2016) En su tesis titulada: *“Modelo basado en la herramienta Empowerment para mejorar la calidad de atención al cliente en una pequeña empresa del sector manufacturero en Huajuapán de León, Oaxaca”*. Tuvo como objetivo general: Mejorar la calidad de atención al cliente a través de un modelo basado en la herramienta empowerment en una empresa de sector manufacturero de la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. La metodología utilizada fue la siguiente: Diseño de la investigación correccional y No experimental. Se obtuvo los siguientes resultados: El 85% de las personas nunca ha recibido un curso de capacitación, el 80% nunca recibido un ingreso extra o un reconocimiento por su buen desempeño y de un 50% de reuniones que realizan, solo el 5% es para tratar asuntos laborales. Estas prácticas ocasionan en gran medida de dicha empresa no cumpla con las expectativas de sus clientes, pues en opinión de estos, el trato que han recibido en un 49% considera que es regular, el 13% es malo y un 2% es pésimo. Se concluye. Que en esta investigación se desarrolla y propone un modelo conceptual, basado en las características de la herramienta administrativa de Empowerment: comunicación, capacitación y motivación, en la pequeña empresa objeto de estudio de esta investigación, y como consecuencia de esto, se mejore la calidad de atención del cliente.

Lopez y Monge (2017) en su tesis titulada “el empowerment en la administración de la municipalidad distrital de ascensión en el año 2017”. Tuvo como objetivo general: Determinar de qué manera el empowerment influye en la administración en los trabajadores administrativos de la Municipalidad Distrital de

Ascensión en el año 2017. La metodología utilizada descriptivo – correlacional (No experimental), para recolección de la información tuvo una la intensidad de la influencia identificada es de 0,634 tipificada como positiva media, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 5,3% de los trabajadores administrativos considera que el empowerment es desfavorable, 93% considera que es favorable y el 1,8% considera que es muy desfavorable; asimismo cuanto a la administración, el 5,3% considera que es muy desfavorable, el 24, 6% desfavorable, el 68,4% favorable y el 1,8% muy favorable, concluyendo que es muy importante el proceso administrativo que se emplea en la gestión de Municipalidad Distrital de Ascensión, se debe considerar que el personal administrativo que tenga especializaciones, entre capacitados y tenga capacidad técnica de toma de decisiones y lograr objetivos de la institución y obviamente el desarrollo y mejoramiento de su comunidad.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Castillo (2020) en su tesis titulada “*Empowerment en las micros y pequeñas empresas del rubro ferretería: caso empresa multiservicios mayeli, distrito anchihuay, la mar, Ayacucho, 2020*”. Tuvo como objetivo General: Cómo es el empoderamiento en las micros Empowerment en las micros y pequeñas empresas del rubro ferretería: caso empresa multiservicios mayeli, distrito anchihuay, la mar, Ayacucho, 2020. La metodología utilizada es de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo con un diseño no experimental, para recolección de la información se realizó cuestionario que consta de 11 preguntas. Se obtuvo los siguientes resultados: 66.67% son de género masculino, el 50% a veces tiene la autonomía para realizar su tarea encomendada, el 50% indican que casi nunca tienen la participación, de la misma manera el 66.67% indica que casi nunca tiene poder en sus puesto de trabajo,

el 66.67% mencionan que casi nunca delega autoridad a sus colaborativos, dentro de las principales conclusiones de que en la ferretería multiservicios Mayeli no hay empoderamiento ni inclusión de sus trabajadores en la empresa por ello están desmotivados ya que no son participes en la toma de decisiones.

Cornejo (2018) En su tesis titulada “*Caracterización de la competitividad y empowerment de las MYPES del rubro bodegas de la urbanización san José, provincia Piura, año 2018*”. Tuvo como objetivo general: Identificar la característica que tiene la competitividad y el empowerment en las MYPES rubro bodegas de la urbanización san José, provincia Piura, año 2018. Con una metodología es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, para obtener información se realizó un cuestionario de 20 preguntas, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 49% encuestados tienen más de 50 años, el 52% tiene de 1 a 3 años con su negocio, el 68,49% las personas que trabajan en su empresa son personas no familiares, el 40,00% grado de superior universitario en el cual un 90% se destalla que la empresa se creó para generar ingresos. Se concluyo los elementos que satisfacen al personal se manifiestan en empoderar al trabajador, asimismo hacerlo que sienta un buen clima laboral, y a la vez otorgándole autoridad para tomar decisiones ante un problema imprevisto que se presente.

Pucutay (2019) en su tesis titulada “*Gestión de calidad con el uso del empowerment en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de impresión, en el jr. Elías Aguirre 5ta cdra. Chimbote, 2016*”. Tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad con uso del Empowerment en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio, rubro actividades de impresión en el Jr. Elías Aguirre 5ta cdra. Chimbote, 2016. Con una

metodología es de diseño No Experimental –Transversal porque se estudió tal y cual se presenta dentro de las MyPes y en un espacio de tiempo determinado. Para obtener información se identificó 8 MyPes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, donde se obtuvieron los siguientes resultados: El 65,5% si conoce el significado de la Gestión de Calidad por lo cual permite a las empresas que sea más eficaz. El 75% no conocen el significado del empowerment, el 75% Cree que impulsa la autoestima y confianza de sus colaboradores. Se concluye que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, consideran que la gestión contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa; así mismo ayuda a alcanzar objetivos y metas trazadas por la empresa, en su mayoría absoluta usan como técnicas modernas el Empowerment.

2.1.3. Antecedentes Locales

Pinedo y Rondón (2016) en su tesis titulada: *“El Empowerment y la efectividad del trabajador en la superintendencia nacional de los registros públicos zona registral n° vii – sede Huaraz, 2016”*. Tuvo como objetivo. Establecer si existe una relación positiva entre el empowerment y la efectividad del trabajador en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos Zona Registral N° VII – Sede Huaraz, 2016. La metodología utilizada fue de tipo correlacional con un diseño no experimental transaccional, por lo tanto los datos que se recopilaron son de primera mano, el instrumento utilizado fue el cuestionario aplicado a una muestra de 64 colaboradores y para analizar e interpretar los datos que se utilizó el software Spss 25 y la hoja de cálculo de Excel, donde se obtuvieron los siguientes resultados: El 42.2% de los trabajadores están desacuerdo con las políticas de crecimiento profesional brindadas por la institución, el 40.6%, el 46.9% están en desacuerdo con

que la organización cuenta con planes y acciones específicos destinados a mejorar su trabajo el 31.3% están muy en desacuerdo y en desacuerdo, con que sienten que en la institución pueden alcanzar sus metas profesionales. Se concluye, que existe una buena relación positiva entre el Empowerment y la efectividad basado en metas del colaborador en la superintendencia Nacional de los Registros Públicos Zona Registral N° VII – sede Huaraz, 2016; siendo así se puede mejorar el Empowerment y se obtendrán mejores resultados y objetivos en la institución.

Gonzales y Mamani (2016) en su tesis titulada “*Marketing interno y Empowerment de talento humano de la empresa el fogón, Huaraz, 2016*”. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre el marketing interno con el empowerment del talento humano en la empresa El Fogón, Huaraz, 2016. La metodología utilizada fue de tipo no experimental y transversal; donde la población es finita y estuvo constituida por 42 trabajadores de la empresa El Fogón, dato que proporciona por la gerencia. Se obtuvo los siguientes resultados. El 54,8% indican que son de género masculino, el 50% de grado de instrucción son del nivel técnico, el 45,2% indican que casi nunca la empresa capacita para mejorar el trabajo. En conclusión se advierte que el marketing interno se vincule con el Empowerment de los trabajadores que pertenecen a la empresa El Fogón de Huaraz en el 2016.

Salazar (2020) en su tesis titulada “*Gestión de calidad con el uso del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) de la ciudad de Huaraz, 2018*”. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del benchmarking en

las micro y pequeñas empresas del rubro venta de calzado de la ciudad de Huaraz, 2018. La metodología utilizada es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal; para obtener información se realizó un cuestionario de 27 preguntas cerradas, donde se obtuvieron los siguientes resultados. El 37,14% tiene el tiempo de experiencia en cargo de 4 a 7 años, el 43,30% tiene la permanencia en el rubro de 3 años más en el mercado, el 88,57% de la mayoría no tiene conocimiento de ninguna herramienta moderna de gestión de calidad, así mismo, el 60,00% no verifican 60,00% no verifican aquellos resultados que obtienen dentro un plan de mejora, es por ello que el 40,00% de las empresas no identifican y comparan las buenas prácticas internas. Concluyendo, que las micro y pequeñas empresas en su mayoría desconocen el uso de herramientas administrativas como; gestión de calidad, benchmarking; implicando que en el accionar de su trabajo hacen uso empíricamente e inconscientemente.

2.2. Bases Teóricas de la investigación

2.2.1. Gestión de calidad

Definición

Según Cortes (2017) la gestión de calidad implementa un sistema que anima a las organizaciones a identificar y analizar las necesidades de los clientes, definir procesos que pueden proporcionar a los clientes, productos aceptables y mantener el control sobre estos procesos, proporcionando así confianza a las organizaciones y a los clientes una satisfacción consciente. La capacidad del producto solicitado para mejorar o aumentar la satisfacción del cliente.

Según González y Carro (2015) menciona que la gestión de calidad en un sistema que ayuda a las organizaciones a identificar las diferentes necesidades que

tienen los clientes, así mismo producir bienes que satisfacen en alto grado. El control de calidad es también una herramienta para que los emprendedores realicen los tres pasos más importantes: planificar, implementar y evaluar proyectos que se puedan implementar con calidad para lograr las metas alcanzadas.

Ciclo de Deming

González y Carro (2015) menciona que la gestión de calidad tiene como base una visión eficaz, donde la mejora continua reconoce adecuar y alcanzar constante una adecuada optimización de los recursos de una actividad que son revaluados periódicamente para que se incorpore nuevas mejoras en estas etapas que van a desarrollar; estas etapas son 4 el ciclo Deming o el plan, Do, Check y Act.

Plan (planificar). Son los objetivos que quieren alcanzar la lección y las técnicas adecuadas para lograrlo la situación de la empresa mediante la recopilación de datos e información necesaria que será fundamentalmente para la planificación (González y Carro, 2015).

Do (Hacer). Este es un proceso de implementación de las mejoras propuestas. En general, se recomienda realizar prueba piloto para poder probar las operaciones antes de realizar cambios a gran escala (González y Carro, 2015).

Check (Verificar). En este paso es después de recopilar y analizar los datos, primero compararlos con los requisitos específicos para comprender si estos requisitos se han cumplido y, cuando corresponda, evaluar si se han logrado las mejoras esperadas (González y Carro, 2015).

Act (Actuar). Los resultados obtenidos, para para realizar las acciones correctivas preventivas que permiten mejorar los puntos y así aprovechar el aprendizaje y las experiencias adquiridas a otros casos, y generalizar las metodologías efectivas.

También podemos decir que suelen a aparecer recomendaciones y observaciones que nos puede servir para volver al uso inicial planificar y así el círculo nunca dejara de fluir (González y Carro, 2012).

2.2.2. Empowerment

En la actualidad, el empoderamiento es muy importante porque puede aumentar la motivación de los empleados de la organización y producir resultados mediante la descentralización y la transmisión de poder. La autorización conduce a la toma de decisiones; delegando menos poder a los colaboradores para que la organización pueda mejorar la relación con los clientes, lo que puede agilizar la resolución de sus posibles quejas; es decir, cuando los empleados trabajan cara a cara con los clientes, pueden tomar sus propias decisiones. , Sin necesidad de buscar apoyo gerencial. Esto requiere que los clientes internos o externos apliquen esta solución (Terry, 2000).

El empoderamiento consiste en transferir responsabilidad y poder de decisión, los gerentes de la organización delegan atribuciones a cualquier nivel cediendo responsabilidad y permitiendo tener autonomía en la toma de decisiones que de una manera afecten su trabajo reduciendo en lo posible la supervisión, por otro lado el empowerment consiste en la liberación de los conocimientos, la experiencia y la capacidad de motivarse que tienen los colaboradores y es fundamental alentar y ayudar a los individuos y grupos para que tomen decisiones que no afecte su entorno laboral (Guanipa, quevedo, 2019).

Importancia del empowerment en la gestión empresarial

Sin ninguna duda, la principal razón para apostar por el empowerment empresarial es hacer que los trabajadores se sientan importantes y vean que la

compañía confié en ellos. Esto es de vital importancia, ya que no hay nada más productivo que un colaborador motivado, y sienten que el puesto de trabajo es suyo, no de la organización, es consciente de donde está. Otra cuestión a resaltar es que el empoderamiento de los colaboradores nos hace más competitivo en el mercado, y no solo el trabajador está motivado, sino al minimizar las consultas y poder actuar de manera rápida, las decisiones son mucho más rápidas lo que un entorno tan competitivo como el actual repercute positivamente en los negocios (Emprende Pyme, 2018).

Terry (2000) menciona que el empoderamiento es la herramienta de administración que emplean las áreas de recursos humanos de muchas organizaciones para lograr superiores resultados, que prácticamente se basa en encargar o transmitir autonomía, responsabilidad y poder a los colaboradores de una organización para que ellos logren solucionar los inconvenientes y tomar decisiones sin que sea preciso tener la aceptación de los superiores. Así los colaboradores se sienten dueños de su propio trabajo.

El empowerment como estrategia de gestión del talento humano

En la actualidad, son pocas empresas que cuentan con planes de desarrollo de los conocimientos y habilidades del personal administrativo, ya que, la mayoría de los casos, dichos esfuerzos regularmente se encaminan al área de ventas. En casos óptimos la profesionalización de las personas se debe gestionar mediante los fundamentos de la organización basados en la misión, visión, los objetivos y las políticas institucionales (Amezcuza , Pérez, Monserrath, 2019).

Amezcuza , Pérez, Monserrath (2019) menciona la importancia de contar una

visión organizacional que sea inspiradora, y transmitida a los trabajadores de la empresa, lo que tendrá que dar un enfoque que posibilite a los colaboradores ser autónomas y delegar autoridad por medio del empowerment ;por ende, las personas van a tener la capacidad de conocer lo que la compañía espera de ellos, para que puedan lograr tomar las decisiones efectivas a través de la administración de sus talentos

Herramientas del Empowerment:

Terry, (2000) menciona que los siguientes cuestionarios nos ayudaran a entender de manera completa los muchos otros factores que influyen en el Empowerment, y al mismo tiempo haremos que el tema sea algo real para los gerentes y para el bien de la empresa.

Reputación: es donde los accionistas, los clientes, los compradores, los directivos, los colaboradores y el público en general informado consideren que la empresa ofrece Empowerment a todo su colaborador.

Enfoque de los directivos: este enfoque se encarga que los altos directivos valoren, animen, apoyan y practican el Empowerment en la organización.

Gestión de del Empowerment: los colaboradores entiendan el Empowerment y lo gestionan correctamente.

Liderazgo: es el estilo de liderazgo de los colaboradores inicia, anima y apoya en empoderamiento.

Trabajo en equipo: el grado que utiliza el talento de los equipos de trabajo que sea una comunicación eficiente para que así puedan trabajar en equipo y así seguir el Empoderamiento.

Técnicas del Empowerment:

Es un proceso estratégico que busca una buena organización con sus colaboradores, aumentar la confianza, responsabilidad, autoridad y compromiso para servir mejor al cliente.

Dimensiones

Según Terry (2000) menciona las cinco técnicas de Empowerment:

- **Delegar:** es la representación, puestos de trabajo, autoridad y responsabilidad a equipos e individuos puede ser una tarea abrumadora. Para que este proyecto sea efectivo, los representantes deben tener la experiencia y madurez necesaria para llevar a cabo estas tareas. La representación adecuada también requiere mucho acuerdo entre el gerente y los miembros de la asociación
- **Dirigir:** en esta etapa los directivos pasean por la empresa es acortar las líneas de comunicación entre los niveles de la empresa, romper las barreras y desarrollar una mayor comprensión y cohesión en la empresa.
- **Rotación de puestos:**, se puede dar un valor añadido de empowerment, proporcionando a los individuos encargando responsabilidades, formación y vivencias en novedosas funcionalidades y capacidades que tienen la posibilidad de conseguir la finalidad, para hacer rotación de trabajo es preciso una idealización correcta. La empresa con empowerment debería utilizar esta técnica para todo los colaboradores idóneos independientes de su posición dentro de la jerarquía de la empresa.
- **Evaluación:** se debe de realizar una evaluación del estado actual de la empresa, para luego planificar el desarrollo de manera adecuada, en dicho proceso se tendrá en cuenta la evaluación del directivo, como se sumará importancia a los procesos estratégicos. Las evaluaciones son técnica útil para abrir a la persona y

a las empresas y contribuir al empowerment.

- **Autodirección:** es un rasgo de la personalidad en cuanto a la autodeterminación, o sea, la función de regular y adaptar la conducta a las solicitudes de una situación con el objeto de conseguir metas y valores elegidos personalmente

2.2.3. MyPes

La ley N° 30056 que fue aprobado mediante el Decreto Supremo N° 007-2008-TR y fue publicado el 02 de julio del 2013, y tiene el objetivo de establecer el marco legal para la competitividad, formalización y desarrollo de MyPes. Estableció políticas colectivas y también establecido diversas herramientas de apoyo; a su vez, fomento la inversión privada, al acceso a los mercado internos y externos, y el aumento de la eficiencia productiva que llevaron a un mayor productividad organizacional y emprendimiento (Congreso de la Republica., 2013).

Las MYPES es una unidad de toma de decisiones con comportamiento económico, responsable de personas jurídicas o naturales. En la mayoría de los casos, la propiedad pertenece a una sola asignatura. MYPES puede pertenecer a cualquier organización comercial que está normalizada en el Texto Único Ordenado (TUO) de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeñas Empresas y del Acceso al Empleo digno. Las MYPES, son entidades que estimulan el mercado y constituyen una parte importante del desarrollo socioeconómico del país por que pueden generar una gran cantidad de oportunidades de empleo (Ríos, 2015).

En Perú, según las estadísticas de 2012 del Ministerio de la Producción, las microempresas representaron el 94,2% de los propietarios de empresas estatales (1,270.009), las pequeñas organizaciones representaron el 5,1% de los propietarios

de empresas estatales (68,243 empresas) y las organizaciones medianas representaron el 0.2% (2,451 compañías). Además, las organizaciones con ventas menores o iguales a 13 UIT representan a 70,3% del lienzo empresarial serio, mientras que las organizaciones mejor clasificadas con ventas de 2,300 UIT representan solo 0,6% (Ministerio de Economía y Finanzas, 2012).

Características de las MyPes:

Microempresa: Sus ventas anuales no deben superar las 150 UIT.

Pequeña empresa: Las ventas anuales deben superar las 150 UIT con un límite de 1,700 UIT.

Mediana empresa: Las ventas anuales deben ser superiores a las 1700 UIT y menores a 2300 UIT.

2.2.4. Rubro de Calzados

El calzado es tiene de mucha importancia debido que tiene la capacidad en la generación de empleo y por ser proveedora de artículos de cueros en comercios especializados que satisface las necesidades básicas de la población. La participación porcentual en el mercado del calzado y el cuero en el Producto Bruto Interno del país se ha mantenido con ligeras fluctuaciones, alrededor de 3% durante los últimos años, pero su futuro va desarrollando e innovando para lanzar el mercado, por lo tanto, las maquinarias, los insumos y la mano de obra representan los principales dificultades y retos que estamos enfrentando en la pandemia en la industria del calzado (Torres, 2019).

Las MYPES que prestan servicios de prendas al por menor de calzado y artículos de cuero tienen la labor de garantizar y asegurar la atención con productos de calidad a las personas. Este servicio se presta en entornos accesibles a cualquier

cliente, permitiendo así satisfacer las necesidades que este posee.

Los establecimientos que ofrecen al cliente todo en uno, es decir las MYPES que ofrecen productos de rubro tan variados y modelos actualizados en un mismo local. Estas tienen ofrecen a sus clientes con la ventaja de poder concurrir a un mismo lugar para que puedan comprar los clientes a los que necesitan, sin tener que dar vueltas por varios lugares y así poder comprar calzados para toda su familia (Agencia Peruana de Noticias, 2011).

2.3. Marco conceptual

- 1. Calidad:** En cuanto a productos, procesos y servicios, determinar y atender de manera continua e incierta las necesidades, para obtener mayores beneficios, acompañado de la confianza de los clientes (González y Carro, 2012).
- 2. Ejecución:** Se refiere a la realización o descripción detallada de algo, así como a la ejecución de las acciones o tareas realizadas, es decir, tomar decisiones, brindar instrucciones, ejecutar y resolver problemas (González y Carro, 2012).
- 3. Gestión:** Se refiere a un conjunto de operaciones realizadas con el fin de orientar y gestionar el negocio de la empresa en el ámbito de las actividades organizativas (González y Carro, 2012).
- 4. Competencia:** disputa entre personas, animales o cosas que aspiran a un mecanismo u objetivo o a la superioridad en algo
- 5. Delegación:** Trabajar en equipo y mantener la motivación de los recursos humanos, este es un factor muy importante en el crecimiento personal y

empresarial, con las habilidades y valores de cada trabajador (Terry, 2000).

- 6. Empowerment:** Es una herramienta de gestión utilizada en el campo de los recursos humanos de muchas empresas para obtener mejores resultados, incluida la descentralización o transferencia de autonomía, responsabilidad y autoridad a los colaboradores de la empresa (Terry, 2000).
- 7. Planificación:** consiste cuando se va a realizar una nueva empresa o cualquier proceso donde lo cual siempre es importante tener un plan para poder ver la situación de la empresa, es importante porque teniendo bien planificado podemos alcanzar el éxito (González y Carro, 2012).
- 8. Comunicación:** siempre debe existir una buena comunicación el líder con sus colaboradores ya que el influirá que sus colaboradores se sientan satisfechos en su puesto de trabajo y puedan conseguir los objetivos de la organización (Terry, 2000).
- 9. Líder:** es la persona o la cabeza de una organización que les va a dirigir a un grupo de personas con el fin que ellos se sientan parte de la organización (Terry, 2000).
- 10. Dirigir:** son funcionalidades de llevar a cabo el producto o servicio a causa de los ayudantes (Terry, 2000).
- 11. Organizar:** es coordinar las diversas ocupaciones en la empresa como, recursos humanos, económicos, para lograr conseguir el fin previsto (Terry, 2000).

III. Hipótesis

La universidad no aplica hipótesis en sus investigaciones, según su reglamento de investigación, por ser un trabajo de investigación descriptivo no se planteara una Hipótesis (Hernández,et al., 2014).

IV. Metodología

4.1. Diseño de investigación

El diseño del proyecto de investigación es no experimental- transversal- descriptivo.

Fue no experimental, porque no se manipulara la variable la gestión de calidad con el uso de empowerment es decir que solo se observó los fenómenos tal y como se dan en el contexto, conforme a la realidad sin tener dificultades.

Fue transversal porque el trabajo de investigación “Gestión de calidad con el uso de empowerment en las micro y pequeñas empresa rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018” se llevó acabo en un tiempo determinado. Fue descriptivo, porque en el trabajo de investigación denominada “Gestión de calidad con el uso de empowerment en las micro y pequeñas empresa rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018”solamente se describió las características principales de la variable, debido a que se limitó a determinar las principales características propuesta de mejora de los factores relevantes de la estrategia de segmentación para la gestión de calidad. No hubo manipulación de variable, se vio y explicó tal y como se muestra en la verdad (Hernández,et al., 2014).

4.2. Población y muestra

El universo es de 103 MYPES del rubro ventas al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018. (Ver Anexo 03)

Muestra:

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{1.95^2 \times 103 \times 50 \times 50}{5^2 \times (103 - 1) + (1.95^2 \times 50 \times 50)}$$

$$n = 81 \text{ MYPES.}$$

Por lo tanto, la muestra estará conformada por 81 gerentes de las micro y pequeñas empresas del rubro ventas al por menor de calzados de la ciudad de Huaraz.

4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Tabla 1.

Operacionalización de variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Empowerment	Es un proceso estratégico que busca una Buena organización con sus colaboradores, aumentar la confianza, responsabilidad, autoridad y compromiso para servir mejor al cliente (Wilson, 2000).	Se describirá la variable de Empowerment de acuerdo a sus dimensiones permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio en cuestión.	Delegar	Confianza Responsabilidad	Nominal
			Dirigir	Buena estrategia Capacidad de toma de decisiones Dirigir a sus colaboradores.	
			Rotación de puestos	Experiencia Cumplimiento del objetivo	
			Evaluación	Evaluación de desarrollo Planificación de desarrollo	
			Autodirección	Automotivación Control a los colaboradores	

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

La técnica utilizada es la encuesta, aplicada a los representantes de las MYPES, para recolectar los datos adquiridos para la investigación aplicada, y se utilizó como instrumento el cuestionario con 21 preguntas y respuestas la cual se aplicó a todo los representantes mediante la técnica de encuestas, obteniendo los resultados de la investigación, donde se manejando las fichas textuales de resumen, siempre teniendo en cuenta las fuentes de libros, publicaciones especializados y otros documentos del tema, y se usó los datos de dominios de las variables de estudio rubro calzados en la ciudad de Huaraz, 2018 (Hernández, et al., 2014).

4.5. Plan de análisis

Para el plan de análisis y el procedimiento de datos se utilizó la estadística descriptiva, el cual se realizó a través de programa Excel para las figura, también se utilizó Microsoft Word para poder elaborar la redacción del trabajo de investigación, con la presentación en tablas y realizar el análisis de los resultados, se utilizó PDF para presentar el trabajo de informe final, se utilizó el programa Turnitin para verificar la similitud y por último el PPT para la presentación de la ponencia.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 2.

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Hipótesis	Metodología	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de Empowerment en los micros y pequeñas Empresas rubro ventas al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018?	Objetivo General Identifica las principales características de la gestión de calidad con el uso de Empowerment en los micro y pequeñas Empresas rubro ventas al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz – 2018.	Empowerment	La universidad no aplica hipótesis en sus investigación , según su reglamento de investigación, por ser un trabajo de investigación descriptivo no se planteara una Hipótesis.	El tipo de investigación: Cuantitativa	Técnica: Encuesta. Instrumento: Cuestionario.
	Objetivos específicos:			Nivel de investigación: Descriptivo	
	a) Identificar las principales características de los representantes en las Micro y Pequeñas empresas rubro ventas al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018.			Diseño de la investigación: no experimental–transversal.	
	b) Identificar las principales características de Micro y Pequeñas Empresas rubro ventas al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) Huaraz, 2018.			Población: 103 gerentes de las empresas de venta al por menor de calzado.	
c) Identificar las principales características de gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresa rubro ventas al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018.		Muestra: A 81 gerentes de venta al por menor de prendas de vestir (calzados) en la ciudad de Huaraz 2018.			
d) Identificar las principales características de Empowerment en las Micro y Pequeñas empresas rubro ventas al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) Huaraz, 2018.					

4.7. Principios éticos

En el presente trabajo de investigación, se utilizó los siguientes Principios Éticos como: **a) Protección a las personas:** se debe tener en claro que es importante cuidar la integridad de los participantes en la investigación respetando la dignidad humana, su identidad, la confidencialidad y su privacidad. Así mismo los resultados de la información se deben guardar cierto grado de confidencialidad para no dañar la identidad de las personas, mucho menos la privacidad y no vulnerar los derechos humanos. **b) Libre participación y derecho a estar informado:** Todos los participantes que ayudaron en la investigación lo hicieron con su pleno consentimiento informado, utilizando su información solo para fines específicos establecidos en el informe **c) beneficencia y no maleficencia:** La información solicitada a los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro de calzados, se realizó de forma ordenada, oportuna, considerando el tiempo y el lugar adecuado, respetando cada opinión brindada. **d) Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad:** Para el proceso de realización del trabajo de investigación se utilizó las encuestas y el material informativo para evaluación por parte del asesor, para los cuales se utilizó hojas de reciclaje. **e) Justicia:** esta antes que los intereses personales por lo que la investigación debe tener una actitud razonable y dar fe a que todos los conocimientos adquiridos se utilicen para prácticas justas, reconociendo en todo momento la equidad y la justicia para todas las personas que participan en proyecto. **f) Integridad científica:** no se realizaron adulteraciones que afecten la integridad de datos e información a recabar para el estudio, impidiendo finalmente repercutir a quienes participaron en ello cumpliendo con las normas deontológicas de la administración.

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 3.

Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.

Datos Generales	n	%
Edad		
18 - 30 años	1	1,20
31 - 50 años	45	55,60
51 años a mas	35	43,20
Total	81	100,0
Genero		
Masculino	56	69,10
Femenino	25	30,90
Total	81	100,0
Grado de instrucción		
Primaria	4	4,90
Secundaria	45	55,60
Universitario	32	39,50
Total	81	100,0
Cargo que desempeña		
Dueño	27	33,30
Administrador	30	37,10
Gerente	24	29,60
Total	81	100,0
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 - 3 años	13	16,00
4 - 6 años	43	53,10
7 años a mas	25	30,90
Total	81	100,0

Fuente: Cuestionario Aplicado a los Representantes de las Micros y Pequeñas Empresas, rubro ventas al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Tabla 4*Características de las Micro y Pequeñas Empresas.*

De la Empresa	n	%
Tiempo de permanencia en la empresa		
0 - 3 años	6	7,40
4 - 6 años	43	53,10
7 años a mas	32	39,50
Total	81	100,0
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	6	7,40
6 a 10 trabajadores	45	55,60
11 a más trabajadores	30	37,00
Total	81	100,0
Las personas que trabajan en su empresa		
Familiares	21	25,90
Personas no familiares	33	40,70
Conocidos	27	33,30
Total	81	100,0
Objeto de creación		
Generar Ganancia	16	19,80
Subsistencia	36	44,40
Ganar Dinero	29	35,80
Total	81	100,0
Tipo de empresa de acuerdo a su constitución		
Persona Natural	18	22,20
EIRL	34	42,00
SAC	29	35,80
Total	81	100,0

Fuente. cuestionario Aplicado a los representantes de las micros y pequeñas, rubro venta al por menor de prendas de vestir calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Tabla 5*Características de gestión de calidad en las Micros y Pequeñas Empresas.*

De la Línea		
Gestión de calidad	n	%
Usted identifica los objetivos trazados para su empresa para que estas sean cumplidas adecuadamente		
Si	41	50,60
No	33	40,70
A veces	7	8,60
Total	81	100,0
Usted como gerente de la empresa considera que se debe contar con un plan de trabajo		
Si	49	60,50
No	26	32,10
A veces	6	7,40
Total	81	100,0
Usted como gerente verifica los logros obtenidos de su plan de mejora en su empresa		
Si	45	55,60
No	34	42,00
A veces	2	2,50
Total	81	100,0
Cree usted que es necesario comprobar todas las acciones correctivas que se desarrolla en su empresa		
Si	47	58,00
No	31	38,30
A veces	3	3,70
Total	81	100,0
En su empresa contribuyen al logro de los objetivos		
Si	42	51,90
No	35	43,20
A Veces	4	4,90
Total	81	100,0

Fuente. cuestionario Aplicado a los representantes de las micros y pequeñas, rubro venta al por menor de prendas de vestir calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018.

Tabla 6*Características de Empowerment en las Micro y Pequeñas Empresas.*

De la Variable Empowerment	n	%
En su empresa hay confianza con sus colaboradores		
Si	42	51,90
No	35	43,20
A veces	4	4,90
Total	81	100,0
Usted delega autoridades a sus colaboradores		
Si	50	61,70
No	30	37,00
A veces	1	1,20
Total	81	100,0
Cada que tiempo capacita a sus colaboradores		
Si	47	58,00
No	33	40,70
A veces	1	1,20
Total	81	100,0
Considera buena estrategia consultar o pedirles una opinión a sus colaboradores		
Si	37	45,70
No	35	43,20
A veces	9	11,10
Total	81	100,0
En su empresa para usted es importante la evaluación con sus directivos		
Si	29	35,80
No	34	42,00
A Veces	18	22,20
Total	81	100,0
Usted se siente auto motivado por los trabajos realizados		
Si	44	54,30
No	34	42,00
A Veces	3	3,70
Total	81	100,0

Fuente. cuestionario Aplicado a los representantes de las micros y pequeñas, rubro venta al por menor de prendas de vestir calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de huaraz, 2018.

5.2. Análisis de resultados

Tabla 3

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

En la edad el 55.60% de los representantes del rubro de calzado tienen 31 a 50 años (Tabla 3), este resultado coincide con la investigación de Cornejo (2018) quien manifiesta el 49,00% de los gerentes tienen de 50 años. Esto nos demuestra que la mayoría de los representantes son personas adultas de 31 a 50 años de edad, porque los representantes cuentan con mucha experiencia, compromiso y responsabilidad para administrar sus negocios.

En cuanto al género el 69,10% de los representantes de las micros y pequeñas empresas son de género masculino (Tabla 3), estos resultados coincide en su mayoría con los resultados encontrados por Cornejo, (2018) que manifiesta que un 70,00% de los representantes son de género masculino. Estos resultados demuestran en la actualidad los representantes de las micros y pequeñas empresas que predomina el sexo masculino en el rubro de calzados donde demuestran que emprenden en su negocio buscando ser cada día mejor en el mercado.

El grado de instrucción, el 55,60% de los representantes cuenta con un nivel secundaria (Tabla 3). Estos resultados coinciden en su mayoría con los resultados obtenidos por cornejo (2018) el cual manifiesta que un 44,00% de los representantes cuentan con nivel secundaria. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro calzados la mayoría de los representantes cuentan con un nivel universitario donde les va permitir aplicar diversas estrategias, así siendo competitiva en el mercado.

El 37,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el

cargo de Administrador del negocio (Tabla 3), estos resultados coinciden con Cornejo (2018) quien afirma que el 80,00% de los representantes tienen el cargo como Administrador. Esto evidencia que la mayoría de los representantes en las micro y pequeñas empresas rubro calzados, están dirigiendo el negocio a través de una buena administración.

Tiempos que los representantes ocupan el cargo, el 53,10% de los delegados de las micros y pequeñas empresas ocupan el cargo de 4 a 6 años (Tabla 3). Nuestros datos son similares que nos presentan Salazar (2020) que manifiesta que un 37,14% que ocupan el tiempo de cargo de 4 a 7 años en el rubro. Estos resultados demuestran que en la actualidad las micro y pequeñas empresas en su mayoría tiene de 4 años lo que demuestra que son ya antiguos negocios y siguen en continuidad en el negocio de calzados, pero teniendo todo este tiempo en el mercado no han logrado tener la estructura de gestión de calidad.

Tabla 4

Referencias a las características de las micro y pequeñas empresas

El 53.10% de las micro y pequeñas empresas tiene una permanencia en el rubro de 3 a 4 años (Tabla 4), este resultado coincide con Castillo (2020) que manifiesta que un 45% de las micro y pequeñas empresas están en el rubro de 3 a 4 años, en cambio nuestros resultados contrastan con lo que presenta Salazar (2020) quien menciona que el 43,30% de las micros y pequeñas empresas tienen la permanencia de 3 años a más en el rubro de calzados. Esto evidencia que la mayoría de la micro y pequeñas empresas rubro calzados tienen de 3 a 4 años de tiempo en el mercado de su rubro brindando una atención de calidad, de manera que no existe el fracaso de estas Mypes.

El 55,60% de las micro y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores (Tabla 4), este resultado coincide con Salazar (2020) que manifiesta que un 48,57% de las micro y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores laborando. Esto evidencia que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro cazados están conformadas entre 6 a 10 trabajadores, pues creen que es la cantidad suficiente de colaboradores para hacerse cargo de la empresa.

Personas que trabajan en su empresa, el 40,70% de las micros y pequeñas empresas encuestados trabajan con personas no familiares (Tabla 4), los resultados coinciden con los resultados mostrados por Cornejo (2018) quien muestra que el 68,49% de sus colaboradores no son familiares. Esto demuestra que en la actualidad la mayoría de las de MyPes en estudio, sus trabajadores no son familiares, esto para cuando ocurra alguna discrepancia no surja la posibilidad de poner en riesgo el desarrollo de la empresa.

El 44,40% de las micro y pequeñas empresas tiene como objetivo de creación la subsistencia (Tabla 4), estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Salazar (2020) quien manifiesta que el 45,71% de las micro y pequeñas empresas tienen como objeto de creación la subsistencia. Esto evidencia que la mayoría de las micro y pequeñas empresas venta al por menor de prendas de vestir calzado y artículos de cuero en comercios especializados (Calzados) en la ciudad de Huaraz - 2018, tiene como fin con el objetivo la subsistencia para sobrevivir en el mercado.

Con respecto a la constitución de la empresa el 42,00% los representantes de las micros y pequeñas empresas fueron registrados como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (tabla 4). Respecto a ello se buscaron antecedentes en los repositorios de las diferentes universidades, sin encontrarse datos que permiten

contrastar con los resultados hallados en esta investigación, esto pone en evidencia que en investigaciones similares no ha sido considerada de relevancia los datos consignados en esta investigación.

Tabla 5

Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas

50,60% de las micros y pequeñas empresas identifican los objetivos trazados para la empresa para que estas sean cumplidas adecuadamente (Tabla 5), estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Pucutay (2019) quien determina que el 48,57% si logran los objetivos que ha trazado la empresa por lo cual permite a las empresas que sea más eficaz. Esto evidencia que las micro y pequeñas empresas del rubro calzados la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de las empresas; así mismo ayudara a alcanzar objetivos y metas trazadas por la empresa y aumentar su rentabilidad.

El 60,50% de los representantes manifiestan que si consideran que se debe contar con un plan de trabajo (Tabla 5), estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Salazar (2020) donde el 88,9% analiza las posibles causas que generan problemas debe contar con un plan de trabajo. Estos resultados demuestran que en la actualidad que solo alguno de los representantes de las micros y pequeñas empresas del rubro calzados diagnostican contar con un plan de trabajo en sus empresas.

El 55.6% si verifican los logros obtenidos de su plan de mejora en su empresa (Tabla 5), estos resultados coinciden por los resultados encontrados por Cornejo (2018) quien manifiesta el 75,16% verifican casi siempre sus logros obtenidos durante la actividad dentro de la empresa. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micros y pequeñas empresas están en constante

de búsqueda de mejorar y surgir en el mercado, estas búsquedas de factores ayudara a mejorar la gestión de calidad dentro de ellas esta el empoderamiento que busca que el negocio mejore y así obtener ganancias.

El 58,00% de los representantes de las micros y pequeñas empresas si consideran que es necesario comprobar todas las acciones correctivas que se desarrolla en la empresa (Tabla 5), estos resultados coinciden con resultados obtenidos por Castillo (2020) donde indican que el 47,06% la observación las acciones correctivas que se desarrollan en la empresa. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las MyPes del rubro calzados realizan propuestas de mejora en base a las acciones correctivas para poder volver a tomar buenas decisiones y seguir adelante con el negocio.

Con respecto que en su empresa contribuyen al logro de los objetivos 51,90% los representantes mencionen si consideran contribuir los objetivos en su empresa (Tabla 5), esto demuestra que la mayoría de las micros y pequeñas empresas rubro venta de calzados en la ciudad de Huaraz. Deben realizar estrategias para la motivación hacia sus colaboradores, organizando lluvias de ideas, reconociendo los logros, fidelizando a más clientes y así poder posicionarse a grandes mercados.

Tabla 6

Características de Empowerment en las micro y pequeñas empresas.

Con respecto la confianza del colaborador hacia el gerente: el 51.90% realiza capacitaciones para generar confianza entre el representante y colaborador (Tabla 6), respecto a ello se buscaron antecedentes en los repositorios de las diferentes universidades nacionales, sin encontrarse datos que permitan contrastar o coincidir con los resultados hallados en esta investigación, pero es importante mencionar

Pinedo y Rondón (2016) quien afirma para empoderar a un colaborador es importante que debe existir confianza entre el representante de la empresa y el colaborador. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro prendas de vestir, la mayoría de los gerentes impulsan la confianza mediante capacitaciones a los colaboradores.

El 61.70% considera que delega autoridades a sus colaboradores (tabla 6), este resultado se asemeja con Cornejo, (2019) que el 98% el autoestima y confianza impulsa a cumplir metas y objetivos de la empresa, pero contrasta con su investigación de Córdoba y León (2016) que el 37.5% delega autoridad a sus colaboradores a mejorar el desempeño laboral. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro de calzados realizan una delegación de autoridades a sus colaboradores para que puedan trabajar de manera eficiente y que cumplan las expectativas de los gerentes lograr las metas y objetivos establecidas.

El 58.00% de los representantes mencionan que siempre capacitan a sus colaboradores (Tabla 6), estos resultados coinciden por los resultados obtenidos por Cornejo (2019) quien manifiesta que el 72% siempre hacen capacitación a sus colaboradores para que puedan lograr con la misión y visión dada por la organización. Estos resultados evidencian en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro prendas de vestir capacitan a sus colaboradores con la finalidad de cumplir con su misión y visión de la empresa, permitiendo a cumplir sus metas trazadas a futuros.

El 45,70% de los representantes mencionan que si considera una buena estrategia consultar o pedirles una opinión a sus colaboradores (Tabla 6). Estos

resultados evidencian que los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro calzados los considera una buena estrategia consultar o pedirles una opinión a sus colaboradores.

Con respecto es importante la evaluación con sus directivos: el 42,00% el gerente otorga a su colaborador a tomar decisiones (tabla 6). Esto evidencia en que las micro y pequeñas empresas del rubro prendas de vestir en la ciudad de Huaraz, 2019 casi la mitad de los colaboradores toman decisiones al momento que pueda existir un reclamo por parte del cliente.

El 54,30% de los representantes si consideran que se sienten automotivado por los trabajos realizados durante la actividad en la empresa (Tabla 6), estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Pucutay (2019) quien manifiesta que el 75,00% si impulsan el autoestima y la confianza en la empresa. Estos resultados demuestran que la mayoría de los gerentes impulsan la automotivación de sus trabajos realizados de sus colaboradores.

VI. Conclusiones

Respecto al objetivo específico N° 1

En totalidad de las micro y pequeñas empresas la mayoría de los representantes tienen de 31 a 50 años de edad, son de género masculino, grado de instrucción secundaria, con cargos que desempeñan son administradores, el tiempo que desempeñan son de 4 a 6 años. Por lo tanto, su rol protagónico es importante en el desarrollo de las empresas de Zapaterías, ya que cuentan con la preparación adecuada de dirigir la organización de forma óptima estableciendo criterios como personas con experiencia.

Respecto al objetivo específico N° 2

En totalidad de las micro y pequeñas empresas del rubro ventas al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, el tiempo de permanencia que tiene en el mercado es de 4 a 6 años, constituidos como una empresa E.I.R.L con el único fin de generar ganancias, contando con 6 a 10 trabajadores, sus colaboradores son personas no familiares, su objetivo de creación es subsistencia, a este se puede mencionar que el rubro de ventas de calzado están creciendo y por ende tiene la continuidad de estar la brecha del ciclo de vida de una organización.

Respecto al objetivo específico N° 3

Es de acuerdo a las características referente a la gestión de calidad que contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, así mismo ayudara a las empresas a alcanzar objetivos y metas trazadas por la empresa, en la gran mayoría absoluta usan como

técnicas de Empowerment, a su vez impide una adecuada gestión de calidad por la excesiva rotación de personal, donde la mayoría de los representantes si creen que es necesario comprobar todas las acciones correctivas que desarrolla la empresa, así mismo la empresa si contribuye al logro de los objetivos.

Respecto al objetivo específico N° 4

Es en cuantas características de Empowerment va ser mucha importancia ya que permite aplicar diferentes estrategias de empowerment con los colaboradores que ayudaran a trabajar en equipo y de esa forma llegar de manera conjunta al éxito cumpliendo sus metas y objetivos trazados, teniendo en cuenta sus colaboradores tengan un mejor desenvolvimiento en sus puestos, perseverando y dando lo mejor de todo en la atención a sus clientes y satisfaciendo sus necesidades que tienen ellos.

Recomendaciones

En cuanto a las características de los representantes se le recomienda que puedan realizar datos informativos de manejo de una empresa para poder incrementar sus conocimientos en manejo de herramientas administrativas, de tal forma siempre asistir en las capacitaciones gratuitas que hay en el colegio de licenciados de Administración de Áncash- CORLAD.

Respecto a las micro y pequeñas empresas se debe de realizar las fases de la vida de la empresa; introducción, crecimiento y madurez, de esta manera poder entender que las empresas tienen fases de vida, para poder emprender de acuerdo a su crecimiento y poder lograr una mayor participación dentro del mercado, a su vez teniendo la finalidad de contribuir con el desarrollo y participación en el rubro de ventas de calzados.

En cuanto a la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Huaraz, deben de concretar un plan de trabajo detallado, en el cual debe partir desde la identificación clara de la problemática de situación actual de las empresas, y teniendo en cuenta de establecer objetivos en un tiempo determinado, permitiendo establecer metas y estrategias que puedan ayudar a dar solución al problema que se presente dentro de la empresa.

Respecto al Empowerment, las micro y pequeñas empresas deben capacitarse y conocer acerca de las herramientas más importantes que es el empowerment, esto permite que tanto el gerente y el colaborador estén empoderados, tenga la responsabilidad de poder delegar autoridad y que sean capaces de resolver cualquier inquietud que puedan suscitar dentro de la empresa.

Referencias bibliográficas

- Agencia Peruana de Noticias. (09 de Octubre de 2011). *Agencia Peruana de Noticias*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-el-967-productores-calzado-peru-son-microempresas-381243>.
- Amezcu, E. L., Pérez , V., y Quiroz de la Cruz, E. (12 de 07 de 2019). El empowerment como estrategia de crecimiento del talento humano. *Ciencia Administrativa*. Obtenido de <https://www.uv.mx/magerhto/files/2019/11/El-empowerment-como-estrategia-de-crecimiento-del-talento-humano.pdf>
- Castillo, S. Y. (2020). *Empowerment en las micros y pequeñas empresas del rubro ferretería: Caso empresa multiservicios mayeli, distrito Anchiuay, la Mar, Ayacucho,2020*. Universidad Católica Los Ángeles de Chombote- Uladech, Ayacucho. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/EMPOWERMENT_FERRETERIA_Y_GESTION_DE_CALIDAD_CASTILLO_QUISPE_SAIDA_YULIZA.pdf
- Cornejo, L. (2018). *Caracterización de la competitividad y Empowerment de las Mype del rubro bodegas de la san José, provincia piura, año 2018*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Uladech, Piura. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/EMPODERAMIENTO_CALIDAD_CORNEJO_CEDANO_LUIS_EDUARDO.pdf
- Córdoba, V., y León, Z. (2016). *Empowerment y la toma de decisiones en la Cooperativa de ahorro y crédito San Pedro De Andahuaylas Agencia Cusco 2016*. Cusco: Universidad Andinadel Cusco. Obtenido de http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/781/3/Vanessa_Zack_Tesis_bac_hiller_2017.pdf
- Cortés, J. M. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Málaga, Spain: ICB.<https://elibro.net/es/ereader/uladech/56053>.
- Congreso de la Republica. (2013). *Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley MYPE y otras normas para las micro y pequeñas empresas*. Obtenido de <https://www.mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>

- Cruz, M., López, E., Cruz, R., y Meneses, G. (29 de Enero de 2019). *¿Por qué no crecen las Micro y Pequeñas empresas en México?* Obtenido de https://www.ecorfan.org/actas/A_1/29.pdf
- Gonzales, E., y Mamani, Y. (2016). *Marketing interno y empowerment de talento humano de la empresa el Fogón, Huaraz, 2016*. Universidad nacional Santiago Antúnez de Mayolo. Huaraz: Universidad Nacional Santiago Antúnez De Mayolo. Obtenido de <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/2064>
- González, D., y Carro, R. (2015). *Administración de calidad total*. Mar del plata: Universidad de mar del plata.
- Guanipa, L. (. (2019). *Empowerment para la conformación de equipos de alto desempeño en estudios de posgrado en CirugíaBucomaxilofacial del Hospital "Dr. Adolfo Prince Lara"*. D - Universidad de Carabobo. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/122230>
- Emprende Pyme. (17 de Julio de 2018). *Importancia del empowerment en la gestión empresarial*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/importancia-del-empowerment-en-la-gestion-empresarial.html>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Lopez, C., y Monge, J. (2017). *El empowerment en la administración de la municipalidad distrital de ascensión en el año 2017*. Licenciado en Administración , Universidad Nacional de Huancavelica, Escuela profesional de administración , Huancavelica. Obtenido de <http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/1578/TESIS%20LOPEZ%20BELITO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2012). *Distribución del Canon Minero*. Lima: MEF.
- Ojeda, G. (2016). *Modelo basado en la herramienta Empowerment para mejorar la*

calidad de atención al cliente en una pequeña empresa del sector manufacturero en Huajuapán de León, Oaxaca. Universidad Tecnológica de Mixteca., Oaxaca. Obtenido de http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/9946.pdf.

Pinedo, T., y Rondón, L. (2016). *El empowerment y la efectividad del trabajador en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos zona registral n° VII – sede Huaraz, 2016.* Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. Huaraz: Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. Obtenido de <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/1847>

Pucutay, B. (2019). *Gestión de calidad con el uso de empowerment en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de impresión, en el jr. Elías Aguirre 5ta cdra Chimbote, 2016.* Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Escuela Profesional de Administración, Chimbote. doi:http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10503/EMPOWERMENT_GESTION_DE_CALIDAD_PUCUTAY_VALVERDE_BETTY_JULISSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Aguirre, L., Rusconi, J., Turano C., Todesca A., y Zapata, L. (01 de Octubre de 2020). *Covid-19 y su impacto en las pymes argentinas.* Obtenido de https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr22/PBR_22_12.pdf

Ríos, M. (2015). *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de Huanchaco año 2014.* Trujillo: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Salazar, Y. O. (2020). *Gestión de calidad con el uso de Benchmarking en las micro y pequeñas empresas del rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) de la ciudad de Huaraz, 2018.* Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Huaraz. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16404/>

Sage Experience. (11 de Octubre de 2016). *La importancia de la gestión*

empresarial. Obtenido de <https://www.sage.com/es-es/blog/la-importancia-de-la-gestion-empresarial/>

Tello, S. (2014). *Importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*. Lima: Universidad Alas Peruanas.

Torres, F. (2019). *Calzado*. México.: Industres. Obtenido de http://www.contactopyme.gob.mx/estudios/docs/calzado_edomex.PDF

Terry, W. (2000). *Manual del Empowerment: Cómo conseguir lo mejor de sus colaboradores*. Ilustrada. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=hGcff2WdPgwC&dq=empowerment&source=gbs_navlinks_s

Anexos

Anexo N° 1: Instrumento para la recolección de datos



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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas con el propósito de desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad con el uso de empowerment en las micros y pequeña empresas rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (calzado) en la ciudad de Huaraz, 2018. Para obtener el grado académico de bachiller en Administración. Se le agradece anticipadamente por la información que usted proporcione.

INTRUCCIONES:

Se presente un conjunto de 21 ítems, los cuales miden las dimensiones de Empowerment para mejorar la calidad en el rubro de calzados en la ciudad de Huaraz. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en esta encuesta.

I. GENERALIDADES:

1.1 REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador
- c) Gerente

5. Tiempo que desempeña en el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

1.2 REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Número de trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 7 a más años
- d) 11 a más trabajadores

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

10. Tipo de empresa de acuerdo a su constitución

- a) Persona natural
- b) EIRL
- c) SAC

1.3 REFERENTE A LA GESTIÓN DE CALIDAD

11. ¿Usted identifica los objetivos trazados para su empresa para que estas sean cumplidas adecuadamente?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

12. ¿Usted como gerente de la empresa considera que se debe contar

con un plan de trabajo?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

13. ¿ Usted como gerente verifica los logros obtenidos de su plan de mejora en su empresa?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

14. ¿ Cree usted que es necesario comprobar todas las correctivas que se desarrolla en su empresa?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

15. ¿ En su empresa contribuyen al logro de los objetivos?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

1.4 REFERENTE A EMPOWERMENT

16. ¿ Usted delega autoridades a sus colaboradores?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

17. ¿ En su empresa hay confianza con sus colaboradores?

- a) No
- b) Si
- c) A veces

18. ¿ En su empresa se da rotación de personal?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

19. ¿ Considera buena estrategia consultar o pedirles una opinión a sus colaboradores?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

20. ¿ En su empresa para usted es importante la evaluación con sus directivos?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

21. Usted se siente automotivado por los trabajos realizados

- a) Si
- b) No
- c) A veces

Anexo N° 2: Validación de Cuestionario

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante (Experto): José Fernando Escobedo Gálvez

1.1. Grado Académico: Mg. En Gestión Pública

1.2. Profesión: Licenciado en Administración

1.3. Institución donde labora: ULADECH católica

1.4. Cargo que desempeña: Coordinador de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación Filial Tumbes

1.5. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.6. Autor del instrumento: Rimac Amado Marisol

1.7. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: PLAN (PLANIFICAR)							
11	X		X		X		
Dimensión 2: DO (HACER)							
12	X		X		X		
Dimensión 3: CHECK (VERIFICAR)							
13	X		X		X		
14	X		X		X		
Dimensión 4: ACT (ACTUAR)							
15	X		X		X		
Dimensión 5: DELEGAR							
16	X		X		X		
Dimensión 5: DIRIGIR							

17	X		X		X		
Dimensión 6: ROTACION DE PUESTOS							
18	X		X		X		
Dimensión 7: EVALUACIÓN							
19	X		X		X		
20	X		X		X		
Dimensión 8: AUTODIRECCIÓN							
21	X		X		X		

Otras observaciones generales:

No muestra observación alguna, los indicadores contribuyen a desarrollar las dimensiones a investigar.



Firma
Escobedo Gálvez, José Fernando
DNI N° 44632438
CORLAD N° 09720

Anexo N°3: Directorio

N°	PROPIETARIO	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCIÓN
1	ALBORNOZ JULIANA	ZAPATERIAS/BAZAR	JR.CARAZ
2	ACHIC GONZALES ELIZABETH CELIA	ZAPATERIAS/BAZAR	LUZURIAGA
3	ADRIANO ALEJO PEREGRIN	ZAPATERIAS/BAZAR	LAWN TENIS
4	AGUILAR CALVO ALBERTO JUAN	AGUILAR	TARAPACA
5	AGUILARVILLACORTA ELMER ANTONIO	ZAPATERIAS/BAZAR	JULIAN DE MORALES
6	ALBARRAN OYOLA BILLY JHOSEP	D & D	MCAL ANDRES AVELINO CACER
7	ALBINAGORTA SALAZAR JULIO CESAR	CREACIONES DEPORT.JG	MERCADO CENTRAL
8	ALBORNOZ ARNAO DULA ROSSMERI	MULTISERV. Y CREACIONES CHONE	SEDOR DE BURGOS
9	ALEJO DE ALVARADO DONATA VICTORIA	ZAPATERIAS/BAZAR	CARAZ
10	ALIAGA DAVILA FABIO AUGUSTO	MULTISERVICIOS HUARAZ	JOSE DE LA MAR
11	ALMENDRADES JACHILLA ROSSANA	CREACIONES ROXANA	JUAN DE LA CRUZ ROMERO
12	ALMENDRADES NAZARIO ELIZABETH REBECA	MODICENTRO HUARAZ	HUALCAN
13	ALVARADO VALDIVIA EUGENIO VALENTIN	MODA FASHION MILENY	CARAZ
14	ALVERCA ESTELA BIBIANO MANUEL	COMERCIAL MANUEL	RAYMONDI
15	ANTUNEZ EVARISTO FERMINA EMILIANA	ZAPATERIAS/BAZAR	CARAZ
16	ARANA RODRIGUEZ LESLIE CAROL	MI PEQUEÑO EDEN	SAN MARTIN DE PORRES
17	ARAUJO PAUCAR ABEL ELIAM	HERMANOS ARAUJO	CARAZ
18	ARAUJO PAUCAR ELIZABETH FIDENCIA		MERCADO CENTRAL DE HUARAZ
19	ARAUJO PAUCAR SANTA MONICA	BAZAR ANNGIE	MCDO.CENTRAL PUESTO B
20	ARAUJO ROSA ISABEL	ZAPATERIAS/BAZAR	SAN MARTIN
21	AREVALO CAMONES ANTONIO PEREGRINO	ZAPATERIAS/BAZAR	GUADALUPE TAJA
22	ARIAS BLAS ALEJANDRINA TIMOTEA	ZAPATERIAS/BAZAR	LUZURIAGA
23	ARTEAGA DEL POZO TAYLOR FRANCISCO	GAMARRITA'S KIDS	LUZURIAGA
24	ARTEAGA VELASQUEZ DENNIS	EL CHARLY DEL JEAN	RAYMONDI

	ELIO		
25	ARTEAGA VELASQUEZ GIPSON JAMES	EXCLUSIVIDADES LESLIE	RAYMONDI
26	ARTEAGA VELASQUEZ JUAN RUBEN	EXCLUSIVIDADES GIORDANO	SAN CRISTOBAL
27	AVILA DE CASTAÑEDA HERLINDA	BAZAR ARENA MACHMR	AGUSTIN GAMARRA
28	BACA CASTILLO MELISSA PATRICIA	HEIDY'S	AGUSTIN LARREA Y LAREDO
29	BACA MEZA MARIBEL MAYLU	BAZAR TTITO	SAN CRISTOBAL
30	BARDALES BONARIVA YOLANDA	BOUTIQUE SECRETOS DE SOLHE	LUZURIAGA
31	BARRETO GOMEZ GLADIS GRAVIELA	BAZAR CONFEC.GABY	CORAL VEGA
32	BARRETO GOMEZ TITO ANTONIO	SASTRERIA "BARRETO"	DANIEL CORAL VEGA
33	BARRIENTOS HUANE VANESSA	BAZAR TATIANA	SAN CRISTOBAL
34	BAUTISTA GARAY TORIBIO BELTRAN	CALZADOS MIJAHIEL	CARAZ
35	BAZAN PRINCE HERNAN CRISTIAN	D'CRIS FASHION	JUAN DE LA CRUZ ROMERO
36	BEDRIÐANA DE CABALLERO INES	BAZAR COMERCIAL ALPAMAYO	JUAN DE LA CRUZ ROMERO
37	BERNUY ALVARADO CINTHIKATHERIN	BOUTIQUE EXTRAVAGANZA	JULIAN DE MORALES
38	BRONCANO DE CADILLO ALEJANDRINA TEODORA	ZAPATERIAS/BAZAR	LUZURIAGA
39	BUSTAMANTE ATANACIO NANCY HAYDEE	DISTRIBUIDORA KAFIO	RAYMONDI
40	CACERES ISIDRO FELIPA BACILIA		CORAL VEGA
41	CACHA MORALES JUAN DE LA CRUZ	COMERCIAL GISELA	CARAZ
42	CARLOS ASTETE OLIVIA ALINA	MODA Y ESTILOS	JOSE DE SUCRE
43	CASA DE LOS PANTALONES S. R. L TDA	ZAPATERIAS/BAZAR	LUCAR Y TORRE
44	CASTILLO ALVARADO		

	HERCULES	TOVARAS STORES	JOSE DE SAN MARTIN
45	CASTILLO LAZARO PEREGRINAOLINDA	ZAPATERIA GISELLE	13 DE DICIEMBRE
46	CASTRO BECERRA FELIX ALFONSO	CREACIONES Y BAZAR F. CASBE	JOSE DE SAN MARTIN
47	CASTRO GAMEZ ARELY ELIZABETH	LA LOMPA FASHON	JUAN DE LA CRUZ ROMERO AR
48	CASTRO PALACIOS ESTALINO		ROSAS PAMPA
49	CAYCHO GONZALES MAXIMINA CANDY	IMPORTACIONES TINA	SAN MARTIN
50	CCOYCCOSI SUNI CESAR	ZAPATERIAS/BAZAR	FITZCARRALD
51	CCOYCCOSI SUNI RUDECINDO	CCOYCCOSI	FITZCARRALD
52	CELESTINO ADVINCULA JUAN CARLOS	BAZAR Y CONFECCIONES JCA	JOSE DE LA MAR
53	CELMÍ JAMANCA CIRILO	SOMBRERERIA EL MEXICANITO	HUASCARAN
54	CERNA LEYVA JUDITH YANETT	MULTISERVICIOS DJ	SAN CRISTOBAL
55	CHAVEZ FLORES FILOMENO VICENTE	ZAPATERIAS/BAZAR	SAN CRISTOBAL
56	CHAVEZ GARCIA FORTUNATO MAGLORIO	BAZAR CHAVEZ	CARAZ
57	CHAVEZ GARCIA JUAN GUALBERTO	ZAPATERIAS/BAZAR	HUALCAN
58	CHAVEZ HUANTO IRMA ALBERTA	ZAPATERIAS/BAZAR	SAN CRISTOBAL
59	CHAVEZ MAGUIDA LORGIA ADELA	CALZASPORT PIOLIN	FITZCARRALD
60	CHINCHAY VASQUEZ CARMEN DORIS	ZAPATERIA MILEIDI	SAN CRISTOBAL
61	CHUCHO JAMANCA DAVID RONALD	CREACIONES ANITA	PUESTO NRO. B-6-3
62	COCHACHIN CELESTINO REYNA ADELA	BAZAR MODA ACTUAL	CARAZ
63	COCHACHIN MENDEZ KEVIN JEREMIAS	CASA DE DEPORTES	LUZURIAGA
64	CORDOVA BARCO ESTEBAN	ZAPATERIA NORTEITO	HUALCAN
65	CORDOVA SAMBRANO YOLANDA	TIEDA YOLY	MARISCAL LUZURIAGA
66	CORDOVA UTIA LILIANA MARIBEL	CREACIONES "TRES PRINCESAS"	MERCADO CENTRAL DE HUARAZ

67	CORNEJO VALVERDE ALEJANDRO JESUS	EL Y ELLA BOUTIQUE	MCAL.TORIBIO DE LUZURIAGA
68	CRUZ LEYVA RAISSA EMELY	ZAPATERIAS/BAZAR	LUZURIAGA
69	D'SHARON E.I.R.L.	ZAPATERIAS/BAZAR	JULIAN DE MORALES
70	DE LA CRUZ MORENO DENISSE PAOLA	BOUTIQUE UTOPICA	OCTAVIO HENOSTROZA
71	DEL CASTILLO PUITIZA JAMES GUSMAN	EXCLUSIVIDADES NELLY	CARAZ
72	DEPAZ LEYVA CELIA DIOSSYN	SHOPPING CENTER	LUZURIAGA
73	DEXTRE BOCETA PEDRO ANSELMO	TIENDA DEPORTIVA WINNERS	SOLEDAD
74	DIAZ GUERRA MICHAEL RAUL	STYLE LIFE	ANTONIO RAYMONDI
75	DIAZ LUDENA ALAMIRO	ZAPATERIAS/BAZAR	SAN MARTIN
76	CHAVEZ RAMOS MILA YOLANDA	ZAPATERIA MILUSKA	27 DE NOVIEMBRE
77	ENRIQUEZ MORALES LUZ MARLENE	BAZAR AYSHANE	LUZURIAGA STAND-04
78	ESPINOZA DAMIAN ANDRES	COMERCIAL AMYZ	SORIANO INFANTE
79	ESPINOZA OLACUA JUANA	ZAPATERIAS/BAZAR	SAN CRISTOBAL
80	FERNANDEZ GUEVARA ANTONIO DIONISIO	MULTISERVICIOS ANTONI'S	CARAZ
81	FERNANDEZ TOLEDO JANETT MAXIMA	MULTISERVICIOS MELANNY	CAYETANO REQUENA
82	FIGUEROA CANO MIGUEL	ZAPATERIAS/BAZAR	HUALCAN
83	FIGUEROA GONZALES GEREMIAS DAVID	ZAPATERIAS/BAZAR	CARAZ
84	FIGUEROA JAMANCA DEMETRIO JUSTINO	STIVEN KIDS	HUALCAN
85	FIGUEROA MORALES LIBIA VICTORIA	STILOS VIKY	HUALCAN
86	FIGUEROA ROSAS JESUS ABELARDO	M & S ELECTROPLAYER	FITZCARRALD
87	FIGUEROA SAL Y ROSAS SOFIA IRENE	CALZADURA NELY	CARAZ
88	SILVESTRE RODRIGUEZ YULISA	ALMACENES ESPECIALIZADOS,	

	VERONICA	ZAPATERIAS/BAZAR	JR. CARAZ N° 450
89	RODRIGUEZ ROBLES LINDA LIZETH	ALMACENES ESPECIALIZADOS, BOUTIQUE, BAZARES ZAPATERIAS/BAZAR	JR. JULIAN DE MORALES N° 511 ZONA COMERCIAL.
90	MUÑOZ RIOS RAQUEL EXMIRNA	ALMACENES ESPECIALIZADOS, BOUTIQUE, BAZARES ZAPATERIAS/BAZAR	JR. CAYETANO REQUENA – ZONA COMERCIAL
91	MARCOS LAVADO DE ALEGRIA RUTH FRIORELLA	ALMACENES ESPECIALIZADOS, BOUTIQUE, BAZARES, ZAPATERIAS/ VENTAS DE ROPAS.	AVENIDA CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL DSTE N° 140 PEDREGALALTO.
92	HEREDIA SAAVEDRA GIOVANNA SOLEDAD	ALMACENES ESPECIALIZADOS, BOUTIQUE, BAZARES ZAPATERIAS/BAZAR	AV. GAMARRA N° 780 – ZONA COMERCIAL
93	INVERSIÓN MINAYANES FENDEZ S.A.C	ALMACENES ESPECIALIZADOS, BOUTIQUE, BAZARES	PASAJE JOSE DE LA MAR N° 449.
94	ALVA ROSALES SAIRA LISET	ALMACENES ESPECIALIZADOS, BOUTIQUE, BAZARES ZAPATERIAS/BAZAR	JR. SAN CRISTOBAL N° 369 – CONO ALUVINICO OESTE
95	POMAR SANCHEZ MARITZA	ALMACENES ESPECIALIZADOS, BOUTIQUE, BAZARES, ZAPATERIAS/ VENTAS DE ROPAS.	JIRON CARAZ N° 468- CONO ALUVINICO OESTE
96	GONZALES CASTRO PERCY	ALMACENES ESPECIALIZADOS, BOUTIQUE, BAZARES, ZAPATERIAS/ VENTAS DE ROPAS.	AV. TORIBIO LUZURIAGA 1ER. PISO MELAZINO Y SOTANO N° 415- ZONA COMERCIAL
97	HOLY S.A.C.	ALMACENES ESPECIALIZADOS, BOUTIQUE, BAZARES, ZAPATERIAS/ VENTAS DE ROPAS.	JR. JULIAN DE MORALES N°560 ZONA COMERCIAL
98	BARBUDO HARO GINA	ALMACENES ESPECIALIZADOS, BOUTIQUE, BAZARES ZAPATERIAS/BAZAR	JR. SAN CRISTOBAL 2DO PISO N° 1015
99		ALMACENES ESPECIALIZADOS,	

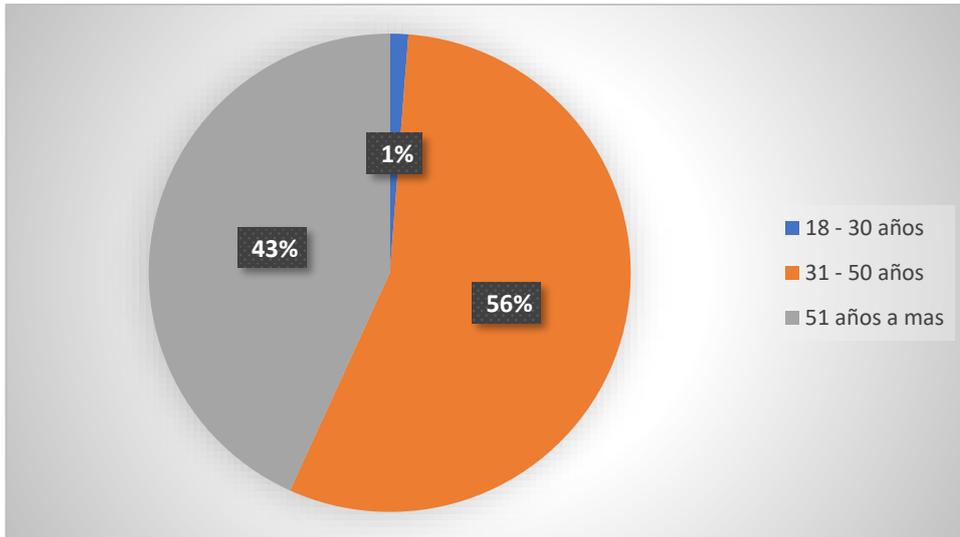
	PEREZ DIAZ ROY DENNIS	BOUTIQUE, BAZARES ZAPATERIAS/BAZAR	AV. 28 DE JULIO 1° PISO N° 668 ZONA COMERCIAL
100	INVERSIONES VIOLETA MINAYA E.I.R.L.	ALMACENES ESPECIALIZADOS, BOUTIQUE, BAZARES ZAPATERIAS/BAZAR	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO ARNAO MERCADO CENTRAL TIENDA E- 11 S/N ZONA COMERCIAL.
101	DEXTRE RAFAEL JAKKE BRYAN	ALMACENES ESPECIALIZADOS,	AV. 27 DE NOVIEMBRE N° 607 HUARUPAMPA
102	LUGO CERDA MILAGROS JANET	ALMACENES ESPECIALIZADOS, BOUTIQUE, BAZARES ZAPATERIAS/BAZAR	JR 28 DE JULIO N° 678- ZONA COMERCIAL
103	FLORES CHUMBILE GLORIA MARIA.	ALMACENES ESPECIALIZADOS, BOUTIQUE, BAZARES ZAPATERIAS/BAZAR	AV. LUZURIAGA N° 1204 ZONA COMERCIAL.

Anexo N° 4: Figuras

Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.

Figura 1.

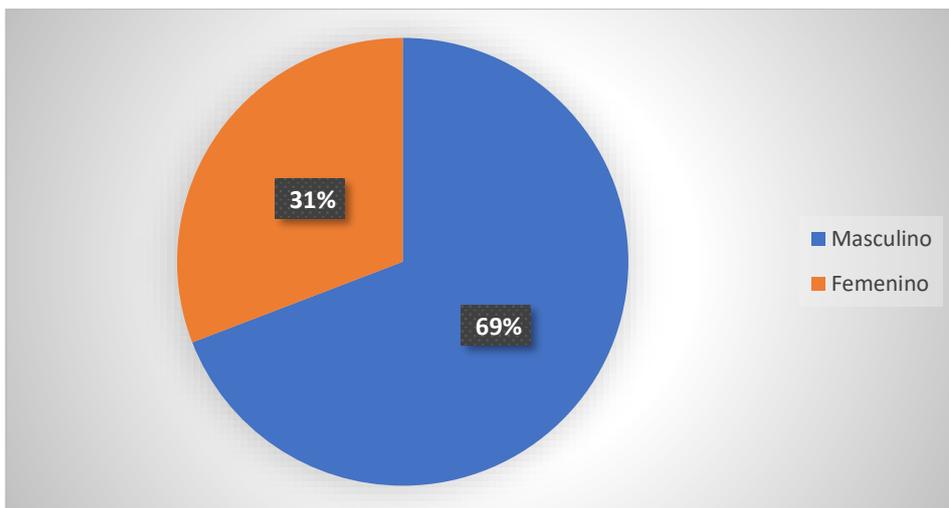
Edad



Fuente. Tabla 3

Figura 2.

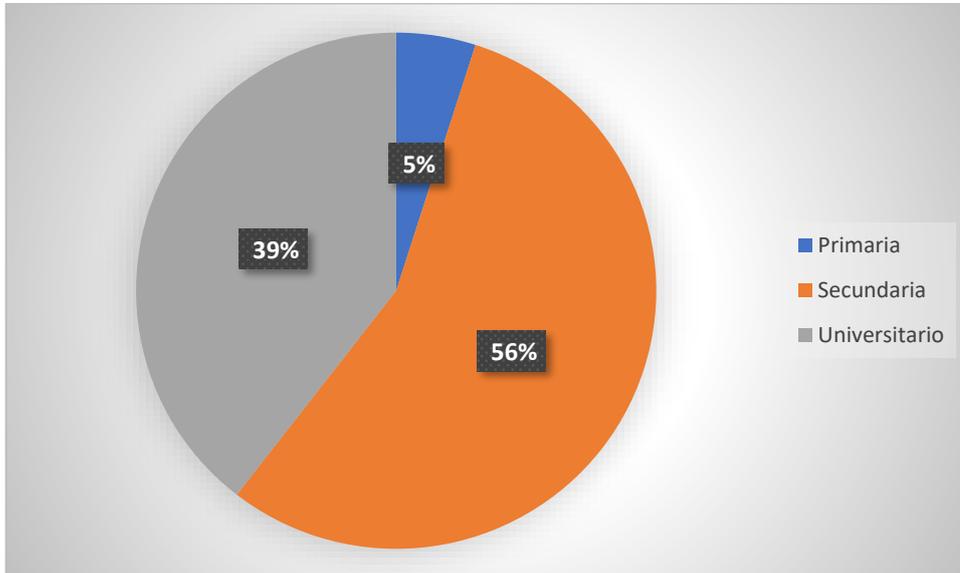
Género



Fuente. Tabla 3

Figura 3.

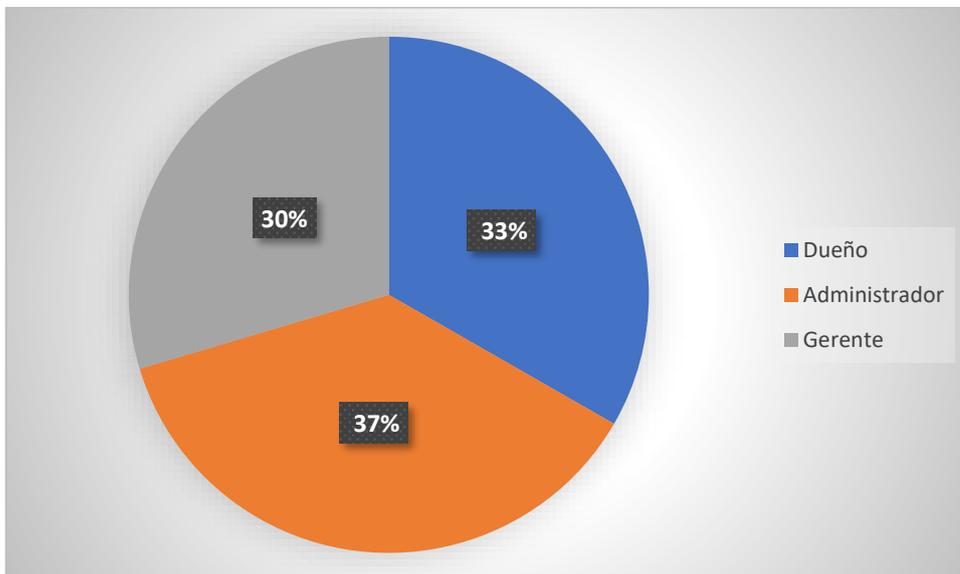
Grado de Instrucción



Fuente. Tabla 3

Figura 4.

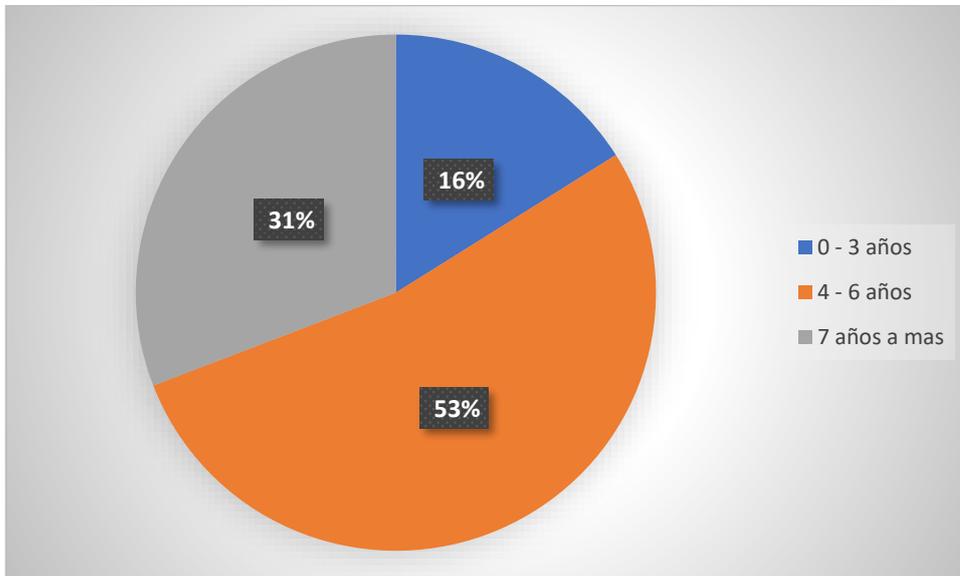
Cargo que desempeña



Fuente. Tabla 3

Figura 5.

Tiempo que desempeñan en el cargo

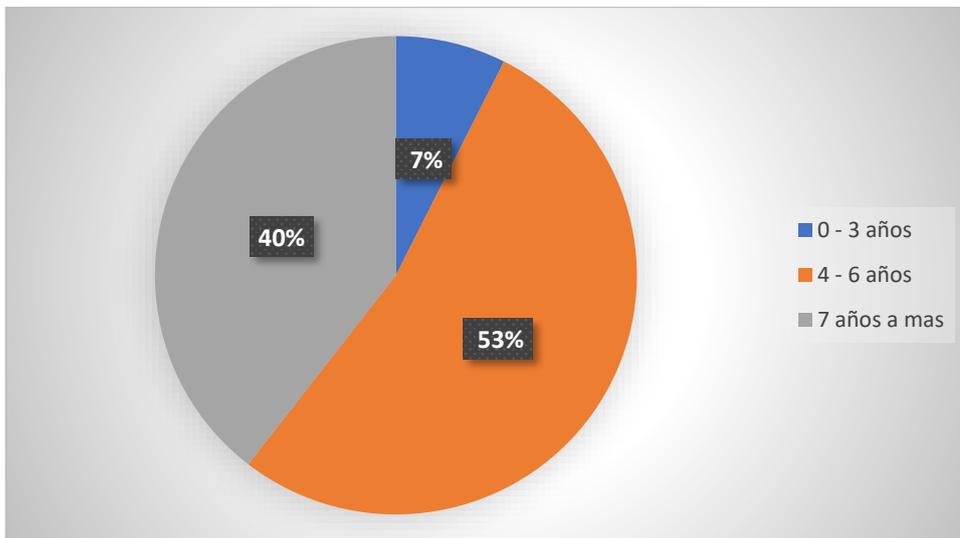


Fuente. Tabla 3

Características de las micro y pequeñas empresas.

Figura 6.

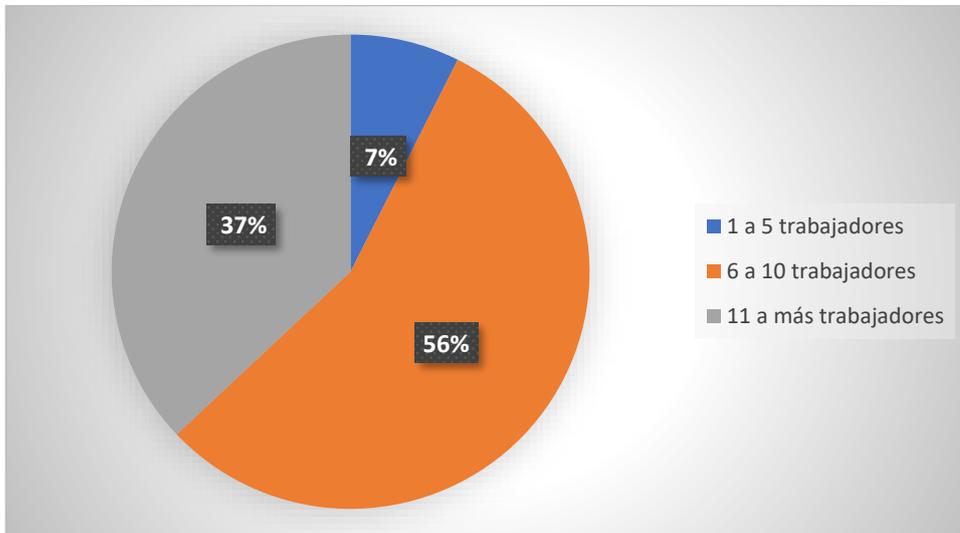
Tiempo de permanencia en la empresa



Fuente. Tabla 4

Figura 7.

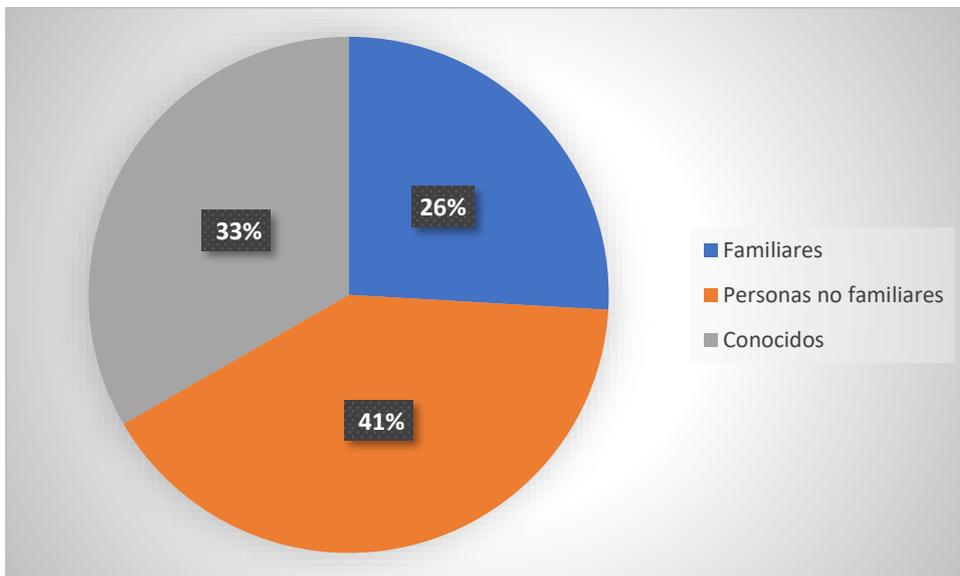
Número de trabajadores



Fuente. Tabla 4

Figura 8.

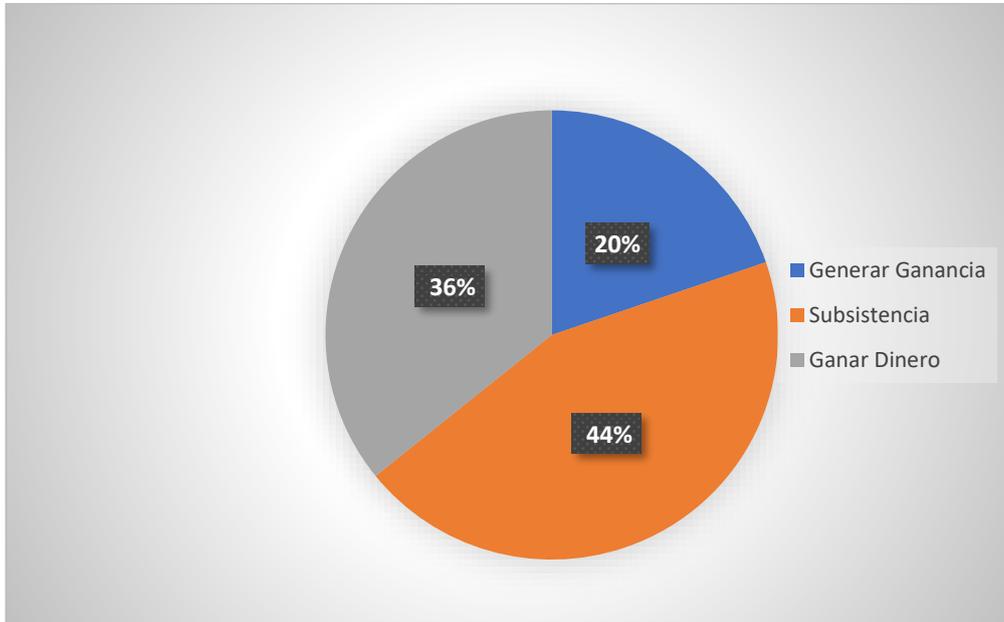
Las personas que trabajan en su empresa



Fuente. Tabla 4

Figura 9.

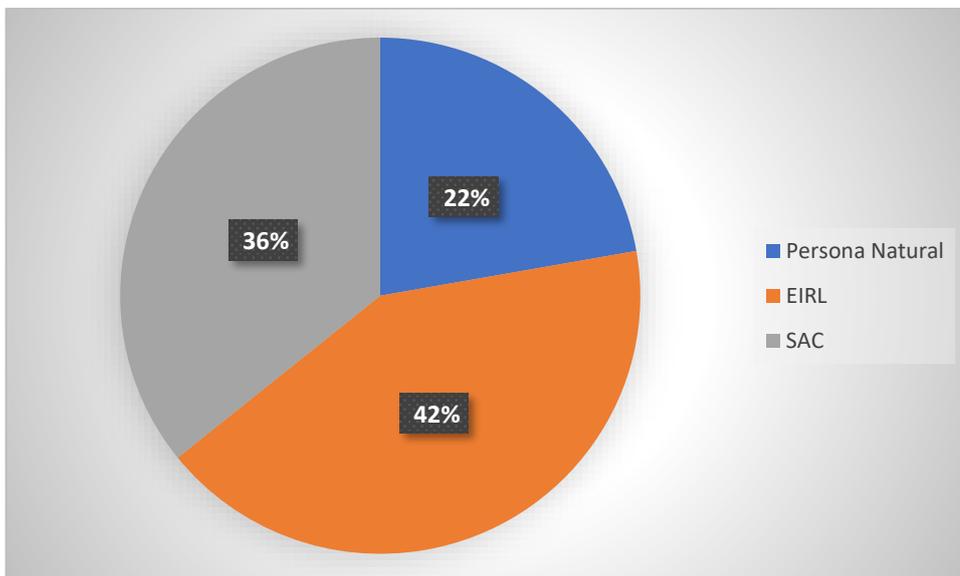
Objeto de creación



Fuente. Tabla 4

Figura 10.

Tipo de empresa de acuerdo a su constitución

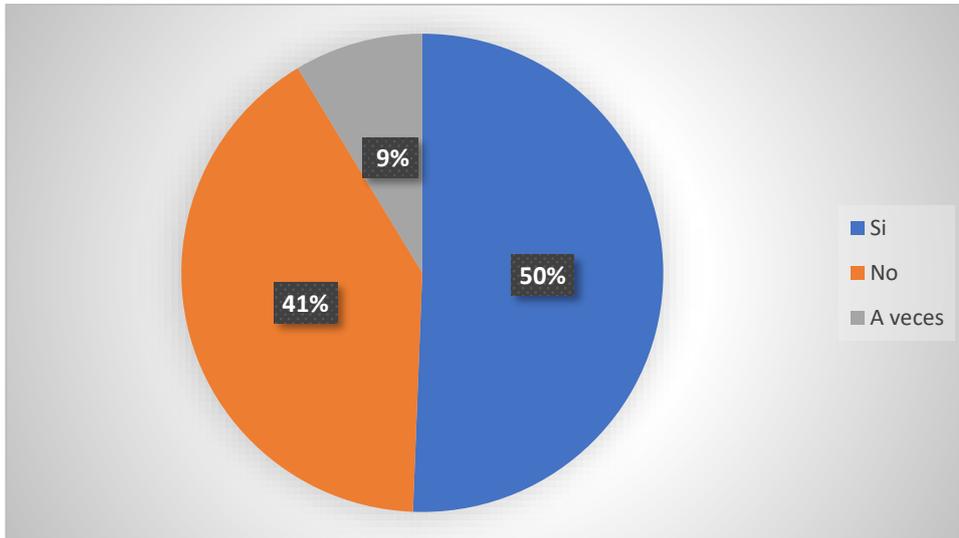


Fuente. Tabla 4

Características de las gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

Figura 11.

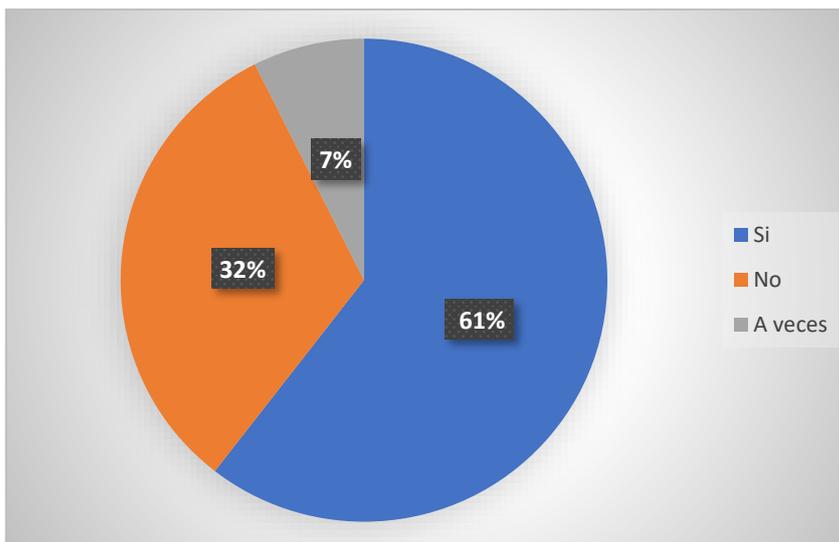
Usted identifica los objetivos trazados para su empresa para que estas sean cumplidas adecuadamente



Fuente. Tabla 5

Figura 12.

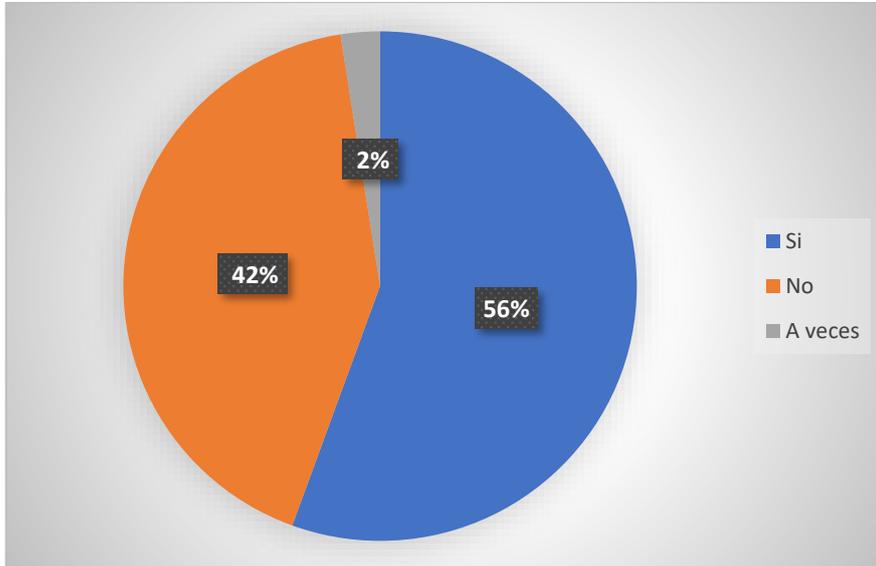
Usted como gerente de la empresa considera que se debe contar con un plan de trabajo



Fuente. Tabla 5

Figura 13.

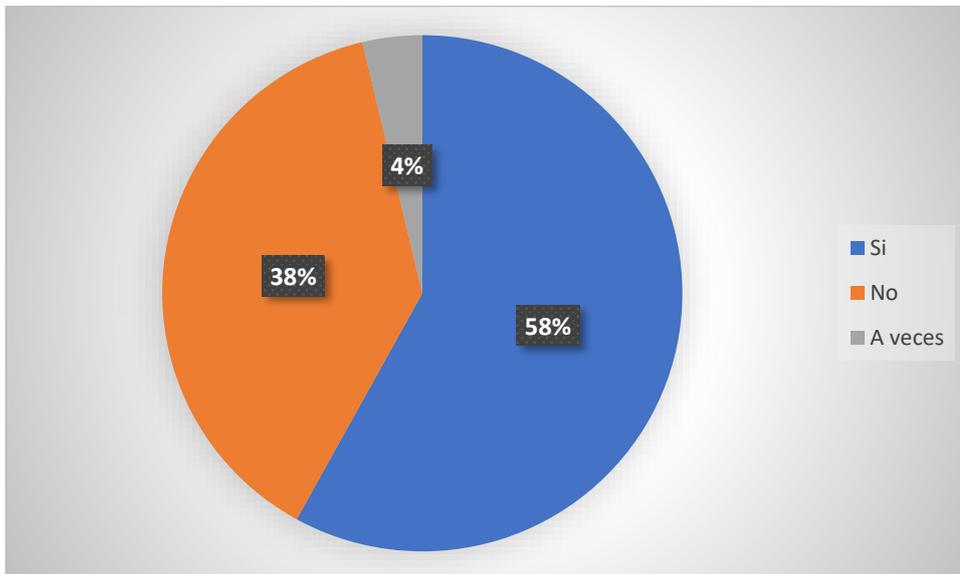
Usted como gerente verifica los efectos obtenidos de su plan de mejora en su empresa



Fuente. Tabla 5

Figura 14.

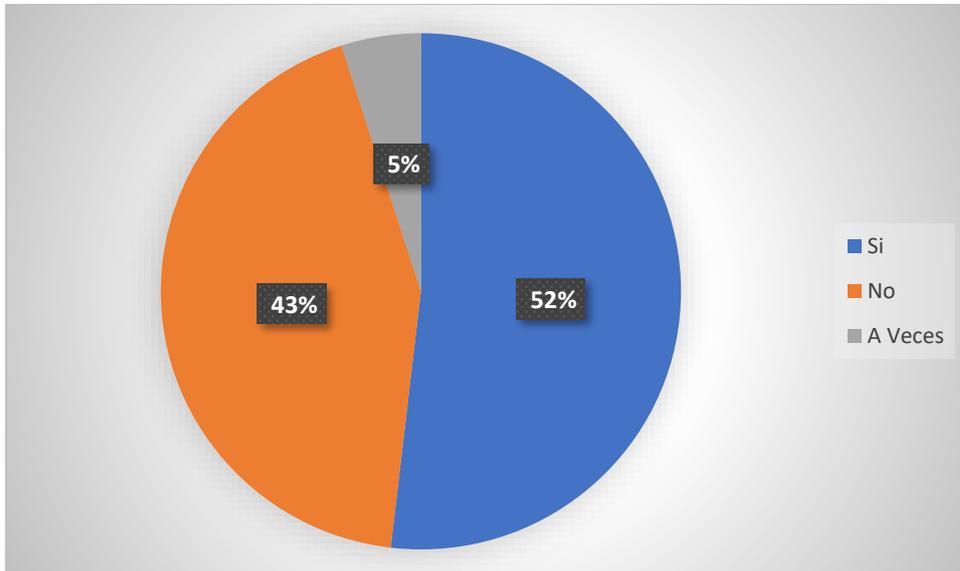
Cree usted que es necesario comprobar todas las acciones correctivas que se desarrolla en su empresa



Fuente. Tabla 5

Figura 15.

En su empresa contribuyen al logro de los objetivos

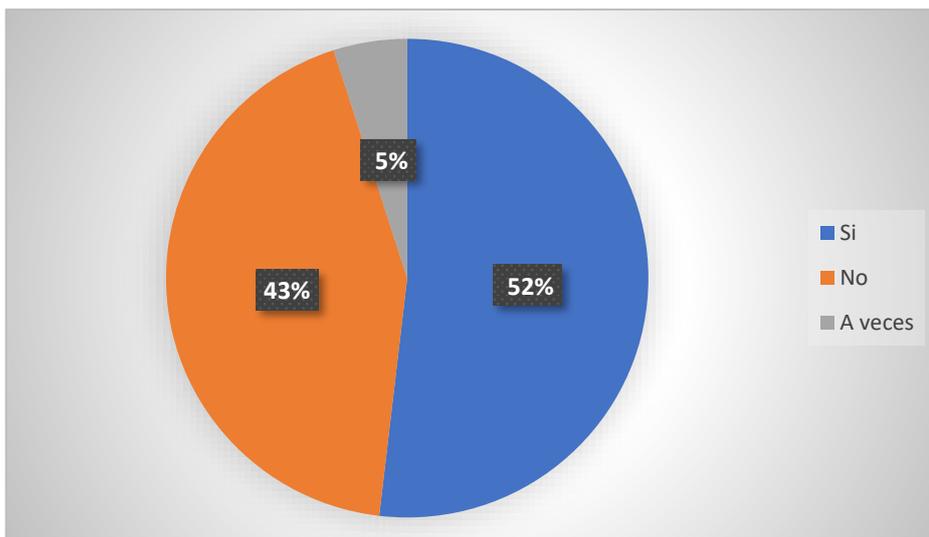


Fuente. Tabla 5

Características de Empowerment en las Micro y Pequeñas Empresa

Figura 16.

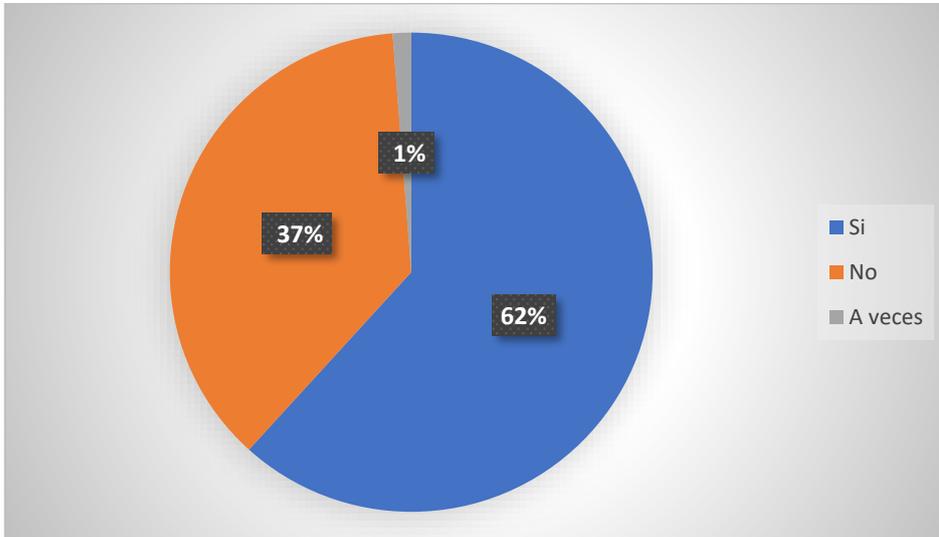
En su empresa hay confianza con sus colaboradores



Fuente. Tabla 6

Figura 17.

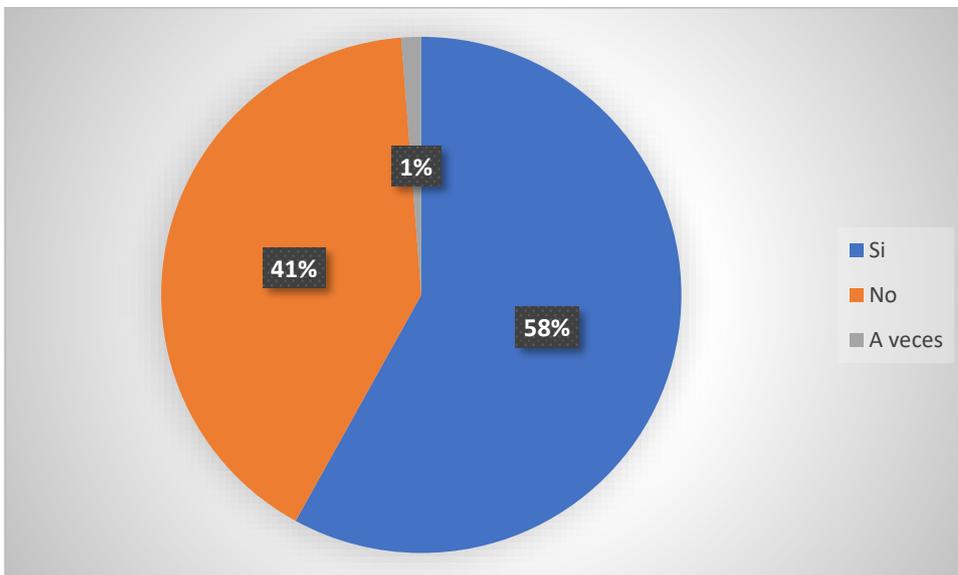
Usted delega autoridades a sus colaboradores



Fuente. Tabla 6

Figura 18.

Cada que tiempo capacita a sus colaboradores



Fuente. Tabla 6

Figura 19.

Considera buena estrategia consultar o pedirles una opinión a sus colaboradores

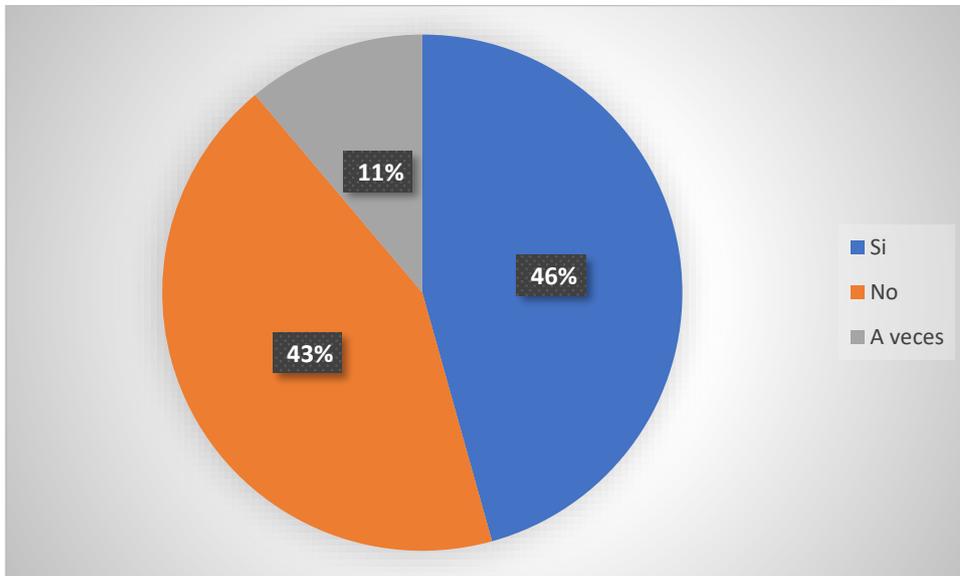


Tabla 6

Figura 20.

En su empresa para usted es importante la evaluación con sus directivos

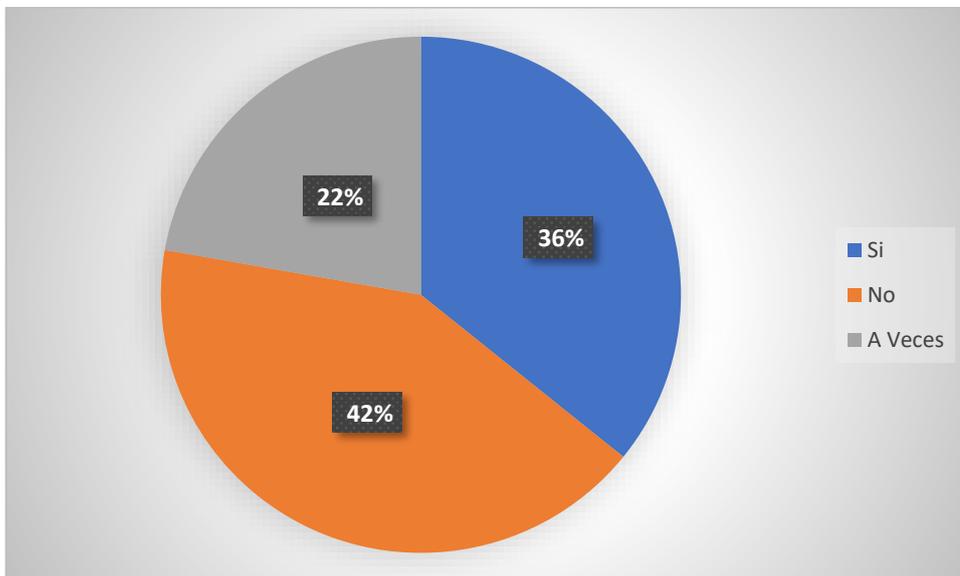


Tabla 6

Figura 21.

Usted se siente auto motivado por los trabajos realizados

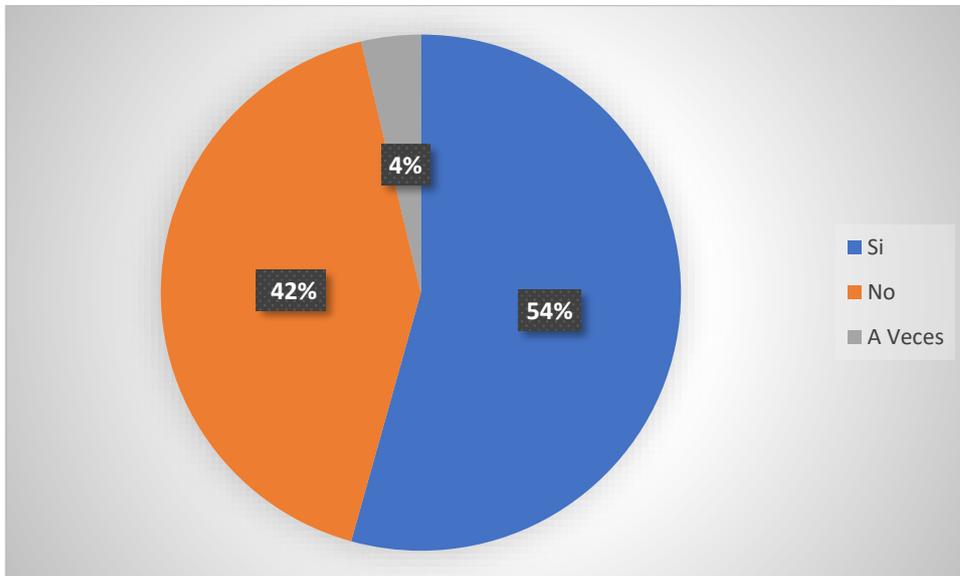


Tabla 7

Anexo N° 5: Turnitin

INFORME FINAL_RIMAC

INFORME DE ORIGINALIDAD

7 %	7 %	0 %	0 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	alicia.concytec.gob.pe	7 %
	Fuente de Internet	

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 4%