



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE  
LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL EN LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO  
VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE  
VEHÍCULOS AUTOMOTORES (MOTOCICLETAS)  
DE LA CIUDAD DE HUARAZ, 2017**

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

**AUTORA:  
YANINA SOLEDAD SALVADOR POMA**

**ASESOR:  
Mgtr. CARLOS HUMBERTO CHUNGA ANTÓN**

**HUARAZ – PERÚ  
2018**





---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE  
LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL EN LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO  
VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE  
VEHÍCULOS AUTOMOTORES (MOTOCICLETAS)  
DE LA CIUDAD DE HUARAZ, 2017**

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

**AUTORA:  
YANINA SOLEDAD SALVADOR POMA**

**ASESOR:  
Mgtr. CARLOS HUMBERTO CHUNGA ANTÓN**

**HUARAZ – PERÚ  
2018**

## **1. Título de la tesis**

Gestión de calidad con el uso de liderazgo transformacional en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.

## 2. Hoja de firma del jurado y asesor

---

Dr. José Germán Salinas Gamboa

Presidente

---

Mgtr. César Hernán Norabuena Mendoza

Secretario

---

Mgtr. Carmen Rosa Azabache Arquinio

Miembro

---

Mgtr. Carlos Humberto Chunga Antón

Asesor

### 3. Agradecimiento

**A la universidad** CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE en especial a mi facultad de ciencias contables y Administración, que me acogió y permitió desarrollar mi formación profesional en sus aulas para formarme como Administradora que hoy en día soy y seré, día a día con mi esfuerzo y dedicación.

A **Dios** por acompañarme todos los días de mi vida, quien me ha brindado fortaleza para continuar cuando estaba punto de caerme y protegerme durante todo mi camino y brindarme fuerzas para superar obstáculos y mis dificultades a lo largo de mi vida personal y profesional

A **mí Mamita y hermana** por ser la persona que siempre confía en mi ante todas las cosas, siempre esta presente en mi vida gracias por tenerme cariño y confianza ante las adversidades que pasamos día a día hoy diré que si lo logre lo que les prometí familia los quiero mucho.

A **mis docentes** que me forjaron valores y me enseñaron día a día, en especial a mi asesor quien me tuvo mucha paciencia para poder ser una profesional de bien en el campo.

#### 4. Resumen

La investigación tuvo como objetivo general, describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de liderazgo transformacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017. La investigación utilizada en el trabajo fue de nivel descriptivo no experimental- transversal- transeccional, para el recojo de información se determinó una población de 10 representantes de las MYPES; se aplicó un cuestionario de 27 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta; obteniendo como resultado lo siguiente: El 50% de los representantes nunca establecen objetivos y metas en los planes; el 70% muy pocas veces realizan la asignación de recursos necesarios en la implementación de planes; el 50% tiene confianza en sus colaboradores; el 40% muy pocas veces los colaboradores confían en el representante para el desarrollo de las actividades; el 10% impulsan la innovación y creatividad de los colaboradores en sus labores diarias. Por lo tanto, el presente trabajo se concluye que los representantes de las MYPES en su mayoría mismos dueños, varones, adultas de 31 a 50 años de edad, teniendo estudios secundarios culminados; teniendo tiempo de permanencia en el rubro de 4 años a más; constituidas sus empresas como Persona Natural; con un ingreso mensual de negocio de 0 a S/ 51 875,00; y la aplicación de la gestión de calidad es de manera deficiente y el liderazgo transformacional de manera inadecuada.

**Palabras claves:** Gestión de calidad, liderazgo transformacional y MYPES.

## **Abstract**

The main objective of the research was to describe the main characteristics of quality management with the use of transformational leadership in the micro and small companies of the sale of parts, parts and accessories of motor vehicles (motorcycles) of the city of Huaraz, 2017. The research used in the work was descriptive non-experimental-transversal-transaccional, for the collection of information was determined, a sample of 10 representatives of SMEs; a questionnaire of 27 closed questions was applied, applying the technique of the survey; obtaining as a result the following: 50% of the representatives never establish objectives and goals in the plans; 70% rarely make the allocation of necessary resources in the implementation of plans; 50% have confidence in their collaborators; 40% rarely collaborators rely on the representative for the development of activities; 10% drive the innovation and creativity of the collaborators in their daily tasks. Therefore, the present work concludes that the representatives of the SMEs in their majority own owners, males, adults from 31 to 50 years of age, having completed secondary education; having time of permanence in the category of 4 years to more; constituted their companies as a Natural Person; with a monthly business income of 0 to S / 51 875.00; and the application of quality management is deficient and the transformational leadership is inadequate.

**Keywords:** Quality management, transformational leadership and SMEs

## 5. Contenido

1. Título de la tesis.....	ii
2. Hoja de firma del jurado y asesor .....	iii
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria (opcional) .....	iv
4. Resumen y Abstract. ....	v
5. Contenido. ....	vii
6. Índice de gráficos, tablas y cuadros. ....	viii
I. Introducción. ....	1
II. Revisión de literatura .....	9
2.1. Antecedentes .....	9
2.2. Bases teóricas .....	14
2.3. Marco conceptual .....	25
III. Metodología .....	27
3.1 Diseño de la investigación .....	27
3.2 Población y muestra .....	27
3.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	27
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	30
3.5 Plan de análisis .....	30
3.6 Matriz de consistencia .....	30
3.7 Principios éticos .....	31
IV. Resultados .....	32
4.1 Resultados .....	32
4.2 Análisis de resultados .....	59
V. Conclusiones y recomendaciones.....	69
5.1. Conclusiones .....	69
5.2. Recomendaciones.....	70
Referencias bibliográficas .....	71
Anexos .....	79

## 6. Índice de tablas y figuras

### Índice de tablas de la encuesta aplicada a los representantes

Tabla 01. Distribución según edad.....	32
Tabla 02. Género.....	33
Tabla 03. Grado de instrucción.....	34
Tabla 04. Cargo que desempeña.....	35
Tabla 05. Tiempo que desempeña en cargo.....	36
Tabla 06. Tiempo de permanencia en el rubro.....	37
Tabla 07. Número de trabajadores.....	38
Tabla 08. Grado de familiaridad del trabajador.....	39
Tabla 09. Tipo de empresa según su constitución.....	40
Tabla 10. Nivel de ingresos mensuales.....	41
Tabla 11. Establecimiento de objetivos y metas en los planes.....	42
Tabla 12. Realización de capacitaciones al personal sobre sus funciones.....	43
Tabla 13. Establecimiento de responsabilidades a los puestos de trabajo.....	44
Tabla 14. Realización de las actividades, se realizan de acuerdo a los planes.....	45
Tabla 15. Asignación de recursos necesarios en la implementación de los planes.....	46
Tabla 16. Verificación del cumplimiento de procesos en el cumplimiento de labores del colaborador.....	47
Tabla 17. Verificación del cumplimiento de los objetivos de acuerdo al plan.....	48
Tabla 18. Análisis de los errores o deficiencias en los procesos PHVA.....	49
Tabla 19. Desarrollo de estrategias para solucionar problemas y deficiencias detectadas durante el trabajo.....	50
Tabla 20. Confianza en los colaboradores.....	51
Tabla 21. Los colaboradores confían en el representante para desarrollo de actividades.....	52
Tabla 22. El representante apoya, comunica y respeta a sus colaboradores.....	53
Tabla 23. Se realizan actividades recreacionales para motivar a los colaboradores.....	54
Tabla 24. Relación con sus colaboradores durante y después de sus actividades para un mejor servicio.....	55
Tabla 25. Promoción a los trabajadores de acuerdo a su desempeño.....	56
Tabla 26. Desarrolla acciones para mejorar el bienestar de los colaboradores en la organización.....	57
Tabla 27. Impulsa la innovación y creatividad de los colaboradores en sus labores diarias.....	58

## Índice de figuras de la encuesta aplicada a los representantes

Figura 01. Edad .....	32
Figura 02. Género.....	33
Figura 03. Grado de instrucción.....	34
Figura 04. Cargo que desempeña .....	35
Figura 05. Tiempo que desempeña en cargo.....	36
Figura 06. Tiempo de permanencia en el rubro .....	37
Figura 07. Número de trabajadores .....	38
Figura 08. Grado de familiaridad del trabajador .....	39
Figura 09. tipo de empresa según su constitución.....	40
Figura 10. Nivel de ingreso mensuales .....	41
Figura 11. Establecimiento de objetivos y metas en los planes .....	42
Figura 12. Realización de capacitaciones al personal sobre sus funciones.....	43
Figura 13. Establecimiento de responsabilidades a los puestos de trabajo.....	44
Figura 14. Realización de las actividades, se realizan de acuerdo a los planes .....	45
Figura 15. Asignación de recursos necesarios en la implementación de los planes .....	46
Figura 16. Verificación del cumplimiento de procesos en el cumplimiento de labores del colaborador. ....	47
Figura 17. Verificación del cumplimiento de los objetivos de acuerdo al plan.....	48
Figura 18. Análisis de los errores o deficiencias en los procesos PHVA .....	49
Figura 19. Desarrollo de estrategias para solucionar problemas y deficiencias detectadas durante el trabajo .....	50
Figura 20. Confianza en los colaboradores .....	51
Figura 21. Los colaboradores confían en el representante para el desarrollo de las actividades.....	52
Figura 22. El representante apoya, comunica y respeta a sus colaboradores.....	53
Figura 23. Se realizan actividades recreacionales para motivar a los colaboradores .....	54
Figura 24. Relación con sus colaboradores durante y después de sus actividades para un mejor servicio .....	55
Figura 25. Promoción a los trabajadores de acuerdo a su desempeño .....	56
Figura 26. Desarrolla acciones para mejorar el bienestar de los colaboradores en la organización .....	57
Figura 27. Impulsa la innovación y creatividad de los colaboradores en sus labores diarias .....	58

## I. Introducción

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) indican que empezaron muchas de ellas como pequeñas empresas y hoy en día son grandes empresas siendo las fuerzas impulsadoras del crecimiento económico y social, que generan una amplia gama de empleos y éstas repercuten en la disminución de la pobreza. Sin embargo, éstas enfrentan a una serie de impedimentos que prohíbe la supervivencia a largo plazo y su desarrollo habitual. El gran crecimiento de las empresas existe gracias a la evolución, necesidad que se tiene día a día de contar con empresas pequeñas, donde éstas tienen como finalidad un auto empleo para que puedan generar sus propias fuentes de ingreso y para ello recurren a diversos medios para adquirirlo, creando sus propios negocios a través de pequeños negocios, con la finalidad de tener un auto empleo y emplear a sus familiares, y al aperturar empresas más grandes se genera mayor satisfacción al cliente y al empresario, se considera mayor empleo tanto a familiares y público en general con la finalidad de tener satisfacción entre todos (La República, 2015).

Según estudio realizado por la Organización Internacional del Trabajo los 10 millones de las MYPES existentes en América Latina y Caribe son los motores de crecimiento económico, por ello ofrecen un alto porcentaje de empleo, el 47% del total de los puestos de trabajo a 127 millones de personas, mientras que sólo el 19% las medianas y grandes empresas, a la vez mencionaron que existe población de 76 millones que trabajaron por cuenta propia que representan el 28% del empleo. Las MYPES son una clave de crecimiento para los países, que a pesar de tener baja productividad y alta informalidad siguen su desarrollo (La República, 2015).

El Banco Interamericano de Desarrollo, en coordinación con el Ministerio de Trabajo publicaron un informe respecto a la productividad y formación de recursos humanos, en el que obtuvo como resultado que las organizaciones no cuentan con trabajadores que tengan costumbres de trabajo. La aplicación a empresas de diferentes sectores de actividad económica, identificó que las razones de despido más comunes eran en un 45% por bajo rendimiento laboral, a la vez en un 45% la

ineficiencia en la ejecución de sus responsabilidades y un 27% por problemas de conducta (Polini, 2017).

Dentro de nuestro país, las MYPES no manejan un liderazgo transformacional adecuado, pero si pueden construir, porque ellos tienen una mayor importancia dentro de la dirección de las empresas que pueden dar un mejor desarrollo organizacional y lograr expectativas trazadas, no solo encomendado mediante órdenes, sino involucrándose juntamente con los representantes de la empresa para así poder obtener mejores beneficios. En la actualidad es muy importante captar y tener muchos clientes, dentro de ellos es necesario satisfacer las necesidades y expectativas de cada uno de ellos; por ello es necesario que toda empresa realice una mejor atención a los clientes y así satisfacer sus necesidades generando la fidelización, pero para ello los líderes deben fomentar la creatividad entre sus seguidores por iniciativa propia y ofrecer apoyo al personal, porque el liderazgo se realiza con el fin de impulsar las relaciones de apoyo, utilizando las diferentes formas de comunicación abiertas para que sus seguidores no duden en intercambiar ideas entre ellos y para que los líderes puedan brindar reconocimiento a cada uno de sus seguidores en función de sus aportaciones, generando de esta manera, que el personal se sienta comprometido e identificado con la empresa (Inteligente, 2018).

En el Perú existen barreras desde años atrás, que hace que algunas empresas no crezcan en el entorno del mercado. El Gobierno reconoce el impase por el riesgo que caiga en el ámbito político de las MYPES, emplazando en peligro el crecimiento económico. En el año 2016, el diario correo entregó casi 122 millones de paquetes lo que supone un 5% más que al año anterior, este incremento de volumen se debe en gran parte al crecimiento que ha ayudado al cambio, los compradores online quieren recibir sus pedidos el mismo día de la compra, por lo que las entregas urgentes también han crecido en el año 2016, las mercaderías urgentes se consideró en un 50% de la paquetería total, mientras que 15 años atrás este porcentaje era cerca del 20%, por ello se dice que todo crecimiento no es de un solo personal sino de un trabajo conjunto y los resultados son a un mediano plazo (Rainer Schulz, 2017).

Y todo ello, en la actualidad se lleva a cabo sin tener los suficientes conocimientos para constituir una empresa muy rentable, lo cual provoca que estos negocios no estén administrados en forma adecuada; por ello las MYPES se encuentran limitadas ante las grandes empresas, por falta de oportunidades y conocimiento de estrategias para obtener nuevos clientes, por ello es bueno y rentable contratar personal calificado, obtener financiamiento así tener más activos, conocer las necesidades de los clientes, llevar una correcta administración, por ende se obtendrá como resultado la alta producción e ingresos altos y se lograría una mejor economía (Inteligente, 2018).

En el ámbito regional, en las MYPES existen un incremento económico, lo cual ha generado el aumento de empleo e ingresos a las familias que requieren trabajo, porque existe apertura de diversos tipos de negocio en el mercado competitivo. El departamento de Ancash se encuentra en constante desarrollo, recuperándose de los diversos problemas suscitados y afrontando las adversidades que se presentan en el desarrollo de las empresas (Chimboteonline.com, 2013).

La empresa de Multiservicios Lona, publicó un estudio sobre la materia y datos donde señalan que en el año 2010, el 76% de los clientes cambiaron de empresa, debido a que percataron una mala atención al cliente, por ello se considera que el saber sonreír es un requisito para una buena atención al cliente, ante todo si se persiste tener éxito, ser un referente de una atención cordial y eficiente con una sonrisa, genera confianza y seguridad, y esto conlleva a traer beneficios tanto para la empresa como para la persona que brinda la atención (Altonivel, 2012).

En cuanto al rubro de venta de partes, piezas y accesorios para motocicletas en el Perú han tenido una pequeña disminución de compra de motocicletas de 3 ruedas, mientras que de 2 ruedas en los últimos años ha tenido un incremento, gracias a la existencia de diversas empresas que ofrecen créditos y brindan facilidades a las personas. El 98% de las motos que se comercializan en el país corresponde al segmento de menos de 250 cm<sup>3</sup>, el cual es liderado por la marca Bajaj de Auteco

con 26% del mercado, seguida de Yamaha que tiene 17%. Las motos de 250 a 500 cm<sup>3</sup> solo tienen una participación de 0,7% del mercado y es liderada por Royal Enfield, seguida de Yamaha. Por ello todas aquellas motocicletas así sea de 2 o 3 ruedas necesitan repuestos y adornos de tuneados, es por ello que las MYPES de dicho rubro de venta de partes, piezas y accesorios no tiene el control de los ingresos y salidas de sus productos, porque no manejan sistemas que les permite identificar con más rapidez lo solicitado por el cliente ya que no usan la tecnología, es por ello hace que el cliente se canse y opte por empresas más organizadas de mayor rapidez en atención y satisfacción (Pajon, 2017).

Los establecimientos que venden piezas, partes y accesorios para motocicletas no tienen un correcto manejo en el control de sus costos, tampoco en el control de las existencias ni en el número de productos vendidos; los cuales generan pérdida de dinero, tiempo, demoras en la atención al cliente, haciendo que el cliente busque otros proveedores y opciones de compra y satisfacer sus necesidades de manera inmediata (Garrido, 2012).

Por ello, es de suma importancia la existencia de un liderazgo y una gestión de calidad dentro de una organización, el cual guíe de manera eficiente a los representantes y seguidores y así contribuir al desarrollo de la organización, donde se puede conocer y aprender la forma de dirigir a las personas, donde existen fases como la influencia idealizada que un líder debe proporcionar una visión, misión, inspirar confianza para que así sus colaboradores confíen en él, al mismo tiempo compartir lo que el ya aprendió en sus vivencias, experiencias, para que así sus colaboradores trabajen de manera eficiente y logren generar mayor rentabilidad empresarial; y ésta a su vez ayudará a que el colaborador se sienta más identificado y reconocido en la empresa y en el área que desempeña, a la vez considerar siempre una correcta gestión de calidad juntamente a sus enfoques de PHVA, para un adecuado manejo de organizaciones de hoy y futuras (Perúeconómico, 2009).

El tener aumento de un registro de mercadería de repuestos en desuso al stock de piezas que no ha tenido salida en los últimos 12 meses significa una pérdida que

genera un gasto mantener los mismos. Muchos empresarios se admiran cuando realizan su primer inventario de desuso, pues puede llegar a representar el 50% a 70% o mucho más del total de su registro de mercadería, por ello el producto de compra debe ser más automático utilizando diferentes metodologías ante lo que requiere el cliente (Gerlini, 2014).

Gestión (2014) menciona que una cantidad mayor de uso de herramientas tecnológicas de información y comunicación (TIC) por las MYPES peruanas les ayudará a disminuir sus costos administrativos de sus productos y servicios. Según la información de Mi Pyme Perú (2013), elaborado por la Fundación para el análisis estratégico y desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa, más del 60% de las MYPES peruanas en Lima, Arequipa y Trujillo no manejan los instrumentos de la TIC, correo electrónico, página web, ventas por internet, uso de banca electrónica, internet corporativa, redes sociales y entre otros.

Las empresas en el ámbito regional han incrementado, y eso genera el aumento de empleo e ingresos a las familias que requieren trabajo. Las MYPES de nuestra región Ancash tienen una gran posibilidad de desarrollo día a día; más aún, con todos los instrumentos tecnológicos hasta la actualidad, creemos que podría llegar a aumentar su potencial comercializando autopartes (motocicletas). Porque Ancash es un exportador neto de productos primarios, por lo que en su industria destacan varias actividades simultáneamente, las cuales cuentan con las principales empresas. En tal sentido, existen talleres autorizados según marcas de motocicletas para su respectivo mantenimiento, en las ciudades de la costa, en el Callejón de Huaylas y la zona de Conchucos, los cuales brindan productos y servicio a la minería y construcción (Bill Boomer, Ph.D, 2013).

Por lo anteriormente expresado el enunciado del problema de investigación es el siguiente ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad con el uso de liderazgo transformacional en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017?

Para dar respuesta al problema se planteó el siguiente objetivo general: describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de liderazgo transformacional en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017. De la misma manera para conseguir el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos (a) Determinar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes y piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz. (b) Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas de venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz 2017. (c) Determinar las principales características de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de Huaraz. (d) Determinar las principales características del liderazgo transformacional en las Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de Huaraz 2017.

Finalmente, la presente investigación se justifica porque fue importante conocer las principales características de gestión de calidad y liderazgo transformacional en las empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz. Asimismo, se justifica la investigación porque nos permitió tener ideas mucho más concretas y prácticas de cómo una labor que no todas las empresas cuentan completamente precisa y mucho menos dominada; es común visualizar una inadecuada interpretación de liderazgo transformacional como simple vista de observación y comparación de procesos, donde no se genera compromisos precisos y medibles para quien lo ejecuta. Este trabajo se realizó para mostrar una guía práctica para realizar el liderazgo transformacional juntamente con la gestión de calidad de tal forma que, durante su desarrollo, se avance por un camino orientado a cumplir con los objetivos que un proceso de liderazgo y gestión debe manejar. También el presente estudio nos sirvió de base para llevar a cabo en otros rubros similares.

Para ello, en el presente estudio de investigación se utilizó la teoría de Bass y Avolio citada por Palomo (2010, p. 42) quién define un estilo de liderazgo

transformacional, porque al aplicar este enfoque el líder inspira a sus colaboradores a superarse y sentirse motivados para que logren los objetivos propuestos y a su vez el líder realiza reconocimiento individual y como agradecimiento los colaboradores ante alguna circunstancia a suscitarse dentro de la organización buscan nuevas alternativas ante una problemática que se presenta y siempre deben de considerar aplicar la gestión de calidad en todos los procesos administrativos para una mejora continua y así brinden un mejor servicio en cuanto atención al cliente en momento de brindar el servicio.

En este estudio de investigación se utilizó el método deductivo e inductivo para obtener los resultados, la investigación fue de nivel descriptivo no experimental-transversal- transeccional y se aplicó a los dueños y gerentes de las 10 MYPES con un cuestionario de 27 preguntas. Y se obtuvo los siguientes resultados: Las Mypes comercializadoras de autopartes, con respecto a los representantes son el 60% de sexo masculino, teniendo a las vez el 60% de 4 a 6 años en el rubro; con respecto a la gestión de calidad el 40%, muy pocas veces consideran un adecuado establecimiento de responsabilidades ante los puestos de trabajo, el 70% considera muy pocas veces la correcta asignación de los recursos necesarios en la implementación de actividades a llevarse a cabo en horarios de trabajo, el 60% nunca se preocupa por desarrollar estrategias para solucionar problemas y deficiencias detectadas durante el trabajo; con respecto a liderazgo transformacional se percibe que el 10 % de los representantes tienen siempre una confianza a sus colaboradores y el 60% de los representantes muy pocas veces desarrollan acciones para mejorar el bienestar de los colaboradores en la organización. Se recomienda a los representantes de las micro y pequeñas empresas de venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, capacitarse en manejo de gestión de calidad porque ello permitirá a tener más en claro los objetivos, metas, y llevará a que los colaboradores obtengan capacitaciones permanentes, una correcta distribución de actividades ante los responsables, con la finalidad de realizar la verificación del cumplimiento de actividades, y si no se está realizando de manera correcta buscar estrategias para solucionar problemas y deficiencias durante el trabajo; los gerentes de las empresas

deben tener confianza en los colaboradores, y los colaboradores también deben de tener una mayor confianza y seguridad ante los representantes, para así ambos se sientan motivados y tengan acciones de desarrollo e innovación, y brindar actividades recreacionales porque son de suma importancia para el crecimiento y satisfacción de los colaboradores y representantes de una organización.

## II. Revisión de literatura

### 2.1. Antecedentes

Rosales (2017) en su estudio “*Gestión De Calidad Con El Uso De Liderazgo En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio, Rubro Ventas De Motos Lineales De La Ciudad De Huarmey, Año 2016*”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título de licenciada en administración, tuvo como objetivo determinar las características de la gestión de calidad con el uso del liderazgo en la MYPES del Sector Servicio, rubro venta de motos lineales, con un diseño no experimental - transversal - descriptivo, donde se aplicó a 12 representantes de las MYPES, se obtuvo como resultado ante las características de los representantes, el 41,7% tienen de 25 a 50 años, el 75% son de género masculino, el 50% de los representantes terminaron la secundaria, el 41,7% tiene 13 a más trabajadores. Según MYPES, el 41,7% tienen de 1 a 5 años de permanencia en el rubro, el 66,7% está constituido como personales naturales. Respecto a la gestión de calidad, el 83,3% tienen conocimiento sobre el proceso de gestión de calidad, el 75% no desarrollan acciones de mejora por los colaboradores en la organización, el 50% no incentivan a sus colaboradores, el 41,7% afirman que no capacitan a sus trabajadores, el 58,3% no tienen conocimiento sobre los tipos de liderazgo, el 41,7% algunas veces confían en el colaborador.

Risco (2017) en su estudio “*Aplicación de mejora de procesos en el área de mantenimiento primario de motos, para incrementar la competitividad en la empresa moto servicios Ordoñez E.I.R.L.*”, presentado en la Universidad Cesar Vallejo, para optar título profesional de Ingeniero Industrial tuvo como objetivo determinar la aplicación de mejora de procesos en el área de mantenimiento primario de motos en la empresa Moto Servicios Ordoñez E.I.R.L. con el diseño cuasi experimental, donde se logró como resultado en el 2016 y 2017. La productividad se ha incrementado en el año 2016, el incremento de la productividad donde se señala un mayor rendimiento semanal al 15% por cada técnico, es por ello que marca positivamente en la empresa y sus ganancias, en donde refleja la calidad

de satisfacción del cliente en un 20 % semanal y en la semana 6 supera a un 100% ya que se disminuyen los errores.

Castro (2017) en su estudio *“Micro-simulación de vehículos atípicos: el caso de las moto-taxis en villa maría del triunfo”*, presentado en la Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú, para obtener el título de Ingeniero Civil tuvo como objetivo del proyecto representar, mediante el software VISSIM 8.0, tuvo como muestra a 50 personas lo cual se da como resultado a su servicio el 19,29% mantiene una rapidez en el servicio a realizar, mientras que el 14,87% mantiene deficiencia para el servicio, y el 3,71% no está de acuerdo con los demás según cantidad de vehículos a contar en dicho lugar.

Chavez (2018) en su tesis *“Gestión De Calidad Con El Modelo Integral De La Productividad en las Micro Y Pequeñas Empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores del Distrito de Huaraz, 2017”*, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título de licenciada en administración, el cual tuvo como objetivo describir las principales características de la Gestión de calidad con el Modelo Integral de la Productividad en las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores del distrito de Huaraz, 2017. Se aplicó la encuesta a 16 micro y pequeñas empresas con una investigación no experimental, transaccional, lo cual se obtuvo como resultado con respecto a los datos generales de representantes, el 43,75% con 41 a 50 años de edad, el 50% con estudios superiores no universitario completo, el 56,25% son dueños, el 43,75% desempeñando el cargo más de 7 años, el 43,75% permanecen en el rubro más de 7 años. Respecto al modelo integral, el 50% usan los medios de promoción a veces, el 31,25% usan medios de comunicación a veces, el 43,75% trabajan en coordinación con los colaboradores para resolver problemas comunes muchas veces.

Moras (2016) en su tesis *“La competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas, del sector comercio - rubro venta de repuestos de motos torito bajaj del distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, Departamento de Lima, período 2015.”*,

presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título de licenciada en Administración, en la cual tuvo como objetivo determinar las principales características de la competitividad en las MYPES del sector comercio. Se aplicó a 5 MYPES, la investigación fue no experimental, transversal-descriptivo, donde se obtuvo como resultado de los representantes, el 80 % de los representantes de las MYPES tienen una edad de 18 a 30 años, el 80% son de género masculino, el 60 % tienen grado de instrucción secundaria, respecto a las MYPES, el 80 % son personas naturales, el 60% manifestaron ser formales, el 100% entre 1 a 5 trabajadores, el 80% de 1 a 2 años de permanencia en el mercado, referente a la competitividad, el 100% tienen su propio capital de trabajo no se considera ingresos, el 60% no tienen un plan de capacitación, el 60% sí invierte mejorar su actividad ante los planes a realizarse.

Henao (2008) en su estudio *“Identificación estilos gerenciales administrativos vigentes y necesidades de formación derivadas en la actividad de comercio al por mayor y menor de partes, piezas y accesorios de lujo para vehículos automotores, de las empresas comerciales en el área metropolitana centro-occidente”* presentado en la Universidad Tecnológica de Pereira para optar el título de pregrado de Ingeniera Industrial, en la cual tuvo como objetivo, conocer el estilo gerencial administrativo actualmente utilizado en las empresas del subsector comercio al por mayor y menor de piezas, partes y accesorios de lujo para vehículos automotores, especializados del Área Metropolitana Centro - Occidente para generar propuestas concretas, de capacitación y mejoramiento de las empresas del subsector. Teniendo como resultado los siguientes: con respecto a las características de los representantes de las empresas, el 45,8% siendo propietarios la mayoría, el 82,4 %, de sexo masculino, el 43,5% con edad de 25 a 35 años de edad, el 41.2% con nivel, el 94,7% con crecimiento en negocio, el 100% con competencia, el 93,1% tiene un plan de trabajo, el 60,3% cuenta con buen manejo de variables, el 74,8% con acuerdos y alianzas vigentes con clientes y proveedores, con un 84% de positivismo, y cuenta con colaboradores hábiles y seguros en trabajo a realizar con 62,9%, y la empresa no desarrolla ninguna estrategia de solución con un 48,6%, teniendo objetivos plasmados no considerar ningún tipo de ascenso con un 77,1%

pero si teniendo un plan de incentivo un 80,9% y todo ello hace una correcta identificación con su personal respecto a motivación con un 26,1%, para ello la empresa no toma en cuenta la evaluación periódicamente al personal de trabajo, el 57,3%, el colaborador se relaciona con seguridad ante el gerente teniendo sus objetivos claros, considerando un 61,1% que si utilizan un sistema de comunicación dentro de su empresa, tomando en cuenta la planificación con un nivel de 45% , el 52,7% comunica, respeta y considera a los colaboradores.

Vasquez (2017) en su estudio *“Procedimientos Administrativos para el mejoramiento de la calidad de servicio en la Empresa Korea Motos S.R.L.”* presentado en la Universidad César Vallejo para optar el título profesional de Ingeniería Empresarial, tuvo como objetivo elaborar una guía de procedimientos administrativos utilizando una metodología de estructuración para mejorar la calidad de los servicio de la empresa Korea Motos S.R.L. Teniendo como resultado que un 30% manifestó que si influye mucho el cumplimiento en la documentación, donde un 20% están totalmente de acuerdo, el otro 20% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 10% está en desacuerdo y un 17% está totalmente en desacuerdo en que la forma de información no es necesaria al momento de decidir su compra.

Espiritu (2018) en su tesis *“Implementación de un sistema web para mejorar el servicio de venta y marketing de motos y accesorios en la empresa Moto Repuestos Ariza, Huarmey 2017”*, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de Ingeniero de Sistemas, tuvo como objetivo realizar la implementación de un sistema web en la empresa “Moto repuestos ARIZA”, a fin de garantizar el marketing y llevar un mejor control en la venta, donde se aplicó la encuesta a 10 representantes de las MYPES, donde se obtuvo como resultado según el servicio, el 57% no están de acuerdo con la forma cómo se elabora el documento de la venta de una moto, el 80% no están de acuerdo con la modernidad y sencillez de la forma como se genera la consulta y reporte, asimismo, el 91% están de acuerdo con la necesidad de mejora del sistema actual, asimismo, el 74% están de acuerdo que es necesario que los procesos sean más dinámicos, el 77% si están de acuerdo que un nuevo sistema mejorará, el 94%

manifiestan la necesidad de realización de una mejora al actual Sistema para el proceso de control de venta y marketing en la empresa “moto repuestos ARIZA”.

Aguilar (2016) en su tesis “*Caracterización del Financiamiento y Capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Compra/Venta de Accesorios y Autopartes Vehiculares – Cajamarca, 2016*” Presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de Contador Público, tuvo como objetivo determinar y describir las características del financiamiento y capacitación de las MYPES del sector comercio-rubro compra/venta de accesorios y autopartes vehiculares - Cajamarca, 2016, la investigación fue no experimental, se aplicó el cuestionario a 12 Mypes donde se obtuvo los siguientes resultados: De los representantes, el 91.67% son dueños, el 75% son de sexo masculino, el 50% tienen secundaria completa, el 91.67% trabajadores no familiares. Respecto a la constitución, el 25% tiene 10 años en el rubro empresarial, el 100% son empresas formales, el 16.67% cuentan con trabajador eventual, 91.67% formaron el negocio para obtener ganancias. Con respecto a la capacitación, el 66.67% no capacita a su personal.

Farromeque (2014) en su estudio “*Caracterización del financiamiento y la competitividad en las MYPES del sector comercio – rubro venta de autopartes para vehículos motorizados del Distrito de Chimbote, Año 2013*” En la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote para optar el título profesional de Licenciado en Administración, tuvo como objetivo describir las principales características del financiamiento y competitividad de las MYPES del sector comercio rubro venta de autopartes para vehículos motorizados del Distrito de Chimbote, donde se tiene como resultado de los 20 representantes encuestados de las Mypes, el 80% masculino, el 50% con grado de instrucción técnica, el 80% propietario-gerente, el 60% desempeñan en el cargo de 6 a 10 años, el 75% trabajadores permanentes, el 90% si se preocuparon en mejorar la atención al cliente mediante capacitación, el 100% de las Mypes encuestadas se preocuparon por mejorar la calidad trabajo, el 75% se preocupan por mejorar el servicio.

Pinchi (2017) en su estudio “*Gestión de calidad y formalización en la Mypes ventas de repuestos y accesorios de motos y motokar del distrito de Yarinacocha, año 2016*” presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración, tuvo como objetivo brindar apoyo e incentivar a todas las MYPES en formalización y las que ya actúan de manera formal con el fin de guiarles, a una correcta actuación en su crecimiento y desarrollo con el fin de ofrecer un buen servicio en ventas de repuestos y accesorios de motos y motokar en el distrito de Yarinacocha 2016. El diseño que se empleará será no experimental-transversal. Tomando como muestra 20 Mypes siendo los propietarios de 25 a 45 años de edad un 75%, el 65% masculino, el 70% con secundaria completa, el 70% dueños, el 95% constituidas por persona natural, el 50% de 1 a 2 años de permanencia en la actividad, el 95% afirma que la formalización de Mypes aumenta los costos de empresa, el 75% de dueños siempre consideran los valores en el trabajo, el 75% no aplica la gestión de calidad, el 72% no sabe de los objetivos que se logra aplicando la gestión.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Gestión de calidad**

Según Cuatrecasas (2012) la calidad es un conjunto de características que tienen un producto o servicio, que tiene como capacidad de satisfacción los requerimientos del usuario. La calidad de un producto o servicio debe de cumplir las funciones y características que han sido señalados desde un inicio y como resultado de ello deben ser expresados por los consumidores o clientes finales (p. 575).

Verdoy, Mateu y Sagasta (2006) menciona que la calidad es el conjunto de características y propiedades que tiene un producto o servicio y estas deben de satisfacer las necesidades de los clientes (p. 11).

Molina (2017) menciona que la gestión de la calidad es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos componentes de una organización que ayuda en el cumplimiento de los requisitos del cliente y el logro de la satisfacción del mismo (p.77).

### **La Teoría de Jhosep Juran**

Según Juran, 1990 citada por Nava (2005, p. 29) menciona que la calidad tiene dos conceptos distintos, pero relacionados entre sí: Una manera de calidad está basada a los ingresos, y consiste en aquellas formas del producto que satisfacen obligaciones del consumidor y como consecuencia de ello generan ingresos. En este sentido, una mejor calidad mayormente cuesta más. Una segunda forma de calidad estaría basada a los costes y consistiría en la ausencia de fallas y deficiencias. En este sentido, una mejor calidad generalmente cuesta menos. La administración para lograr la calidad abarca tres procesos básicos o también llamado la trilogía de Juran:

- La planificación de la calidad.
- El control de la calidad.
- El mejoramiento de la calidad.

### **La teoría de Crosby**

Según Javier, Antonio y Sergio (2006, p. 39) mencionan que Philip B. Crosby define a la calidad como la idea de cero defectos, es por ello se dice que al utilizar este enfoque se llega a una meta de perfeccionismo de cero defectos. Con las correctas prevenciones en cuanto a la verificación, la experimentación, la supervisión y otras técnicas no preventivas que no tienen cabida en este proceso.

## **La teoría de Edward Deming**

De acuerdo al Dr. Edwards Deming citado por Nava (2005, p. 25) menciona que la filosofía de la Calidad de Deming es una forma de trabajar hacia la excelencia y dentro de una organización es de suma importancia que el colaborador tenga un compromiso alto mediante la motivación y así contar con un espíritu emprendedor para el adecuado logro de los objetivos juntamente con la dicha organización.

Ciclo PHVA, conocido como ciclo Deming un sistema impulsado para una mejora continúa mejorando la calidad, reduciendo costos y esto conllevará a que haya un aumento en la productividad, una mayor existencia de empleo y por ende generará mayores ganancias reduciendo costos y mejorando la participación en el mercado con una adecuada rentabilidad en la organización.

### **Ciclo De Deming:**

#### **Planificar (plan):**

Emilio (2007, p. 50) menciona que en esta fase se define los planes y la visión que tiene la empresa, donde quiere estar en un tiempo determinado; Molina (2017, p. 77) dice que en esta etapa se establecen los propósitos y metas para el desarrollo del plan.

#### **Hacer (do):**

Emilio (2007, p. 50) menciona que en esta etapa se desarrolla el programa de trabajo acordado anteriormente, juntamente con una inspección adecuada para que se lleve a cabo según lo acordado en lo planeado; Molina (2017, p. 77) menciona que en esta etapa se lleva a cabo las cosas planteadas al inicio mediante diversos tipos de procesos.

**Verificar (check):**

Emilio (2007, p. 50) menciona que en esta etapa se compara los resultados planeados con los que se obtuvo realmente. Pero antes de ello se establece indicadores de medición; Molina (2017, p. 77) menciona que se realiza la búsqueda y la correcta evaluación de los instrumentos de los productos respecto a las políticas, objetivos y aquellos requisitos necesarios para el producto y así avisar sobre los resultados.

**Actuar (act):**

Emilio (2007, p. 50) menciona que en esta fase se concluye el ciclo de la calidad y se evalúa para saber si se logró las actividades según planteadas al inicio, si es correcto se sistematizan y se documentan si es que hubo cambios; Molina (2017, p. 77) menciona que en esta etapa se desarrolla actividades para la mejora continua del desempeño de las técnicas.

**2.2.2. Liderazgo transformacional**

En esta teoría Bass y Avolio (1994) citado por Palomo (2010, p. 42) dice que el liderazgo transformacional es uno de los enfoques más desarrollados en la actualidad y que permite superarse; brinda reconocimiento individual, influyen a buscar nuevas alternativas o formas de pensar; permiten la identificación o reducción de intereses ante los objetivos del grupo, etc.

Peréz (2014, p. 68) menciona que el liderazgo transformacional se basa en un cambio muy valioso y positivo en los colaboradores. El líder transformacional se enfoca en ayudar mutuamente y observar por los demás a estar animando y así mirar a la organización como un todo y poder trabajar organizadamente con una adecuada motivación grupal y obtener resultados positivos grupales.

Bass y Avolio consideran cuatro comportamientos diferentes del líder y las mencionan como las “Cuatro I’s” y son las siguientes: influencia idealizada o carisma, motivación inspiracional o liderazgo inspiracional, consideración individualizada y la estimulación intelectual.

### **Influencia Idealizada o Carisma:**

Avolio (2017, p. 5) menciona que el líder es lo que puede ser y lograr, no tiene prácticamente límites, merece la pena luchar por un propósito, plasma objetivos claros ante lo que ejecuta, considera efectos morales y conducta en sus decisiones administrativas, determina consideración de llevar a cabo las tareas organizadas, reparte los riesgos ante las decisiones dichas en el grupo de trabajo, es razonable entre lo que dice y lo que realiza, tiende a realizarse de manera que pueda guiar a sus trabajadores, le motiva hacer saber las necesidades que percibe el grupo de trabajo.

Palomo (2010, p. 44) menciona que este tipo de líder son modelos de imitación e identificación ya que son respetados, admirados y tienen la confianza de sus seguidores, demuestran consideración por las necesidades de sus seguidores más que por sus propias necesidades que él tiene, muestra altos estándares de conducta, ética y moral,

Fischman (2017, p. 9) menciona que el líder aporta un diseño común de la visión e intención, los valores y normas que le da sentido al trabajo. El orgullo del líder son los sentimientos de la misión de ambas partes interesadas, la mejora de sus talentos de rendimiento personal. La confianza y guiar a los seguidores de este líder, la identificación con los objetivos.

### **Motivación Inspiracional o Liderazgo Inspiracional:**

Avolio (2017, p. 5) menciona que el líder construye una visión motivada hacia el futuro, brinda confianza a sus seguidores y así aumenta la seguridad en sí mismo y de sus colaboradores, les guía hacia el logro de los objetivos organizacionales.

Palomo (2010, p. 44) menciona que este líder es un sub factor de la conducta de liderazgo carismático, el líder dice a sus subordinados veras que puedes lograrlo y conseguirás lo que intentas sea de una acción o metas empresariales, siempre construyendo una visión motivante.

Fischman (2017, p. 9) dice que el líder organiza una visión proyectada a futuro y tentador a los seguidores. Los líderes con los colaboradores hacen una competencia con entusiasmo de un alto nivel de motivación, comunicación optima acerca de los objetivos de futuro, facilitan el trabajo eficaz así puedan estar siempre motivados y actuar con un propósito de impulsar al grupo de adelante de ellos.

### **Estimulación Intelectual**

Avolio (2017, p. 5) menciona que el líder les ayuda a solucionar problemas desde diversos puntos de vista, medir los efectos de las decisiones tomadas, impulsar la comprensión a las diferentes opiniones, expresar el interés por lo valioso de los aportes para resolver problemas, ayudar a expresar ideas y opiniones sobre las maneras de trabajo.

Palomo (2010, p. 44) menciona que la estimulación intelectual es donde los líderes transformacionales estimulan a sus seguidores para ser creativos e innovadores, dicen que las cosas que hacen y piensan pueden llevarlo a cabo de diferentes maneras, pero con un mismo fin y propósito conllevando un método de trabajo eficaz. Esto ocurre cuando los individuos están motivados, preparados y tienen la habilidad para pensar en lo que el líder o el grupo ha propuesto.

Fischman (2017, p. 9) menciona que el líder toma riesgos y solicita a los seguidores ideas para estimular y fomentar la creatividad entre ellos y que desarrollen las personas un pensamiento individual. Para un líder el aprendizaje es un valor, una situación inesperada de oportunidades para aprender.

### **Consideración Individualizada**

Avolio (2017, p. 5) menciona que el líder tiene el pensamiento ante sus seguidores, me importas tu como seguidor y como persona particular. Sus costumbres es dedicar su tiempo a enseñar y dirigir a sus colaboradores, tratarlos individualmente y no solo como pertenecientes de una organización, considerar que tienen necesidades, destrezas y aspiraciones que son únicas, ayudarlos a ejecutar sus fortalezas, buscar la forma de llevar a cabo sus capacidades, relacionarse individualmente con cada uno, darse cuenta lo que necesitan, dar de conocimiento de una manera constante y permanente de sus fortalezas.

Palomo (2010, p. 44) menciona que el líder les apoya individualmente de acuerdo a sus necesidades y capacidades, y se dedica a enseñar, orientar a cada colaborador tratándoles individualmente y no en conjunto, considerando que tienen habilidades, capacidades, necesidades que son únicas y por ello se encarga en buscar la manera de desarrollar sus capacidades, y así relacionarse personalmente con cada uno y ser constantes con sus fortalezas realizando que cada individuo sienta una estimación única.

Fischman (2017, p. 9) menciona que el líder tiene en cuenta las necesidades de cada seguidor miembro de la organización, actúa como consejero para quien le sigue y escucha a las preocupaciones de los seguidores y necesidades. El líder brinda el apoyo, mantiene la comunicación y sitios de retos ante los seguidores. También se enfoca en las necesidades de respetar y celebra la responsabilidad individual que cada seguidor puede brindar al equipo. Los seguidores cuentan con la voluntad y aspiraciones de desarrollo personal y tienen la motivación propia para sus labores.

Características del liderazgo transformacional.

Bas y Avolio (1994) mencionan las siguientes características citado por Palomo (2013):

- **Creatividad:** se considera para generar diversas ideas y así el líder transformacional se encuentre en constante innovación y brindando nuevas orientaciones a los problemas o situaciones a suscitarse.
- **Interactividad:** se considera que el líder en este medio consigue mejores resultados que otro. Por qué el líder quiere conocer las necesidades de sus colaboradores y para ello tendrá que tener actitud de participación y comunicación con los colaboradores.
- **Visión:** el líder comunica y participa a sus colaboradores acerca la visión que deben de cumplir, además el líder no solo debe hablar de visión, sino que debe de establecer la visión tanto para los colaboradores como para la organización, es por ella que resalta esta característica como la más importante.
- **Pasión:** el líder transformacional tiene la responsabilidad con la misión de demostrar su pasión con sus colaboradores
- **Ética:** los líderes transformacionales tienen que ser éticos en cualquier tipo de situación a las que se ven sometidos.
- **Prestigio:** la imagen y el prestigio que tienen los colaboradores del gerente son muy positivas.
- **Orientación hacia las personas:** se considera importante las diferencias individuales porque se preocupa por las necesidades y objetivos de sus colaboradores con los objetivos organizacionales.
- **Desarrollo de los colaboradores:** se facilita y se apoya a los colaboradores en sus objetivos claves.
- **Formación y asesoramiento de los colaboradores:** los líderes transformacionales dejan en esta etapa de ser inspector, para pasar ser educadores, asesores y deberán formarse de manera continua.

### **2.2.3. Micro y Pequeñas Empresas**

#### **Definición:**

La LEY N°28015 (2006) define a las MYPES como entidades económicas que puede ser una persona natural o jurídica, con la finalidad de lograr ser una organización que se desarrolle sus actividades acordes a las necesidades del mercado ya sea ofreciendo servicio, transformación y producción, comercialización de bienes, etc.

#### **Características de las Micro y Pequeñas Empresas**

Según Ley N°30056 (2013) las MYPES deben de tener las siguientes características

Las microempresas: Las ventas que realizan anualmente son hasta un máximo de 150 unidades impositivas tributarias. UIT.

La pequeña empresa: Sus ventas anuales deben ser superiores a 150 UIT hasta un máximo de 1700 unidades impositivas tributarias.

El objetivo de las Mypes: Es alcanzar que las entidades se formalicen y de la misma manera contribuyan con la recaudación tributaria e incrementar el empleo, rentabilidad y productividad para el beneficio del país.

#### **Importancia**

Las MYPES son unidades de suma importancia debido a que aportan un 40% del PBI porque contribuyen al ingreso nacional y al desarrollo económico y de la misma manera generan empleo, según estudio el 80% de la población activa se ve empleada logrando disminuir la pobreza brindando una estabilidad económica Vasquez, (2013).

## **Régimen laboral**

Según (El Peruano, 2003) la MYPES cuenta con un régimen laboral especial comprendiendo en:

- Tienen derecho a percibir a una remuneración mínima vital.
- Horario de trabajo 8 diarias y trabajo sobre tiempo de acuerdo a la Ley N° 27671; en caso si la jornada laboral es de horario nocturno no se aplica la sobre tasa del 35%.
- Descanso semanal, descanso vacacional de 15 días por cada año completo de servicio en la empresa y por feriados calendarios.
- Compensación por despido injustificado.
- Seguro social de vida.
- Pertenecer a un régimen pensionario.

## **Tipos de Medianas y Pequeñas Empresas (Mypes):**

Universia (2011) las MYPES se pueden clasificar en 3 grupos y son las siguientes: MYPE de subsistencia: Son entes económicos donde sus actividades son desarrolladas de forma artesanal, no tiene capacidad de generar utilidades dentro de su capital Huamán (2009); MYPES de acumulación: Son unidades económicas que perciben una capacidad de generar ganancia logrando mantener su capital y así reinvertir para el crecimiento de la empresa y a la vez generando más empleo Huamán, (2009); MYPES de emprendimiento: Son empresas que buscan oportunidades en el mercado para poder auto realizarse orientándose en la innovación y transformación ya sea para crear un negocio o mejorando y lograr ser más competitiva. Huamán (2009).

### **2.2.4. Sector servicio, rubro compra y venta de repuestos de accesorios de automotores (motocicletas)**

Según Empresa e Iniciativa Emprendedora (2016) menciona que las empresas de autopartes son organizaciones que manejan aquellos negocios de la reparación y venta de accesorios de motocicletas que gracias a ello existen una gama de productos que puede distribuir una organización de repuestos de motocicletas;

cuando la maquina presenta fallas mecánicas y por ser un bien depreciable requieren un mantenimiento continuo y el reemplazo de sus partes, piezas y accesorios como neumáticos, filtros, espejos, tubos de escape, direccionales, afinamientos, guardabarros, aceites de motor, faros, filtros, fundas, otros cada cierto tiempo para estar operativas. Así mismo algunos de este establecimiento realizan la venta de motocicletas nuevos que como valores agregados ofrecen mantenimiento y regalos de casco y/o accesorios a sus clientes como también aplican otro tipo de promoción u oferta. También analizan su giro continuo para contar con stock de los repuestos que con más frecuencia solicita el cliente y necesita para ello se planifique adquirir el stock sea lo más ajustado posible, de manera que se garantice un stock acorde a la necesidad del mercado, obviando al mismo tiempo almacenamiento de producto inservible y para ello se tiene que procurar contar con el contacto de buenos proveedores para poder brindar productos a precios competitivos y así contar con una buena clientela desde el inicio de apertura de negocio.

Para la buena rotación de mercadería se toma en cuenta los siguientes puntos:

Una buena representación de los artículos que venden u ofrece es exhibiéndolo el interior de la tienda y contando con un almacén correctamente ordenado para la fácil y rápida la búsqueda de los productos.

Normalmente este negocio se enfoca a diversos públicos. Los clientes de este negocio son personas que cuenten con motocicletas lineal, moto torito, moto carguera, escúter en su propiedad u otro tipo de adquisición ya que al transcurrir el tiempo estas herramientas de trabajo necesitaran de reparaciones y cambios (Empresa e Iniciativa Emprendedora, 2016).

Las MYPES de este rubro tienen diferentes tipos de competidores como:

- Otras tiendas de repuestos: Establecimientos que se dedican al mismo rubro y/o giro de negocio.
- Desguaces: Establecimientos que sirven como almacenes de unidades viejas o estropeados, los cuales sirven de chatarra o en su defecto se recuperan algunos repuestos.

- Concesionarios y casas oficiales: Establecimientos autorizados o acreditados para realizar este tipo de negocio, competencia activa para nuestro negocio, ya que en ella también podemos encontrar una serie de cosas y/o repuestos que tenemos en tienda.
- Venta por Internet: Hoy en día las ventas de estos bienes son muy particulares por este medio ya que ofrecen ofertas y costos bajos. Y es por ello que se convierta en nuestros competidores potenciales.
- Realizar distintas promociones por temporadas: Estaciones y/o fechas festivas, para que de esta manera tengamos la oportunidad de interrelacionarnos con la mayoría de los clientes de manera grupal.
- Publicidad: Dar a conocer por la zona donde se ubique el negocio con adecuada publicidad radial, televisivo, redes sociales y volantes, indicando la dirección del establecimiento y ofreciendo un mensaje acogedor para los clientes, para que ellos puedan visitarnos.

### **2.3. Marco conceptual**

**Actuar.** En esta etapa se analizan las causas de los errores o deficiencias detectadas en las fases anteriores y según ello se procede, siempre teniendo en consideración las desviaciones porque pueden ser positivas o como negativas (Cuatrecasas, 2012).

**Consideración Individualizada.** Los líderes se enfocan en analizar las necesidades y capacidades de los seguidores (Palomo, 2010).

**Estimulo Intelectual.** Los líderes rápidamente elaboran una forma visión a antiguos asuntos. impulsan una imaginación, y crean un nuevo pensamiento de cosas ocultas ante los problemas (Palomo, 2010).

**Gestión de Calidad.** Es un conjunto de propiedades que tiene un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario. La calidad de un producto o servicio debe de cumplir las funciones y características

que han sido señalados desde un inicio y como resultado de ello deben ser expresados por los consumidores o clientes finales (Cuatrecasas L., 2012).

**Hacer.** En esta fase se ejecuta según lo planificado en la etapa anterior. Y para ello la empresa debe de definir y habilitar los recursos indispensables para llevar a cabo lo planeado y así conseguir la mejora continua del sistema de calidad (Cuatrecasas, 2012).

**Influencia Idealizada o carisma.** Los líderes perciben una visión y conocimiento de misión; que se ganan la consideración, seguridad y logra un reconocimiento individual considerado de sus seguidores (Palomo, 2010).

**Liderazgo Transformacional:** Los líderes inspiran a sus colaboradores a superarse; proporcionan reconocimiento individual; estimulan a buscar nuevas alternativas de soluciones; facilitan la identificación o subordinación de sus propios intereses a los objetivos del grupo (Palomo, 2010).

**Motivación e Inspiración.** El líder da ánimo, motiva, aumentan la ilusión y admiración, y dan a conocer sus percepciones a futuro y que sean ello realizables con fluidez y seguridad (Palomo, 2010).

**Planificar.** En esta etapa se realiza el establecimiento de objetivos en un plazo determinado para llevar a cabo lo planteado y ser medibles en su momento (Cuatrecasas, 2012)

**Verificar.** En esta etapa se enfoca en comprobar si los resultados obtenidos en las fases anteriores han sido lo esperado según lo planeado al inicio, por eso es importante que cada objetivo señalado sea medible, realizando un rastreo de los productos y servicios según las políticas y metas, obligaciones y todo ello según las actividades planificadas sobre los resultados (Cuatrecasas, 2012).

### **III. Metodología**

#### **3.1. Diseño de la investigación**

La investigación fue de tipo descriptiva porque se describieron las características de la gestión de calidad con el uso del liderazgo transformacional, de nivel cuantitativo porque se recolecto datos basados en la medición de las variables y conceptos las cuales fueron representadas en números y analizados mediante métodos estadísticos y el diseño fue no experimental – transversal transaccional, porque se levantó datos de la información en un solo momento y en un determinado periodo de tiempo.

#### **3.2. Población y muestra**

La población para este estudio fueron los dueños, gerentes o representantes legales de todas las MYPES de venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, los cuales son un total de 10 empresas activas y será aplicará a la totalidad de ellas por ser una población pequeña (Fuente: SUNAT de Huaraz/mesa de partes-2016), se anexa la relación de las empresas de venta de partes, piezas y motocicletas.

#### **3.3. Definición y operacionalizacion de variable e indicadores**

Variable		Definición Operacional			Escala de
Denominación	Definición Conceptual	Dimensiones		Indicadores	Medición
		Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de calidad	Son características que tiene un producto o servicio, para satisfacer las necesidades del cliente.	Planificar	Se planifica lo que se realizara al inicio de una actividad o producto.	Grado de definición de objetivos y metas	Likert
				Grado de capacitación al personal	
				Grado de responsabilidad	
		Hacer	Se lleva a cabo lo planeado en la primera etapa con los recursos necesarios que brinda la empresa	Implementación de planes	
				Disponibilidad de los recursos	
		Verificar	Enfocado en revisar si los resultados obtenidos han sido los correctos.	Grado de seguimiento de los procesos	
				Grado de cumplimiento de objetivos	
		Actuar	Se verifica si ha habido errores o deficiencias en las fases anteriores.	Análisis de errores detectadas en las etapas anteriores	
Elaboración de planes de mejora					

Liderazgo transformacional	El líder crea un cambio valioso y positivo en los seguidores. El líder incrementa la motivación, la moral y el rendimiento de sus colaboradores	Influencia idealizada o carisma.	El líder trata de ganarse la confianza y respeto de sus seguidores con una comunicación continua.	Grado de confianza
				Grado de influencia en los seguidores
				Grado de orientación y dar sentido a los seguidores.
		Motivación e inspiración	El líder dice a sus colaboradores veras que puedes lograrlo y conseguirás lo que te propones.	Grado de satisfacción percibida
				Grado de entusiasmo y optimismo
		Consideración individualizada	El líder trata a cada subordinado de manera diferente de acuerdo a sus necesidades y capacidad.	Grado de un buen trato individual y personalizado
		Estimulo intelectual	Los líderes impulsan a sus colaboradores para ser creativos e innovadores.	Grado de potenciación a los seguidores

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta (**técnica**), mediante un cuestionario (instrumento) estructurado por preguntas y respuestas cerradas relacionadas a los aspectos generales de la empresa y al empresario.

### 3.5. Plan de análisis

Los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos antes indicados, recurriendo a los informantes o fuentes también explicados, serán incorporados o ingresados a los programas especiales de cómputo el programa estadístico SPSS 24.

### 3.6. Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Variable	Metodología y diseño de la investigación	Instrumento y procesamiento
<p><b>General:</b> ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad con el uso de liderazgo transformacional en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas)</p>	<p><b>Objetivo General.</b> Describir las principales características de la Gestión de calidad con el uso de liderazgo transformacional en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.</p> <p><b>Objetivo específico.</b> - Determinar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes y piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz. - Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas de venta de partes y piezas y</p>	<p>Gestión de calidad</p>	<p><b>El tipo de investigación</b> La investigación será de Tipo Cuantitativa porque se realizará la recolección de datos fundamentada en la medición de las variables y conceptos las cuales serán representadas mediante números que deberán ser analizadas a través de métodos estadísticos.</p> <p><b>Nivel de la investigación</b> de las tesis</p>	<p><b>Técnica:</b> -Encuesta.</p> <p><b>Instrumento:</b> -Cuestionario</p>

<p>de la ciudad de Huaraz, 2017?</p>	<p>accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz 2017.</p> <p>-Describir las principales características de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de Huaraz.</p> <p>-Determinar las principales características del liderazgo transformacional en Las Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de Huaraz 2017.</p>	<p>Liderazgo o transformacional</p>	<p>La Investigación será descriptiva porque se relatarán las características que están ocurriendo con el liderazgo transformacional en venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) en la ciudad de Huaraz en el 2017.</p> <p><b>Diseño de la investigación</b></p> <p>Se Utilizará la investigación no experimental (transaccional), porque se recolectarán los datos en un solo momento, en un tiempo único. Siendo su propósito describir variables y analizar su incidencia y/o interrelación en un momento dado.</p>	
--------------------------------------	--	-------------------------------------	---	--

### 3.7. Principios éticos

En el presente trabajo se hace hincapié a los principios éticos de confidencialidad, respeto a la dignidad de la persona, respeto a la propiedad intelectual y veracidad de la recolección de los datos, así mismo se reconoce que toda información utilizada en el presente trabajo ha sido utilizada para fines académicos exclusivamente.

## IV. Resultados

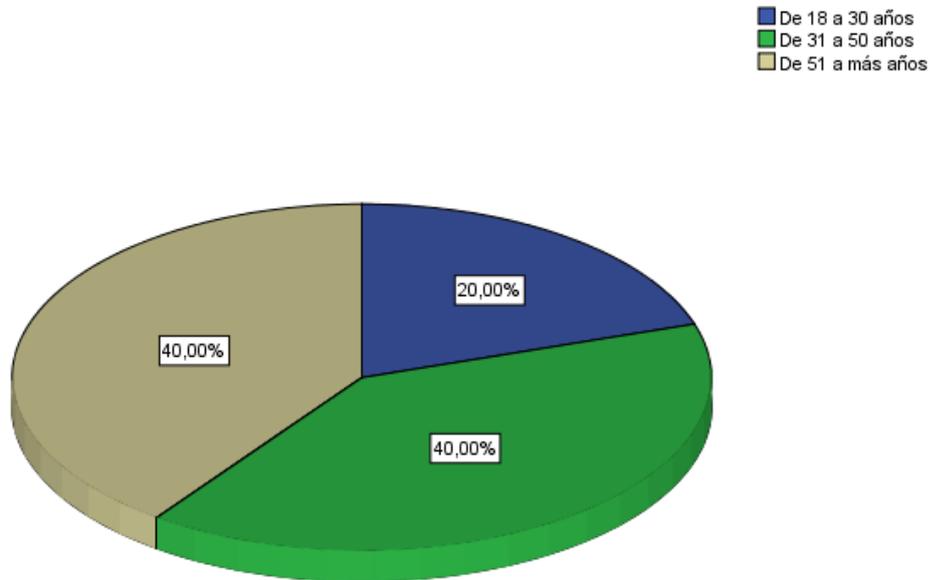
### 4.1. Resultados

A. Referente a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas

**Tabla 01.** Distribución según edad de los representantes de las MYPES.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
De 18 a 30 años	2	20,0	20,0
De 31 a 50 años	4	40,0	60,0
De 51 a más años	4	40,0	100,0
Total	10	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.



*Figura 01. Edad*

Fuente: Tabla 1

**Interpretación.** Los resultados indican que las edades de los representantes son de 31 a 50 años, con un 40% y de 18 a 30 años, con un 20%, siendo este el más bajo.

**Tabla 02.** Género de los representantes de las MYPES.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Masculino	8	80,0	80,0
Femenino	2	20,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*

■ Masculino  
■ Femenino



**Figura 02.** Género

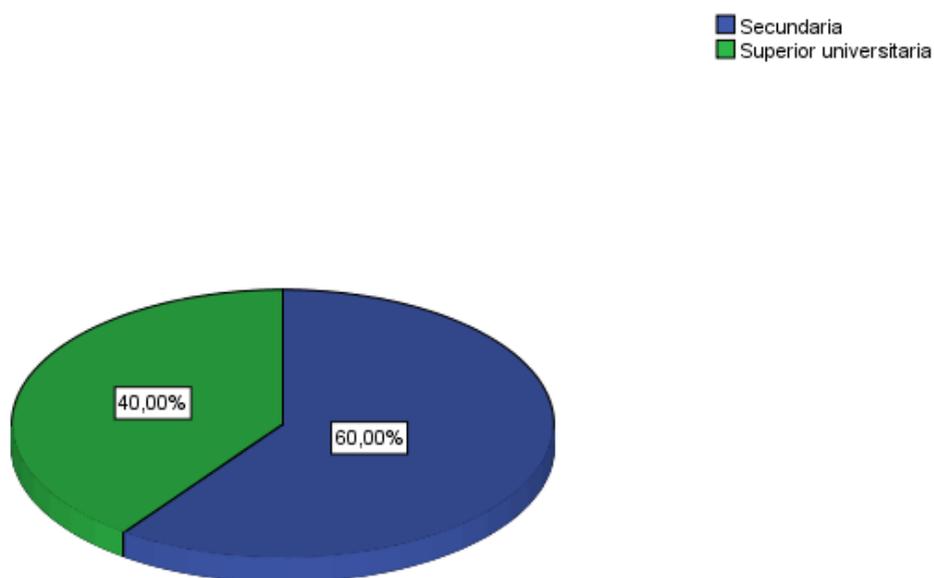
*Fuente. Tabla 2*

**Interpretación.** Los resultados indican que los géneros de los representantes son el 80% masculino y el 20% femenino siendo este el más bajo.

**Tabla 03.** Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Secundaria	6	60,0	60,0
Superior universitaria	4	40,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 03.* Grado de instrucción

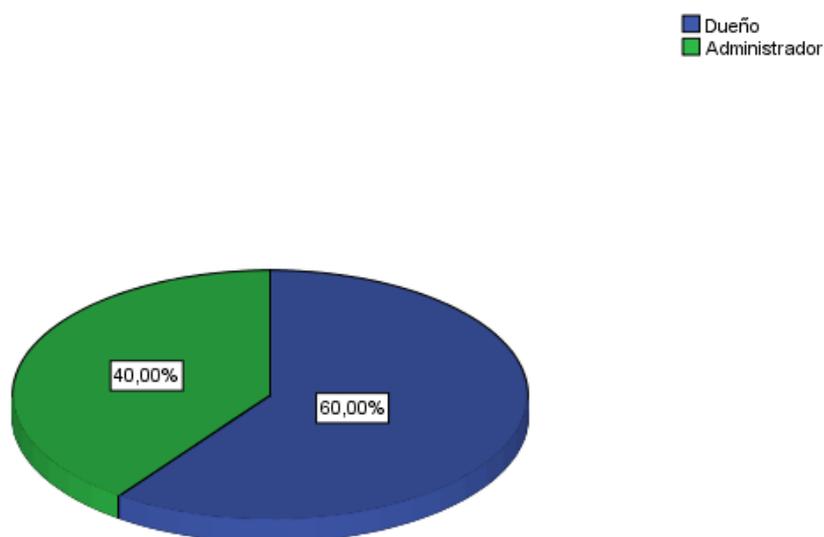
*Fuente. Tabla 3*

**Interpretación.** Los resultados indican que el grado de instrucción de los representantes son un 60% de secundaria y un 40% de superior universitaria siendo este el más bajo.

**Tabla 04.** Cargo que desempeñan los representantes de las MYPES.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Dueño	6	60,0	60,0
Administrador	4	40,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 04. Cargo que desempeña*

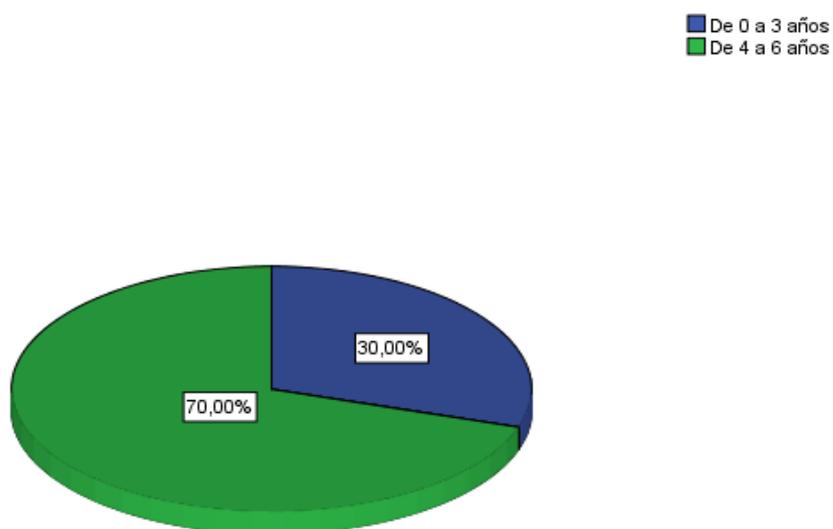
*Fuente. Tabla 4*

**Interpretación.** Los resultados indican que el cargo que desempeñan los representantes son un 60% dueño y un 40% administrador siendo este el más bajo.

**Tabla 05** Tiempo que desempeñan en cargo los representantes de las MYPES.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
De 0 a 3 años	3	30,0	30,0
De 4 a 6 años	7	70,0	100,0
Total	10	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.



*Figura 05. Tiempo que desempeña en cargo*

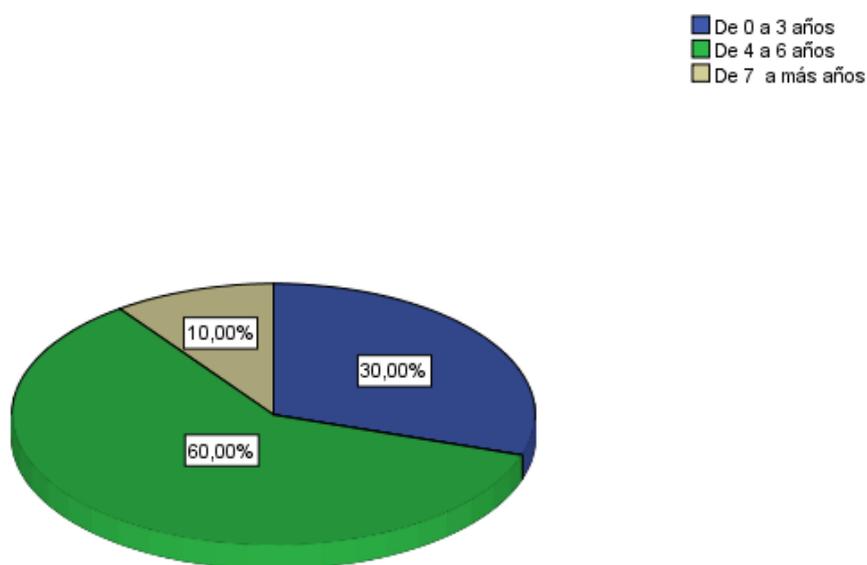
Fuente. Tabla 5

**Interpretación.** Los resultados indican que el tiempo que desempeña en cargo los representantes son un 70% de 4 a 6 años y un 30% de 0 a 3 años siendo este el más bajo.

**Tabla 06.** Tiempo de permanencia en el rubro los representantes de las MYPES.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
De 0 a 3 años	3	30,0	30,0
De 4 a 6 años	6	60,0	90,0
De 7 a más años	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.



*Figura 06.* Tiempo de permanencia en el rubro

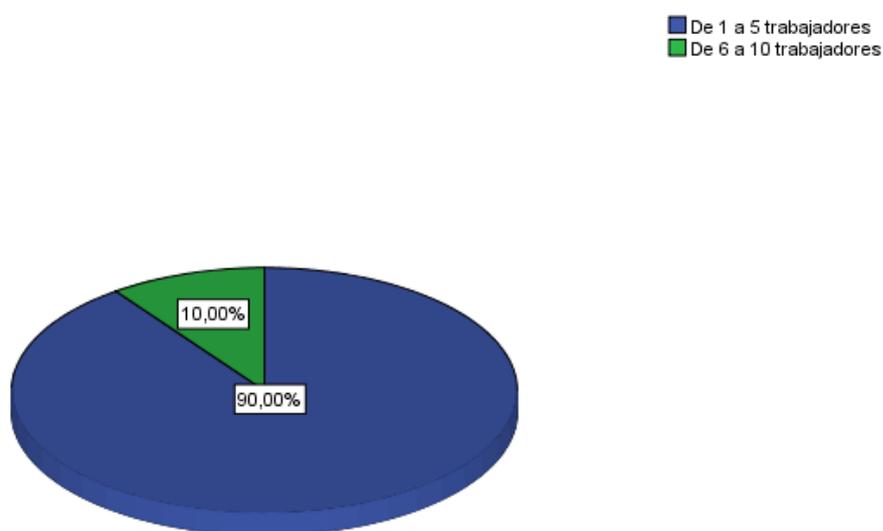
Fuente. Tabla 6

**Interpretación.** Los resultados indican que el tiempo de permanencia en el rubro de los representantes son un 60% de 4 a 6 años y un 30% de 0 a 3 años siendo este el más bajo.

**Tabla 07.** Número de trabajadores en las MYPES.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
De 1 a 5 trabajadores	9	90,0	90,0
De 6 a 10 trabajadores	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 07.* Número de trabajadores

*Fuente. Tabla 7*

**Interpretación.** Los resultados indican que el número de trabajadores de los representantes son un 90% de 1 a 5 trabajadores y 10% de 6 a 10 trabajadores, siendo este el más bajo.

**Tabla 08.** Grado de familiaridad del trabajador con los representantes de las MYPES.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Familiares	1	10,0	10,0
Personas no familiares	9	90,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*

■ Familiares  
■ Personas no familiares



*Figura 08.* Grado de familiaridad del trabajador

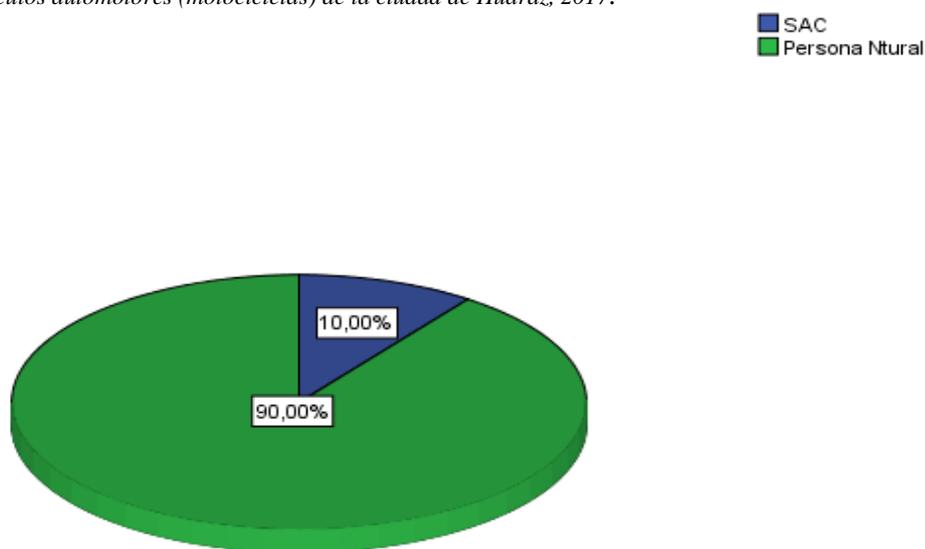
*Fuente. Tabla 8*

**Interpretación.** Los resultados indican que el grado de familiaridad del trabajador en los representantes son un 90% personas no familiares y 10% familiares siendo este el más bajo.

**Tabla 09.** Tipo de empresa según su constitución.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
SAC	1	10,0	10,0
Persona Natural	9	90,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 09.* tipo de empresa según su constitución

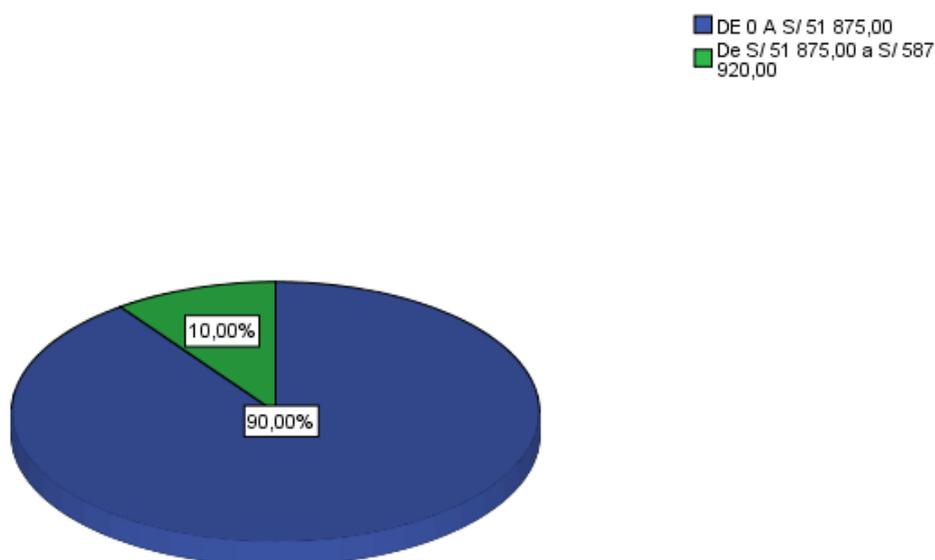
*Fuente. Tabla 9*

**Interpretación.** Los resultados indican que el tipo de empresa según su constitución de los representantes son 90% persona natural y un 10% S.A.C. siendo este el más bajo.

**Tabla 10.** Nivel de ingresos mensuales.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
DE 0 A S/ 51 875,00	9	90,0	90,0
De S/ 51 875,00 a S/ 587 920,00	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 10.* Nivel de ingreso mensuales

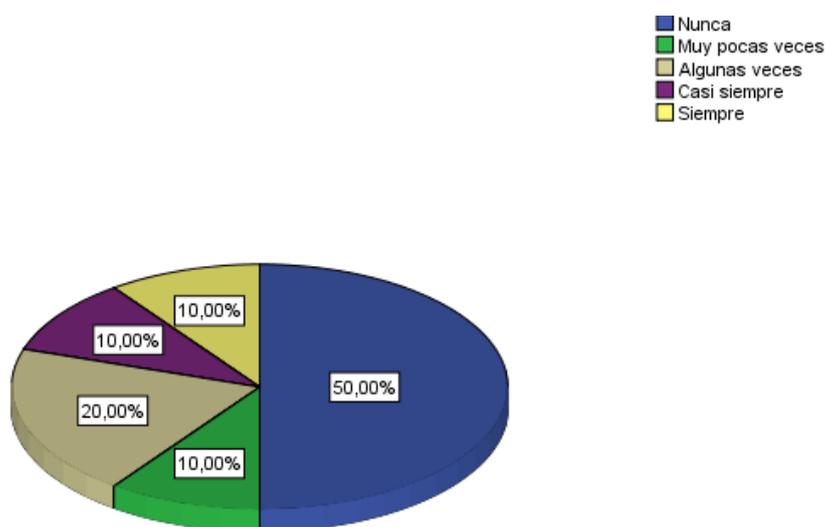
*Fuente. Tabla 10*

**Interpretación.** Los representantes indican que los niveles de ingreso mensuales de los representantes son de 90% es de 0 a S/ 51 875,00 y el 10% de S/ 51 875,00 a S/ 587 920,00 siendo este el más bajo.

**Tabla 11.** Establecimiento de objetivos y metas en los planes.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	5	50,0	50,0
Muy pocas veces	1	10,0	60,0
Algunas veces	2	20,0	80,0
Casi siempre	1	10,0	90,0
Siempre	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 11.* Establecimiento de objetivos y metas en los planes

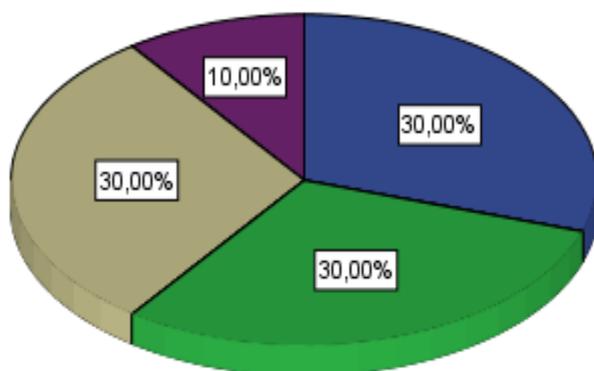
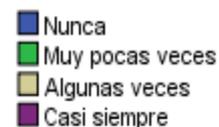
*Fuente. Tabla 11*

**Interpretación.** Los resultados indican que el establecimiento de objetivo y metas en los planes de los representantes son el 50% nunca lo llevan a cabo y un 10% siempre lo realizan siendo este el más bajo.

**Tabla 12.** Realización de capacitaciones al personal sobre sus funciones.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	3	30,0	30,0
Muy pocas veces	3	30,0	60,0
Algunas veces	3	30,0	90,0
Casi siempre	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 12.* Realización de capacitaciones al personal sobre sus funciones

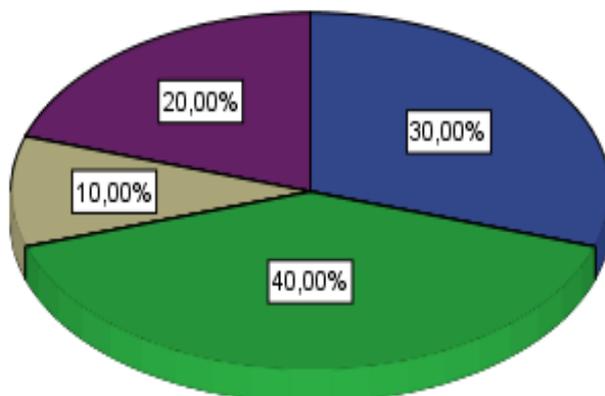
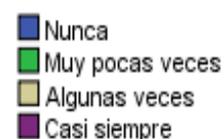
*Tabla. Fuente 12*

**Interpretación:** Los resultados indican que la realización de capacitación al personal sobre sus funciones para los representantes es el 30% nunca y el 10% lo realizan casi siempre siendo este el más bajo.

**Tabla 13.** Establecimiento de responsabilidades a los puestos de trabajo.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	3	30,0	30,0
Muy pocas veces	4	40,0	70,0
Algunas veces	1	10,0	80,0
Casi siempre	2	20,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 13. Establecimiento de responsabilidades a los puestos de trabajo*

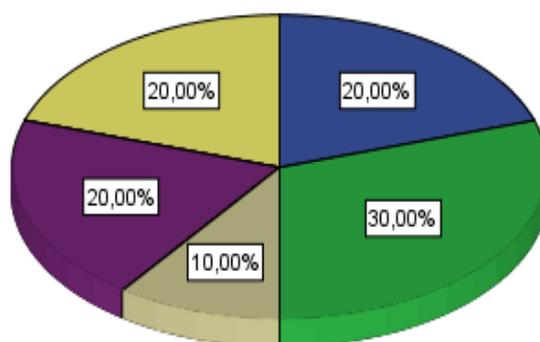
*Tabla. Fuente 13*

**Interpretación.** Los resultados indican que para los representantes el establecimiento de responsabilidad a los puestos de trabajo se realiza un 40% muy pocas veces y un 10% algunas veces, siendo este el más bajo.

**Tabla 14.** Realización de las actividades, se realizan de acuerdo a los planes.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	2	20,0	20,0
Muy pocas veces	3	30,0	50,0
Algunas veces	1	10,0	60,0
Casi siempre	2	20,0	80,0
Siempre	2	20,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 14.* Realización de las actividades, se realizan de acuerdo a los planes

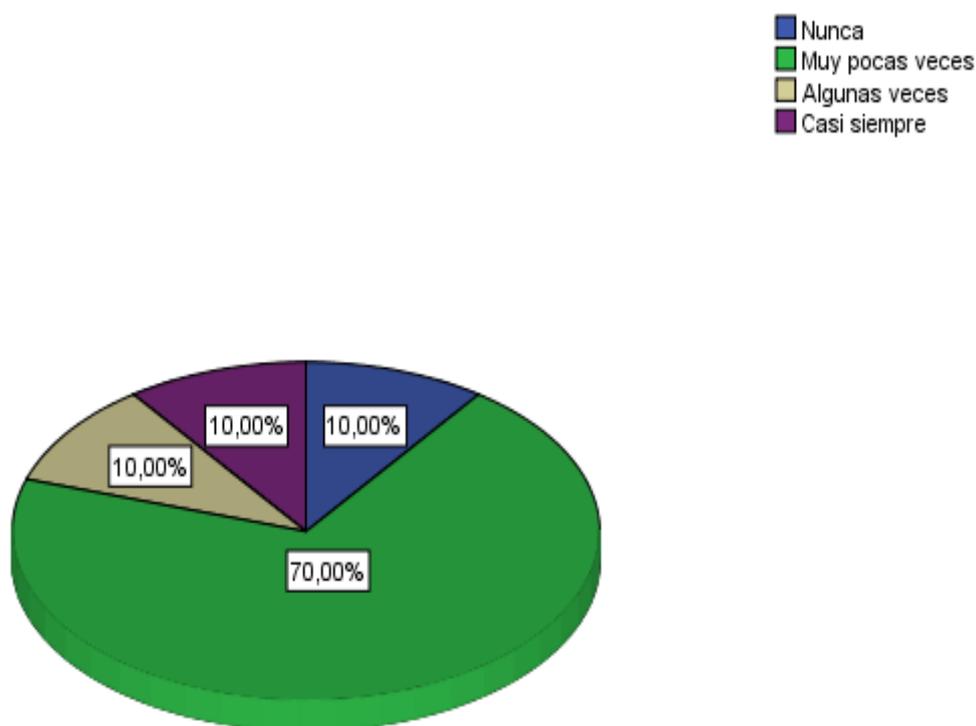
*Fuente. Tabla 14*

**Interpretación.** Los resultados indican que la realización de las actividades se realizan de acuerdo a los planes un 30% muy pocas veces y un 10% algunas veces siendo este el más bajo.

**Tabla 15.** Asignación de recursos necesarios en la implementación de los planes.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	10,0	10,0
Muy pocas veces	7	70,0	80,0
Algunas veces	1	10,0	90,0
Casi siempre	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 15.* Asignación de recursos necesarios en la implementación de los planes

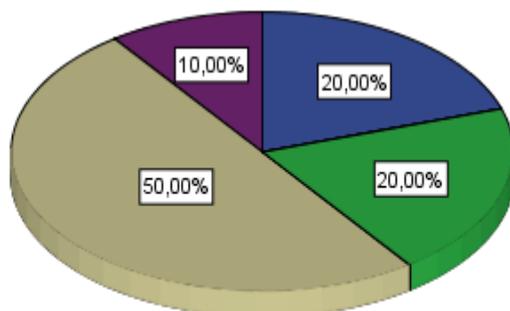
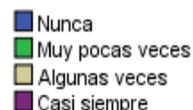
*Fuente. Tabla 15*

**Interpretación.** Los resultados indican que la asignación de recursos necesarios en la implementación de planes de los representantes el 70% son muy pocas veces mientras el 10% casi siempre siendo este el más bajo.

**Tabla 16.** Verificación del cumplimiento de procesos en el cumplimiento de labores del colaborador

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	2	20,0	20,0
Muy pocas veces	2	20,0	40,0
Algunas veces	5	50,0	90,0
Casi siempre	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.



*Figura 16.* Verificación del cumplimiento de procesos en el cumplimiento de labores del colaborador.

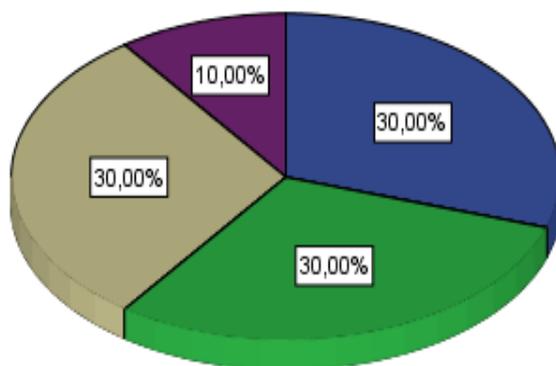
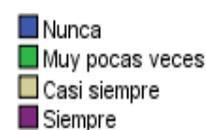
Fuente. Tabla 16

**Interpretación:** Los resultados según encuestados a los representantes de las empresas indican que la verificación del cumplimiento de procesos en el cumplimiento de labores del colaborador el 50% se realiza algunas veces mientras el 10% casi siempre siendo este el as bajo.

**Tabla 17.** Verificación del cumplimiento de los objetivos de acuerdo al plan.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	3	30,0	30,0
Muy pocas veces	3	30,0	60,0
Casi siempre	3	30,0	90,0
Siempre	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 17.* Verificación del cumplimiento de los objetivos de acuerdo al plan

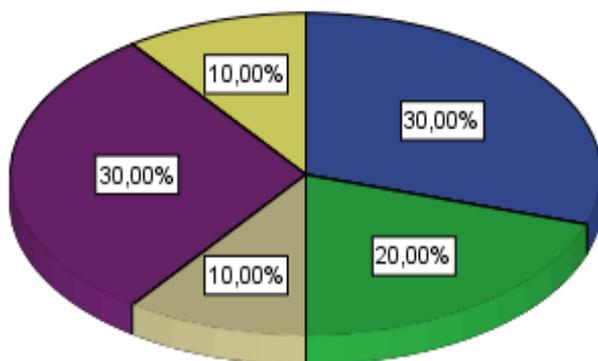
*Fuente. Tabla 17*

**Interpretación.** Del total de representantes encuestados indican que el 30% nunca verifican el cumplimiento de los objetivos de acuerdo al plan mientras el 10% siempre verifican siendo este el más bajo.

**Tabla 18.** Análisis de los errores o deficiencias en los procesos PHVA

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	3	30,0	30,0
Muy pocas veces	2	20,0	50,0
Algunas veces	1	10,0	60,0
Casi siempre	3	30,0	90,0
Siempre	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 18.* Análisis de los errores o deficiencias en los procesos PHVA

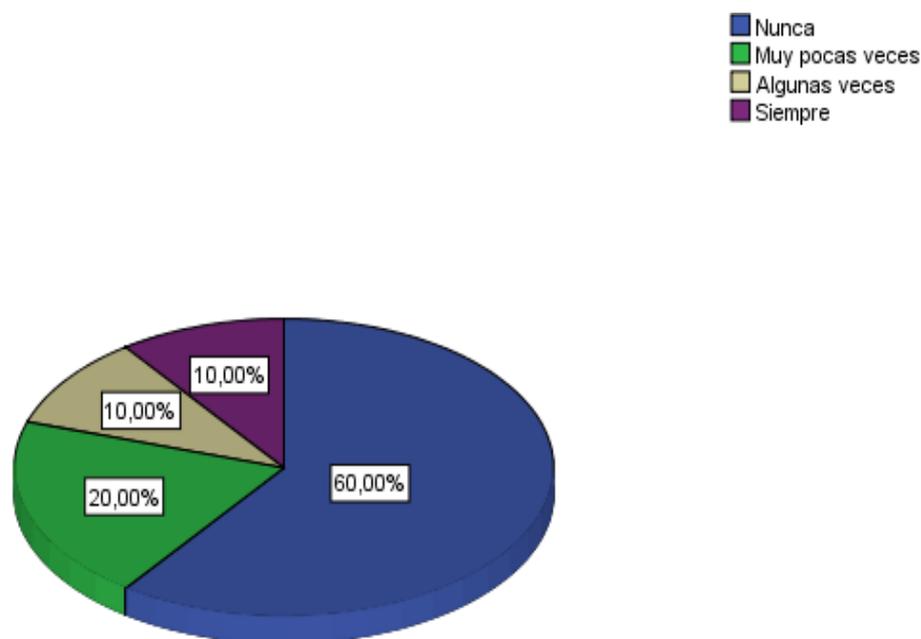
*Fuente. Tabla 18*

**Interpretación:** Los resultados según encuestados a los representantes indican que el análisis de errores o deficiencias en los procesos PHVA que el 30% nunca tomaron en cuenta mientras que el 10% siempre considero siendo este el más bajo.

**Tabla 19.** Desarrollo de estrategias para solucionar problemas y deficiencias detectadas durante el trabajo

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	6	60,0	60,0
Muy pocas veces	2	20,0	80,0
Algunas veces	1	10,0	90,0
Siempre	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 19.* Desarrollo de estrategias para solucionar problemas y deficiencias detectadas durante el trabajo

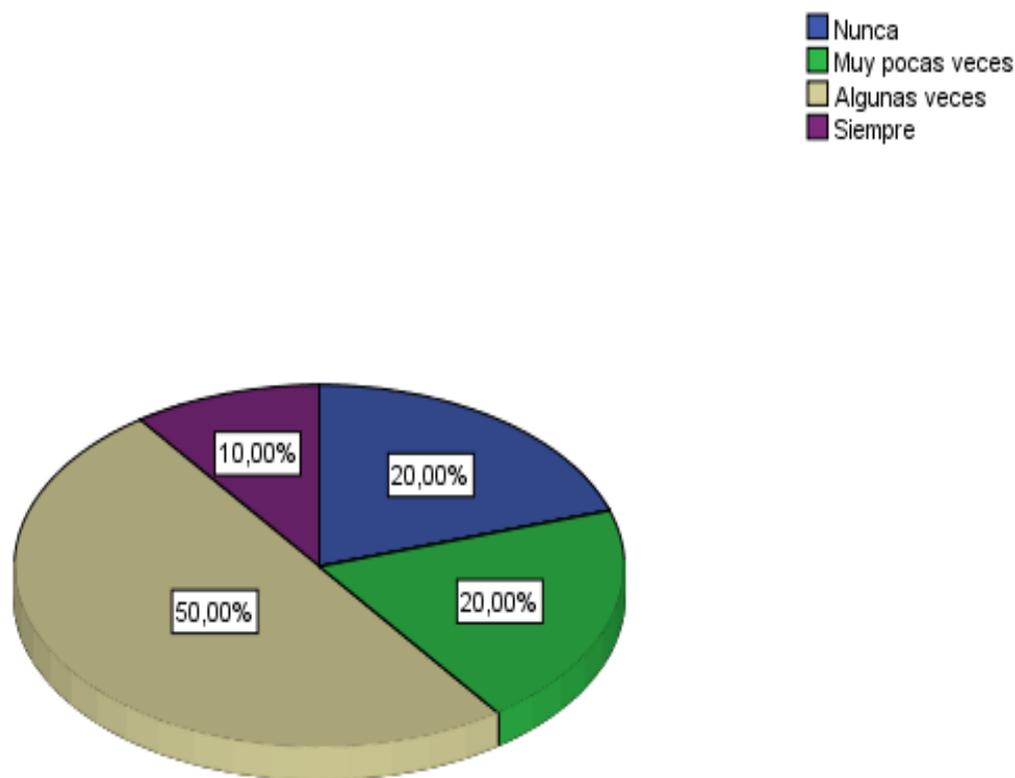
*Fuente. Tabla 19*

**Interpretación.** Los resultados según encuestado a los representantes indican que el desarrollo de estrategias para solucionar problemas y deficiencias detectadas durante el trabajo el 60% nunca consideran mientras el 10% algunas veces siendo este el más bajo.

**Tabla 20.** Confianza en los colaboradores

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	2	20,0	20,0
Muy pocas veces	2	20,0	40,0
Algunas veces	5	50,0	90,0
Siempre	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 20.* Confianza en los colaboradores

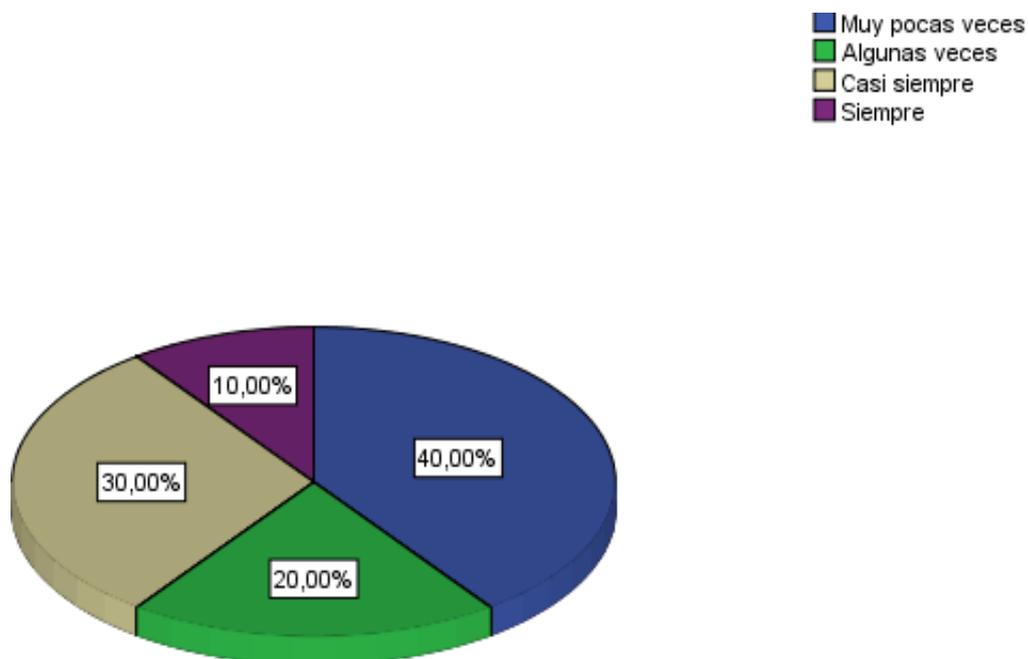
*Fuente. Tabla 20*

**Interpretación.** Los resultados indican que la confianza en los colaboradores ante los representantes el 50% es algunas veces mientras el 10% siempre siendo este el más bajo.

**Tabla 21.** Los colaboradores confían en el representante para el desarrollo de las actividades

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Muy pocas veces	4	40,0	40,0
Algunas veces	2	20,0	60,0
Casi siempre	3	30,0	90,0
Siempre	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 21.* Los colaboradores confían en el representante para el desarrollo de las actividades

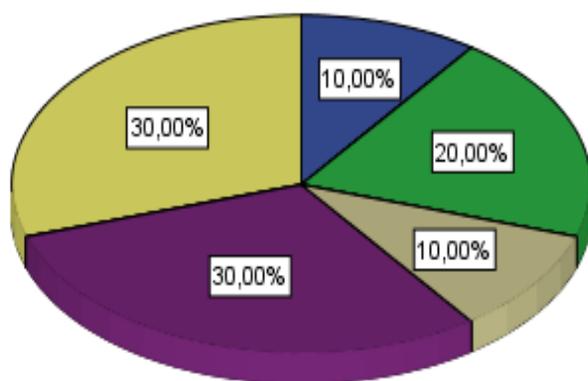
*Fuente. Tabla 21*

**Interpretación.** los resultados indican que los colaboradores confían en el representante para el desarrollo de sus actividades un 40% muy pocas veces y un 10% siempre, siendo este el más bajo.

**Tabla 22.** El representante apoya, comunica y respeta a sus colaboradores

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	10,0	10,0
Muy pocas veces	2	20,0	30,0
Algunas veces	1	10,0	40,0
Casi siempre	3	30,0	70,0
Siempre	3	30,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 22.* El representante apoya, comunica y respeta a sus colaboradores

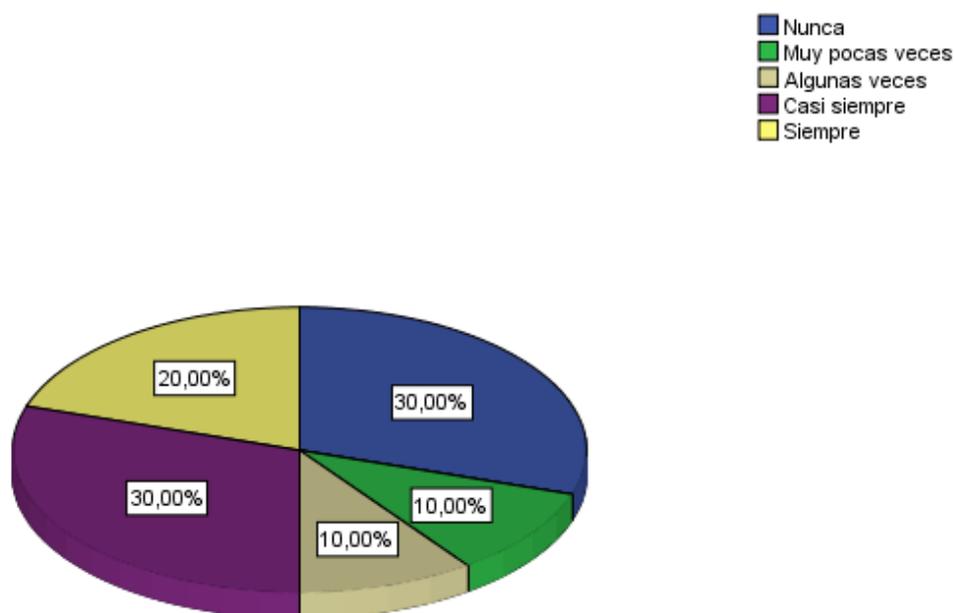
*Fuente. Tabla 22*

**Interpretación.** los resultados indican que el representante apoya; comunica y respeta a sus colaboradores un 30% casi siempre y un 10% nunca, siendo este el más bajo.

**Tabla 23.** Se realizan actividades recreacionales para motivar a los colaboradores

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	3	30,0	30,0
Muy pocas veces	1	10,0	40,0
Algunas veces	1	10,0	50,0
Casi siempre	3	30,0	80,0
Siempre	2	20,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 23.* Se realizan actividades recreacionales para motivar a los colaboradores

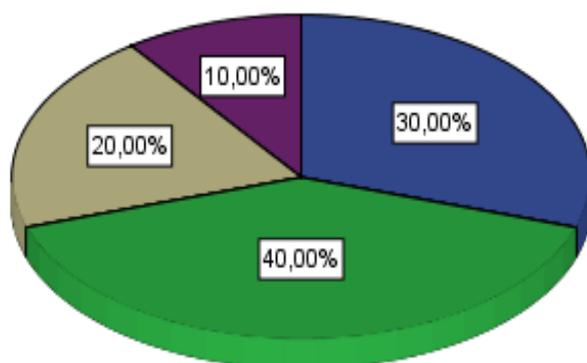
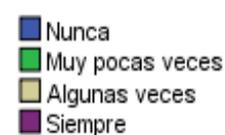
*Fuente. Tabla 23*

**Interpretación.** Los resultados indican que se realizan actividades recreacionales para motivar a los colaboradores un 30% nunca mientras el 10% algunas veces, siendo este el más bajo.

**Tabla 24.** Relación con sus colaboradores durante y después de sus actividades para un mejor servicio

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	3	30,0	30,0
Muy pocas veces	4	40,0	70,0
Algunas veces	2	20,0	90,0
Siempre	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 24.* Relación con sus colaboradores durante y después de sus actividades para un mejor servicio

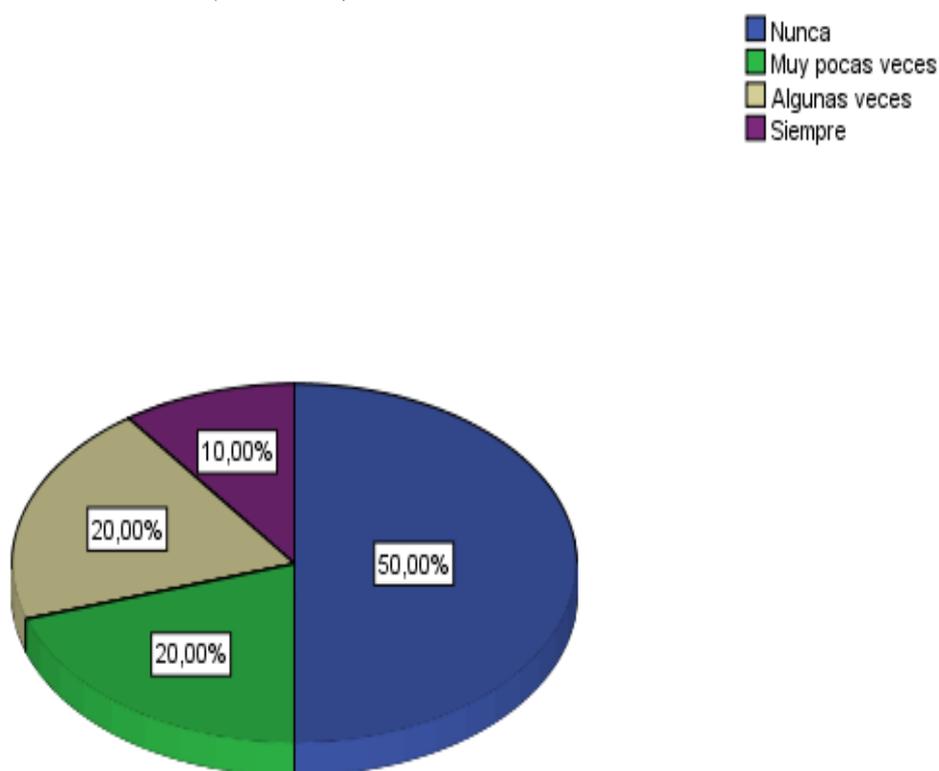
*Fuente. Tabla 24*

**Interpretación.** Los resultados indican que la relación con sus colaboradores durante y después de sus actividades para un mejor servicio el 40% son muy pocas veces mientras el 10% siempre, siendo este el más bajo.

**Tabla 25.** Promoción a los trabajadores de acuerdo a su desempeño

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	5	50,0	50,0
Muy pocas veces	2	20,0	70,0
Algunas veces	2	20,0	90,0
Siempre	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 25.* Promoción a los trabajadores de acuerdo a su desempeño

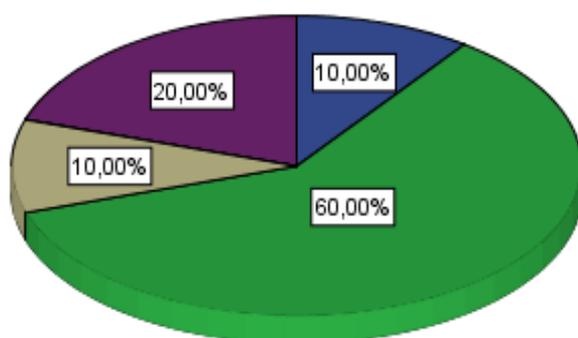
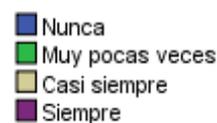
*Fuente. Tabla 25*

**Interpretación.** Los resultados según encuestado a los representantes indican que la promoción a los trabajadores de acuerdo a su desempeño el 50% nunca se realiza mientras el 10% siempre, siendo este el más bajo.

**Tabla 26.** Desarrolla acciones para mejorar el bienestar de los colaboradores en la organización

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	10,0	10,0
Muy pocas veces	6	60,0	70,0
Casi siempre	1	10,0	80,0
Siempre	2	20,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



*Figura 26.* Desarrolla acciones para mejorar el bienestar de los colaboradores en la organización

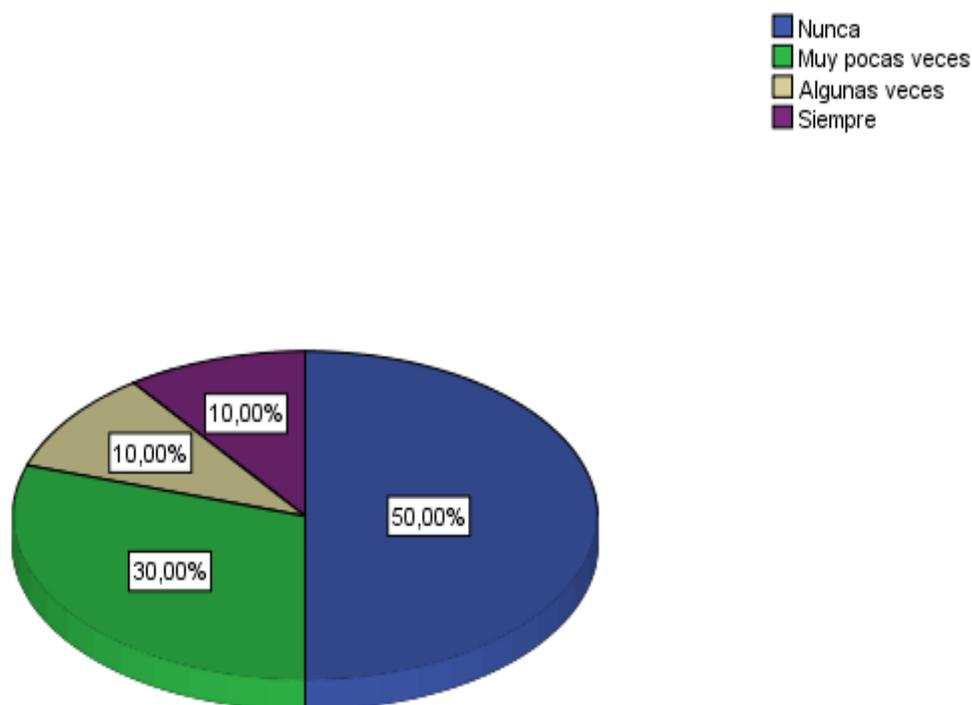
*Fuente. Tabla 26*

**Interpretación.** Los resultados encuestados a los representantes indican que el desarrolla acciones para mejorar el bienestar de los colaboradores en la organización un 60% muy pocas veces mientras el 10% nunca, siendo este el más bajo.

**Tabla 27.** Impulsa la innovación y creatividad de los colaboradores en sus labores diarias.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	5	50,0	50,0
Muy pocas veces	3	30,0	80,0
Algunas veces	1	10,0	90,0
Siempre	1	10,0	100,0
Total	10	100,0	

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.*



**Figura 27.** Impulsa la innovación y creatividad de los colaboradores en sus labores diarias.

*Fuente. Tabla 27*

**Interpretación.** Los representantes de las micro empresas encuestadas indican que se impulsa la innovación y creatividad en sus labores diarias un 50% nunca mientras el 10% siempre, siendo este el más bajo.

## 4.2. Análisis de resultados

### **Respecto a los datos generales del encuestado**

Con respecto a la edad de los representantes el 40% son de 31 a 50 años (tabla 1), estos resultados coinciden con Rosales (2017) quien manifiesta que el 41,7% tienen entre 25 a 50 años, así mismo coinciden con Chávez (2018) quien menciona 43,75% tienen de 41 a 50 años, a la vez contrasta con Moras (2016) que especifica que el 80% tienen de 18 a 30 años, contrasta con Henao (2008) con 43,5% que tienen de 25 a 35 años a la vez contrasta con Pinchi (2017) con 75% que tienen de 25 a 45 años. Esto demuestra que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017 están dirigidas por personas adultas de 31 años a más y estas personas tienen conocimiento amplio en el campo laboral.

Con respecto al género el 80% son masculino (tabla 2) estos resultados coinciden con Rosales (2018) con un 75% masculino, así mismo también coincide con Moras (2016) el 80% masculino; a la vez coincide con Henao (2008) con 82.4% masculino; también coincide con Aguilar (2016) con 75% de sexo masculino; y coincide con Farromeque (2014) con 80% masculino; coincide con Pinchi (2017) con 65% masculino. Esto demuestra que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, son adecuados para personas de género masculino por motivos de fuerza y rapidez.

Con respecto al grado de instrucción el 60% tiene el estudio de secundaria (tabla N°3); estos resultados coinciden con Rosales (2017) con 50% que tienen la secundaria terminada; contrasta con Chávez (2018) con 50% que tienen estudios superiores no universitarios completo; a la vez coincide con Moras (2016) con 60% que tiene secundaria; contrasta con Henao (2008) con 41,2% que tiene nivel de educación universitario; coincide con Aguilar (2016) con 50% que tiene secundaria

completa; contrasta con Farromeque (2014) tienen el grado de instrucción técnica. Esto demuestra que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, los representantes tienen un nivel de estudio secundario y por ello con conocimientos básicos son capaces de manejar un negocio.

Con respecto al cargo que desempeña el 60% son dueños (tabla N°4) estos resultados coinciden con Chávez (2018) quien determina el 56,25% que son dueños; coinciden con Henao (2008) quien menciona que 45,8% son propietarios la mayoría; coinciden por Aguilar (2016) con 91,67% que son dueños a la vez contrasta con Farromeque (2014) que tiene el 80% que son propietarios – gerente, coincide con Pinchi (2017) con 70% siendo dueños. Esto demuestra que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, están siendo atendidas por los mismos dueños siendo más seguros ante el cliente al ofrecer el servicio y producto.

Con respecto al tiempo que desempeña en el cargo el 70% es de 4 a 6 años en el cargo (tabla 5) estos resultados coinciden por Rosales (2017) con 41,7% que tienen de 1 a 5 años; contrasta con Chávez (2018) por 43,75% quien permanecen más de 7 años; coincide con Farromeque (2014) por 60% que desempeña de 6 a 10 años en cargo. Esto demuestra que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, teniendo más de 4 años en el cargo ocupando ya conocen ampliamente el negocio que manejan y lo realizan con facilidad y seguridad.

Con respecto al tiempo de permanencia en el rubro el 60% es de 4 a 6 años en el cargo (tabla 6) estos resultados coinciden por Chávez (2018) con 43,75% con más de 7 años; contrastan con Moras (2016) con 80% quien determina tener de 1 a 2 años; contrasta con Aguilar (2016) por 25% tener 10 años en el rubro a la vez contrasta con Pinchi (2017) por 50% de 1 a 2 años de permanencia. Ello demuestra que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos

automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, tienen en el mercado competitivo más de 4 años ejerciendo con el negocio y ello permite mejorar día a día y ser competitivos con el entorno comercial de rubro.

Con respecto al número de trabajadores el 90% cuentan de 1 a 5 trabajadores ( tabla 7) estos resultados contrastan con Rosales (2017) quien manifiesta 41,7% más de 13 trabajadores y a la vez coincide por Moras (2016) quien manifiesta el 100% tener de 1 a 5 trabajadores; contrasta con Aguilar (2016) quien menciona 16,67% contar con trabajador eventual y a la vez contrasta con Farromeque (2014) quien dice que el 75% son trabajadores permanentes; con respecto a las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, las empresas cuentan con seguridad y permanencia con más de 1 trabajador para su apoyo diario ante las actividades de realizar en día.

Con respecto al grado de familiaridad del trabajador el 90% son personas no familiares (tabla 8) estos resultados coinciden por Aguilar (2016) quien manifiesta el 91,67% ser personas no familiares, con respecto a las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, consideran lo correcto trabajar con personas no familiares, para que puedan ayudar y guiar sin recelo y resentimiento alguno.

Con respecto al tipo de empresa según su constitución el 90% están constituidas por personas naturales (tabla 9) estos resultados coinciden por Rosales (2017) quien manifiesta 66,7% su constitución como persona natural; coincide con Moras (2016) por 80% ser personas naturales; coincide por Henao (2008) que manifiesta ser personas naturales con 75,6% a la vez contrasta con Aguilar (2016) un 100% se empresas formales, coincide con Pinchi (2017) quien menciona 95% estar registrada como persona natural, con respecto a las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, para así puedan trabajar de manera correcta con documentos en regla y generar confianza con los clientes.

Con respecto al nivel de ingreso mensuales el 90% cuentan con un ingreso de 0 a S/ 51 875,00 (tabla 10) estos resultados contrastan por Risco (2017) quien manifiesta 15% de incremento en productividad; contrasta con Moras (2016) quien menciona al 100% no considerar su incremento por tener capital de trabajo propio, contrasta con Henao (2008) que manifiesta 94.7% en incremento de ventas de mercaderías a la vez contrasta Aguilar (2016) con 91,67% formar negocio para obtener ganancia, con respecto a MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, no todas las empresas brindan información de nivel de ingreso mensual porque es un tema confidencial para ello, y más que todo lo realizan por seguridad.

### **Respecto a gestión de calidad**

Con respecto al establecimiento de objetivos y metas en los planes el 50% nunca establecen objetivos (tabla 11) contrastado por Henao (2008) quien manifiesta 93,1% tener un plan de trabajo, contrasta con Pinchi (2017) quien manifiesta 72% no saben de los objetivos que se logran aplicando la gestión. En las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, no se toma en cuenta los planes y objetivos de la empresa para llevar a cabo cualquier labor a realizar. Molina (2017) considera correcto el establecimiento de metas, propósitos y desarrollos necesarios para adquirir un adecuado plan de trabajo juntamente con la organización.

Con respecto a la capacitación al personal sobre sus funciones el 30% nunca realizan capacitación al personal sobre sus funciones ( tabla 12) ello es contrasta por Farromeque(2014) quien menciona que si se preocupan por las mejoras de atención al cliente mediante capacitaciones; contrasta que el 66,67% no capacita a su personal; contrasta que el 41,7% no capacitan a sus colaboradores, contrasta Moras (2016) con 60% no tener un plan de capacitación, dentro de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, por ser en mayoría empresas con menor cantidad de

trabajadores lo cual requiere de tiempo. Emilio(2007) define los planes y la visión son lo correcto para la ejecución de capacitación que tiene la empresa y, por ende, ante ello quiere mantenerse por tiempo determinado lo que se propone.

Con respecto al establecimiento de responsabilidades a los puestos de trabajo el 40% muy pocas veces establecen responsabilidades a los puestos de trabajo (tabla 13) ello contrasta con Castro (2017) quien manifiesta que mantiene una rapidez de 19,29% en realización de servicio, dentro de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, no consideran con importancia las empresas y representantes ante las tareas que tiene cada colaborador en su momento. Molina (2017) manifiesta que establecer propósitos es necesarios para adquirir los requisitos políticos de la organización.

Con respecto a las actividades que realizan de acuerdo a sus planes el 30% muy pocas veces realizan actividades de acuerdo a los (tabla 14) contrasta con Moras (2016) que el 60% invierte en tecnología para mejorar su actividad ante los planes, contrasta con Henao (2008) quien manifiesta 80,9% tener un plan de incentivo en sus actividades, contrasta con Espíritu (2018) quien especifica 77,00% no está de acuerdo con la actividad del actual sistema de servicio, dentro de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, es por ello que no siempre se logra realizar las cosas concretas porque no todo negociante lo ejecuta lo planeado. Emilio (2007) considera correcto el desarrolla de programa de trabajo, juntamente con una inspección adecuada para que se lleve a cabo según lo planeado.

Con respecto a la asignación de recursos necesarios en la implementación de planes el 70% muy pocas veces realizan la asignación de recursos necesarios en la implantación de planes (tabla 15) contrata con Chávez (2018) quien manifiesta que 50% usan los medios de promoción a veces, el 31,25% usan medios de comunicación a veces, el 43,75% trabajan en coordinación con los colaboradores para resolver problemas comunes muchas veces, dentro de las MYPES del rubro

venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, ello consideran para que puedan llevar a cabo un mejor trabajo.

Con respecto al cumplimiento de procesos en labores del colaborador el 50% algunas veces realizan la verificación del cumplimiento de procesos en el cumplimiento de labores del colaborador (tabla 16) contrasta con Espíritu (2018) con un 60% que no están de acuerdo con la eficiencia del proceso en servicio; contrasta con Henao (2008) que no toma en cuenta la evaluación periódicamente al personal de trabajo, dentro de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, los representantes no toman en consideración mayor el procesos de trabajo en los colaboradores, eso permite que cada uno realice su labor como mejor considere él con un cumplimiento que les convenga. Emilio (2007) considera lo correcto el cumplimiento de procesos. Pero antes de ello se establece indicadores de medición.

Con respecto a la verificación del cumplimiento de los objetivos de acuerdo al plan el 30% nunca verifican el cumplimiento de los objetivos de acuerdo al plan (tabla 17) ello contrasta con Moras (2016) que manifiesta 60% si invierte en actividades ante los planes a ejecutarse; coincide por Vásquez (2017) quien menciona 30% que influye mucho el cumplimiento de documentación, dentro de las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, no toman en cuenta los representantes nunca el cumplimiento de los objetivos a pesar de que son muy importantes para una empresa. Molina (2017) considera adecuado el cumplimiento de los objetivos y la correcta evaluación respecto a los objetivos que tiene que realizar el colaborador.

Con respecto al análisis de los errores o deficiencias en los procesos PHVA el 30% nunca realizan el análisis de los errores o deficiencias en los procesos de PHVA (tabla 18) contrastado por Rosales (2017) manifiesta que 83,3% tienen de conocimiento de los procesos de gestión de calidad; coincide con Castro (2017) con

un 14,87%; contrasta con Henao (2008) tomando en cuenta la planificación con un nivel de 45% que mantiene deficiencia para el servicio; esto demuestra que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, tiene dificultad de manejo correcto e los procesos de PHVA. Emilio (2007) concluye que es primordial el uso del ciclo de la calidad, para saber si se logró las actividades según planteadas al inicio, si es correcto se sistematizan y se documentan si es que hubo cambios.

El 60% nunca desarrollan estrategias para solucionar problemas y deficiencias detectadas durante el trabajo (tabla 19) contrasta por Henao (2008) que manifiesta 99,2% manejar estrategias de descuentos a sus compradores; contrastan con Farromeque (2014) considera un 100% que se preocupan por mejorar la calidad de trabajo y el 75% se preocupan por mejorar el servicio, ello demuestra que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, tienen la dificultad de desarrollo de problemas a pesar de estar diario en el rubro enfocado y tener un alto conocimiento del rubro, ello contrasta con la teoría de Molina (2017) donde desarrolla actividades para la mejora continua del desempeño de las técnicas.

### **Liderazgo transformacional**

Con respecto a la confianza en los colaboradores el 50% algunas veces generan confianza en los trabajadores (tabla 20) coincide por Rosales (2017) quien determina el 41,7% algunas veces confiar en el colaborador; contrasta con Henao(2008) que menciona 62,9% que los colaboradores son hábiles y seguros en sus trabajos; esto demuestra que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017 los representantes deben de confiar en sus colaboradores porque son una pieza primordial cuando ellos salgan del trabajo por motivos diversos, los colaboradores también deben de poner de su parte para que así el representante se sienta seguro con la persona que labora junto a él. Avolio (2017) el líder es lo que se puede ser y

lograr y ello no tiene prácticamente límites, Merece la pena luchar por un propósito, plasma objetivos claros.

Con respecto a la confianza de colaboradores ante los representantes en desarrollo de actividades el 40% muy pocas veces hacen que sus colaboradores confíen en el representante para el desarrollo de las actividades (tabla N°21). contrasta con Henao (2008) quien manifiesta 57,3% que el colaborador se relaciona con seguridad ante el gerente teniendo sus objetivos claros, esto demuestra que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, y colaboradores tiene que estar guiados siempre de los representantes, porque no todos en la actualidad como perfectos es por ello que ambos trabajador y representante deben de trabajar de la mano para así llevar a cabo un trabajo eficiente. Palomo (2010) el líder tiene un pensamiento de lo que puedes ser y lograr un reconocimiento individual considerado de sus seguidores.

Con respecto al representante apoya, comunica y respeta a sus colaboradores el 30% casi siempre el representante apoya, comunica y respeta a sus colaboradores (tabla 22) contrasta con, Henao (2008) se manifiesta 52,7% que comunica, respeta a los colaboradores; contrasta con Pinchi (2017) con un 75% donde los dueños siempre consideran los valores en el trabajo, esto conlleva que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, se encuentren comprometidos con los valores tanto los colaboradores con dueños de empresa para así no llegar a mal entendidos y se trabaje de manera correcta. Fischman (2017) el líder aporta un diseño común de la visión e intención, los valores y normas que le da sentido al trabajo

Con respecto a las actividades recreacionales para motivar a los colaboradores el 30% nunca realizan actividades recreacionales para motivar a los colaboradores (tabla 23) contrasta con Farromeque (2014) que menciona 100% de las MYPES encuestadas se preocuparon por mejorar la calidad trabajo mediante actividades

recreacionales; contrasta por Espíritu (2018) que manifiesta 74,00% están de acuerdo que es necesario el procesos de motivación sean más dinámicos ante los colaboradores, esto demuestra que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, deben te tomar en cuenta las actividades recreacionales ante los colaboradores, porque al rubro al cual se dedican no es nada fácil, y además todo trabajo necesita de recreación para así poder una calidad de vida laboral adecuado. Palomo (2010) la Estimulación Intelectual es donde los lideres transformacionales estimulan a sus seguidores para ser creativos e innovadores.

Con respecto a la relación con sus colaboradores durante y después de las actividades para mejorar el servicio el 40% muy pocas veces se relacionan con sus colaboradores durante y después de sus actividades para un mejor servicio (tabla 24) contrasta por Henao (2008) quien manifiesta 57,3%, que el colaborador se relacione con seguridad ante el gerente teniendo sus objetivos claros, esto conlleva a que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, realicen una comunicación fluida y así relacionarse de manera más rápida en el campo laboral, ello es muy importante dentro de una empresa para que encamine bien juntamente con los miembros pertenecientes. Fischman (2017) el líder organiza una visión proyectada a futuro y tentador a los seguidores.

Con respecto al ascenso a los trabajadores de acuerdo a su desempeño el 50% nunca promocionan a los trabajadores de acuerdo a su desempeño (tabla 25).coincide por Rosales (2017) con un 50% no incentivan a sus colaboradores,; contrasta por Henao (2008) no consideran ningún tipo de ascenso con un 77,1%, esto demuestra en las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017,que los colaboradores no pongan de su parte por aprender y superar, tener siempre en mente que solo estarán en el mismo puesto que ingresaron a inicio, y ello no debe ser así uno como dueño de negocio debe de tener distinto pensamiento en la actualidad para que su negocio sea más rentable y distinto al mercado. Palomo (2010) el líder dice a sus

subordinados veras que puedes lograrlo y conseguirás lo que intentas sea de una acción o metas empresariales

Con respecto al desarrollo de acciones para mejorar el bienestar de los colaboradores en la organización el 60% muy pocas veces desarrollan acciones para mejorar el bienestar de los colaboradores en la organización (tabla 26) coincide por Rosales (2017) que manifiesta 58,3% no desarrollan acciones de mejora por los colaboradores en la organización; contrasta con Henao (2008) que manifiesta 84% positivismo en la mejora de colaboradores. Esto conlleva a las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, desarrollar un adecuado ambiente de trabajo labora, si hay buen ambiente laboral las cosas salen bien si no del caso contrario. Avolio (2017) el líder tiene el pensamiento ante sus seguidores, me importas tu como seguidor y como persona particular.

Con respecto a la innovación y creatividad de los colaboradores en sus labores diarias el 50% nunca se impulsa la innovación y creatividad de los colaboradores en sus labores diarias (tabla 27). Contrasta con Rosales (2017) que el 75% no tienen conocimiento innovación y superación de los colaboradores en sus trabajos es por ello que las MYPES del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicleta) de la ciudad de Huaraz, 2017, dan de baja a sus negocios de dicho rubro con muy pocos meses de existencia en el mercado, todo por no permanecerse en contante innovación y creatividad tanto colaboradores con empresa en general.

## V. Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

- Los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro venta de piezas, partes y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) aplican la gestión de calidad de manera deficiente y el liderazgo transformacional de manera inadecuada.
- Los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas en su mayoría son dueños, varones, adultos de 31 a 50 años de edad, teniendo estudios secundarios culminados y desempeñando el cargo más de 4 años.
- La MYPES tienen tiempo de permanencia en el rubro de 4 años a más, constituidas sus empresas como Persona Natural, con 1 a más trabajadores con un ingreso mensual de negocio de 0 a S/ 51 875,00.
- Los representantes respecto a las características gestión de calidad, nunca realizan el establecimiento de objetivos y metas; la realización de capacitaciones al personal sobre funciones la minoría llevan a cabo; el establecimiento de responsabilidades a los puestos de trabajo lo realiza muy pocas veces; verificación del cumplimiento de procesos de labores del colaborador se realiza algunas veces; análisis de los errores o deficiencias en los procesos PHVA nunca se realiza; desarrollo de estrategias para solucionar problemas y deficiencias detectadas durante el trabajo la mayoría nunca se toma en cuenta.
- Los presentes resultados respecto a las principales características de liderazgo transformacional en las micro y pequeñas empresas de venta de partes, piezas y accesorios de motocicleta, indican si existe confianza en los colaboradores por parte de los representantes; comunica y respeta a sus colaboradores siempre, se realizan actividades recreacionales para motivar a los colaboradores casi siempre; la relación con sus colaboradores durante y después de sus actividades para un mejor servicio se da muy pocas veces; promoción a los trabajadores de

acuerdo a su desempeño nunca se realiza; impulsa la innovación y creatividad de los colaboradores en sus labores diarias nunca se impulsa por parte de los representantes.

### **Recomendaciones.**

- Las Micro y Pequeñas Empresas de venta de partes, piezas y accesorios de motocicleta establecer deben establecer estrategias que permita llevar a cabo una correcta gestión de calidad con el uso adecuado del enfoque PHVA.
- Los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas deben tener conocimientos acerca de una correcta gestión de calidad dentro de sus empresas para así poder desenvolverse con facilidad ante los clientes y en su mismo entorno organizacional.
- Los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas de venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, deben de capacitarse en manejo de gestión de calidad porque ello permitirá a tener mas en claro los objetivos, metas, y llevara a que los colaborador obtengan capacitaciones permanentes, una correcta distribución de actividades ante los responsables, con la finalidad de realizar la verificación del cumplimiento de actividades, y si no se esta realizando de manera correcta realizar estrategias para solucionar problemas y deficiencia durante el trabajo.
- Los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas de venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores(motocicleta) de la ciudad de Huaraz, el uso del liderazgo transformacional ante los representantes en especial es importante porque los colaboradores también deben de tener una mayor confianza y seguridad ante los representantes, para así ambos se sientan motivados y tengan acciones de desarrollo e innovación.

## Referencias bibliográficas

- Aguilar, C. B. (2016). *Caracterización Del Financiamiento Y Capacitación De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio – Rubro Compra/Venta De Accesorios Y Autopartes Vehiculares – Cajamarca, 2016*. Cajamarca: universidad catolica los angeles de chimbote.
- Altonivel. (12 de Mayo de 2012). El valor de sonreír al cliente. Recuperado el 12 de Marzo de 2018, de <https://www.altonivel.com.mx/marketing/20824-el-valor-de-sonreir-al-cliente/>
- Armando, P. G. (2017). *Gestion integral de la calidad*. En C. V. Isabel. mexico: patria. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=dzZCDwAAQBAJ&pg=PA49&dq=gestion+de+calidad+segun+el+ciclo+phva&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjwhfeQ14PaAhWOnFkKHbRIAn8Q6AEIQjAF#v=onepage&q=gestion%20de%20calidad%20segun%20el%20ciclo%20phva&f=false>
- Avolio, B. (2017). *Dimenciones de liderazgo transformacional*. chile: person. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=JQU6MgAACAAJ&dq=teoria+y+evaluacion+del+liderazgo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi4pb2ej6LbAhWBxFkKHVQTDAAQ6AEIJzAA>
- Avolio, B. (2017). Estilos de liderazgo transformacional. *recursos humanos*. Obtenido de <https://www.recursohumano.cl/single-post/2017/05/29/Bass-y-Avolio-estilos-de-liderazgo-transformacional>
- Avolio, b. y. (2009). *Liderazgo transformacional. 4 estilos de liderazgo consideracion individualizada, estimulacion*. person.
- Balcazar Suarez, R. A. (2010). *Competitividad en las mype*. Obtenido de dando empleo a la calidad: <http://www.responde.pe/admin/fotos/1308582087.pdf>
- Bass, & Avolio, y. (1994). *liderazgo transformacional. 4 estilos de liderazgo: consideracion individualizada, estimulacion intelectual, inspiracion e influencia idealizada*. person.

- Bass, a. (1994). *Liderazgo transformacional* (pág. 115). Recuperado el 2014
- Bill Boomer, Ph.D. (2 de febrero de 2013). *gestión*. Obtenido de “Un líder es aún más efectivo cuando las empresas están bajo una gran dosis de estrés”: <https://gestión.pe/tendencias/management-empleo/lider-efectivo-empresas-gran-dosis-estres-30825>
- Castro, C. O. (2017). *Micro-simulación de vehiculos atipicos: el caso de las moto-taxis en villa maria del triunfo*. lima: universidad catolica del Perú.
- Chavez, M. M. (2018). *Gestión De Calidad Con El Modelo Integral De La Productividad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Rubro Venta De Partes, Piezas Y Accesorios De Vehículos Automotores Del Distrito De Huaraz, 2017*. Huaraz: Universidad catolica los Ángeles de chimbote.
- Chimboteenlinea.com. (24 de julio de 2013). *Ancash:Mypes vendieron 125 millones de soles al estado por internet*. Obtenido de <http://chimboteenlinea.com/economia/24/07/2013/ancash-mypes-vendieron-125-millones-de-soles-al-estado-por-internet>
- Christopher, P. R. (2017). *Aplicación del ciclo PHVA para mejorar la calidad de las ventas del seguro de compra protegida de la empresa chubb peru s.a.* peru: Universidad Cesar Vallejo.
- Cuatrecasas, A. L. (2012). *Gestión De Calidad Total*. madrid: ediciones Diaz de Santos albasanz,2. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=W\\_kh5TLr7uAC&printsec=frontcover&dq=Gestion+De+Calidad+Total&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiT5aaQsaLbAhWopFkKHRqTCiMQ6AEIMjAC#v=onepage&q=Gestion%20De%20Calidad%20Total&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=W_kh5TLr7uAC&printsec=frontcover&dq=Gestion+De+Calidad+Total&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiT5aaQsaLbAhWopFkKHRqTCiMQ6AEIMjAC#v=onepage&q=Gestion%20De%20Calidad%20Total&f=false)
- Deming, E. W. (1920). *gestión de calidad*. japon.
- Empresa e Iniciativa Emprendedora. (20 de Enero de 2016). *Montar un negocio de repuestos de accesorios para motociclistas*. Recuperado el 21 de Abril de 2018, de <https://muchosnegociosrentables.com/como-montar-una-tienda-de-motociclismo/>

- Espiritu, B. E. (2018). *Implementación De Un Sistema Web Para Mejorar El Servicio De Venta Y Marketing De Motos Y Accesorios En La Empresa Moto Repuestos Ariza, Huarmey 2017*. chimbote: Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote.
- Farromeque, M. L. (2014). “*Caracterización Del Financiamiento Y La Competitividad En Las Mypes Del Sector Comercio – Rubro Venta De Autopartes Para Vehículos Motorizados Del Distrito De Chimbote, Año 2013*”. chimbote: universidad los angeles de chimbote.
- Fischman, D. (12 de marzo de 2017). *Líder transformador*. México: Planeta Mexicana,S.A. Obtenido de enciclopedia financiera: <https://books.google.com.pe/books?id=8GovDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=liderazgo+transformacional+y+Is&hl=es&sa=X&ved=0ahUK Ewir357DoKLBhWiwFkKHQvdA3wQ6AEIUdAI#v=onepage&q&f=false>
- Fishman. (2005). el lider transformador. Recuperado el 2018
- Garrido, J. (29 de mayo de 2012). *El negocio de la venta de repuestos*. Obtenido de Diario PERU 21: <http://peru21.pe/2012/05/29/emprendedores/negocio-venta-repuestos-2026336>
- Gerlini, G. (30 de enero de 2014). *Post venta - sector automotriz - indicadores y tips*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/GustavoGerlini/01pv-gg-post-venta-sector-automotriz-indicadores-y-tips>
- Gestión. (2 de abril de 2014). *Mypes podrían reducir sus costos si usaran más tecnologías de información y comunicación*. Obtenido de <http://gestion.pe/mercados/mypes-podrian-reducir-sus-costos-si-usaran-mas-tecnologias-informacion-y-comunicacion-2093444>
- Giovanni, S. A. (2016). *Adaptación de la escala de liderazgo transformacional de allannah y mark grffin en trabajadores de una empresa de servicios del distrito de independencia lima* . lima: universidad cesar vallejo.

- Guillermo Pajon. (27 de abril de 2017). *Automotor; ¿Por qué está 'frenada' la venta de motos en el país?* Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/venta-de-motos-se-desacelera-en-los-ultimos-meses/244545>
- Henao, J. M. (2008). *Identificación Estilos Gerenciales Administrativos Vigentes Y Necesidades De Formacion Derivadas En Las Actividades De Comercio Al Por Mayor Y Menor De Partes, Piezas Y Accesorios De Lujo Para Vehiculos Automotores, De Las Empresas Comerciales En El Área Mp*. Pereira: Universidad Tecnologica De Pereira.
- Herrera, B. G. (2011). Análisis Estructural de las Mypes y Pymes. *Revista de investigacion UNMSM*, 1. Obtenido de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/3706>
- Huamán, J. B. (25 de febrero de 2009). *Gestiopolis*. Recuperado el 20 de Abril de 2018, de Las Mypes en el Perú: <http://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru>
- Inteligente, e. v. (2018). *Principios generales*. Obtenido de <https://www.euroresidentes.com/empresa/liderazgo/liderazgo-transformacional>
- J, R., & C, M. (12 de marzo de 2009). *Sistema de gestión de la calidad - en camino hacia la satisfaccion del cliente - parte I*. Obtenido de <http://qualitytrends.squalitas.com/item/108-sistemas-de-gestión-de-la-calidad—un-camino-hacia-la-satisfacción-del-cliente—parte-i.html>
- LEY N° 28015. (25 de julio de 2006). *Ley De Promoción Y Formalización De La Micro Y Pequeña Empresa Ley N° 28015 03/07/2003*. Obtenido de [http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY\\_28015.pdf](http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf)
- M.Bass, B. (1985). *Dirección y liderazgo*. Obtenido de estilos tecnicas y recursos de direccion, gestion y liderazgo: <http://direccionyliderazgo.com/teorias-del-liderazgo-v-liderazgo-transformacional/>

- Menéndez, G. (13 de febrero de 2014). *Los 7 mudas ¿Sabes cuales son los 7 desperdicios de las empresas?* Obtenido de <http://prevenblog.com/las-7-mudas/>
- Moras, H. L. (2016). *La Competitividad En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Del Sector Comercio – Rubro Venta De Repuestos De Motos Torito Bajaj Del Distrito De San Vicente, Provincia De Cañete, Departamento De Lima, Período 2015*. Cañete: Universidad Católica los angeles de chimbote .
- Moron, E. (23 de octubre de 2013). *Eduardo Morón: “El Perú no aumentará su productividad con un discurso enfocado en las mypes”*. Obtenido de Diario Gestión 21: <http://gestión.pe/economia/eduardo-moron-peru-no-aumentara-su-productividad-discurso-hacia-pymes-2052690>
- Nava, V. M. (2005). *¿Qué es la Calidad?: conceptos, gurus y modelos fundamentales*. Mexico: Limusa. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=gdGs17C2KeoC&printsec=frontcover&dq=%C2%BFQu%C3%A9+es+la+Calidad?:+conceptos,+gurus+y+modelos+fundamentales&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjQj92F-qHbAhUFmlkKHQPTB8AQ6AEIJzAA#v=onepage&q=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20Calidad%3F%3A%20>
- Observador, E. (25 de marzo de 2018). *Falta de habito en nuevos trabajadores genera alerta oficial*. Obtenido de <https://www.elobservador.com.uy/noticia/236735/falta-de-habito-laboral-en-nuevos-trabajadores-genera-alerta-oficial/>
- Palomo, M. V. (2010). *Liderazgo y motivación de equipos de trabajo* (sexta ed.). España: ESIC. Recuperado el 28 de abril de 2018, de [https://books.google.com.pe/books?id=\\_9g\\_Zlehq0QC&pg=PA43&dq=liderazgo+transformacional+y+sus+4+componentes+segun+palomo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwik2Jm7l6TbAhUFuVkkHVMFA5YQ6AEIJzAA#v=onepage&q=liderazgo%20transformacional%20y%20sus%204%20componentes%20segun%20](https://books.google.com.pe/books?id=_9g_Zlehq0QC&pg=PA43&dq=liderazgo+transformacional+y+sus+4+componentes+segun+palomo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwik2Jm7l6TbAhUFuVkkHVMFA5YQ6AEIJzAA#v=onepage&q=liderazgo%20transformacional%20y%20sus%204%20componentes%20segun%20)

- Palomo, T. V. (2013). *Liderazgo y motivación de equipos de trabajo*. Madrid: ANORML, S.L. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=qEMVAwAAQBAJ&pg=PA50&dq=caracteristicas++de+liderazgo+transformacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjyP7CkcXbAhVQrlkKHafPC-cQ6AEIODAD#v=onepage&q=caracteristicas%20%20de%20liderazgo%20transformacional&f=false>
- Pérez, A. J. (2014). *Enciclopedia financiera* (primera 2011 ed.). Mexico: Lulu enterprises, Inc. Obtenido de [contacto@enciclopediafinanciera.com](mailto:contacto@enciclopediafinanciera.com): <https://books.google.com.pe/books?id=pafkvfZqcW4C&pg=PA15&dq=liderazgo+transformacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjHnuveiaLbAhVouVkKHT7jDe84ChDoAQgmMAA#v=onepage&q=liderazgo%20transformacional&f=false>
- Pinchi, A. C. (2017). *Gestión de calidad y formalización en la mYPES venta de repuestos y accesorios de motos y motokar del distrito de yarinacocha*. Huaraz: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Polini, M. F. (6 de noviembre de 2017). *BID Presenta índice que compara cómo son los trabajos en 17 países de América Latina*. Obtenido de comunicados de prensa: <https://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2017-11-07/compara-empleos-en-america-latina%2C11935.html>
- Portilla, C. (2017). *Aplicación del ciclo PHVA para mejorar la calidad de las ventas del seguro de compra protegida de la empresa Chubb Perú S.A.*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Rainer Schulz. (julio de 2017). *Miebach; Swiss Post Amplía Su Red De Almacenes Con El Apoyo De Miebach Consulting*. Obtenido de Un mercado de gran crecimiento: <http://www.miebach.com/es/eventos-noticias/noticias/?news=404&country=CO&cHash=aa9e5381aa7767159677dab0edf5d0c5>

- Republica, L. (8 de setiembre de 2015). *Mypes generan un mayor empleo en America Latina*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/880684-mypes-generan-un-mayor-empleo-en-america-latina>
- Risco Ordoñez Raquel Elisabeth. (2017). *aplicacion de mejora de procesos en el area de mantenimiento primario de motos, para incrementar la competitividad en la empresa moto servoicios ordoñez E.I.R.L.* lima: Universidad Cesar vallejo. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1799/Risco\\_ORE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1799/Risco_ORE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rosales, P. Y. (2017). *Gestión De Calidad Con El Uso De Liderazgo En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio, Rubro Ventas De Motos Lineales De La Ciudad De Huarmey, Año 2016*. Huarmey: Universisas Catolica Los Angeles de Chimbote.
- Sandoval, F. V. (2014). *Sistema De Pronóstico De Inventario Basado En Modelos Estadísticos Para La Distribucion De Repuestos Del Sector Motos*. Lima: Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas.
- Santa Perez, M. (2014). *Liderazgo transformacional en las empresas*. madrid: Arreil.
- Universia, p. (24 de 06 de 2011). *Universia net*. Recuperado el 20 de Abril de 2018, de <http://noticias.universia.edu.pe/en-portada/noticia/2011/06/24/840157/peru-tierra-mypes.html>
- Vasquez, s. g. (2017). *Procedimientos Administrativos Para El Mejoramiento De La Calidad De Servicio En La Empresa Korea Motos S.R.L.* Chiclayo: universidad cesar vallejo. Recuperado el MARZO de 2018
- Vega, L. A. (2011). *Administración por Calidad*. Bogota - Colombia: Alfaomega Universidad de La Sabana. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=wgRIwqqUrAwC&printsec=frontcover&dq=Administraci%C3%B3n+por+Calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjbxLuntKLbAhWnwVkKHch\\_C\\_4Q6AEIJzAA#v=onepage&q=Administraci%C3%B3n%20por%20Calidad&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=wgRIwqqUrAwC&printsec=frontcover&dq=Administraci%C3%B3n+por+Calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjbxLuntKLbAhWnwVkKHch_C_4Q6AEIJzAA#v=onepage&q=Administraci%C3%B3n%20por%20Calidad&f=false)

velasquez, J. (2013). *Importancia De Las Mypes*.  
HTT:PYMESPERUANA.BLOGSPOT/2013/IMPORTANCIA-DE LAS-  
MYPES-EN-EL-PERU.HTML.

Verdoy, P., Mateu, J., y Sagasta, S. (2006). *Manual de control estadístico de calidad: teoría y aplicaciones*. Universitat Jaume. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=kWGWTiZXLkUC&pg=PA12&dq=conceptos+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi-wZ6h36bbAhVMiZAKHfgNDMEQ6AEILTAB#v=onepage&q=conceptos%20de%20calidad&f=false>

Weinek. (2005). *Satisfacción del cliente con uso de liderazgo*. (gaja, Ed.)  
Recuperado el 2014.

## ANEXO I

### Directorio de establecimientos

Nº	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	RUC	DIRECCIÓN	# DE DIRECCIÓN	TAMAÑO
01	Miguel Ángel Laura Zegarra	Miglaze S.A.C	20545862647	Av. Confraternidad Internacional Oeste	356	Micro
02	Alvarito Motor's	Jara Catire Henry Andrés	10466867441	Patay Bajo	S/N	Micro
03	Trinidad Zambrano Saúl Pedro	Repuestos Roció	10316559072	Jr. Caraz	S/N	Micro
04	Valladares Canales Pablo Cesar	Servimotor'S Valladares	10444850693	Av. Confraternidad Internacional Oeste	689	Micro
05	Deivid Motor'S Solución	Gavino Celedonio Abraham Isaac	10429921029	Av. Confraternidad Internacional Oeste	234	Micro
06	Multiservicios Shalom	Aguero Villanueva Víctor Rafael	10106903722	Jr. Los Libertadores	5678	Micro
07	Motos Solidarios	Alonzo Colonia Rolando Percy	10449645443	Av. Confraternidad Internacional Oeste	680	Micro

08	Tamayo	Tamayo Garay Eutropio Porfirio	10159908181	Patay Bajo	S/N	Micro
09	JH & D	Salvador Poma Deysi	10467778418	Av. Confraternidad Internacional Oeste	251	Micro
10	Grupo Alonso	Yanac Escolástico Eduardo	10423094660	Av. Confraternidad Internacional Oeste	123	Micro

## ANEXO 2



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 para desarrollar el trabajo de investigación titulado **GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES (MOTOCICLETAS) DE LA CIUDAD DE HUARAZ, 2017**. para obtener el título de licenciada en administración.

**INSTRUCCIONES:** A continuación, le presento 27 preguntas, se le solicita que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existe respuestas correctas ni incorrectas, marcando con una (X) en la hoja de respuesta aquella que mejor exprese su punto de vista.

Se le agradece anticipadamente la información que usted me proporcione.

#### I. GENERALIDADES

##### 1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad	2. Genero	3. Grado de instrucción	4. Cargo que desempeña	5. Tiempo que desempeña en el cargo
a) 18 – 30 años b) 31 – 50 años c) 51 a más años	a) Masculino b) Femenino	a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior universitaria	a) Dueño b) Administrador	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 en el rubro	7. Número de trabajadores	8. Las personas que trabajan en su empresa son:	9. Objetivo de creación	10. Nivel de ingreso mensuales
a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores.	a) Familiares b) Personas no familiares.	a) Generar ganancia b) Subsistencia	a) S/. 0 a S/. 51 875,00 b) S/. 51 875,00 a S/. 587 920,00 c) S/. 587 920,00 a más.

2. Referente a la variable gestión de calidad		PUNTUACION				
Nº	ITEMS	1	2	3	4	5
11	Se establecen objetivos y metas en el plan a realizar					X
12	Se realizan capacitaciones al personal con temas relacionados a sus funciones			X		
13	Se establecen las responsabilidades de acuerdo a las funciones y actividades designadas				X	
14	Las actividades que se realizan dentro de la empresa se hacen tomando en cuenta los planes formulados					X
15	Se asignan los recursos necesarios para la implementación de los planes formulados				X	
16	Se verifica el cumplimiento de procesos para llevar a cabo la labor encomendada dentro de su empresa				X	
17	Se verifica que los objetivos se están cumpliendo según lo planificado					X
18	Se analizan los errores o deficiencias que se han suscitado en la etapa de planear, hacer, verificar y actuar					X
19	Se desarrollan estrategias para solucionar los problemas y deficiencias encontradas en el momento de trabajo					X
<b>2.2. Liderazgo transformacional</b>						
20	Usted confía en sus colaboradores					X
21	Los trabajadores confían en usted y realizan voluntariamente lo que les indica que se requiere para el bienestar de la empresa					X
22	Usted brinda apoyo extra, respeto y comunicación a sus colaboradores					X
23	Usted realiza actividades recreacionales para mantener motivado a su personal de trabajo					X
24	Usted se relaciona con sus colaboradores durante y después de sus actividades que desarrollan para brindar un mejor servicio.					X
25	Usted considera los ascensos según desempeño de sus colaboradores					X
26	Usted desarrolla acciones para mejorar el bienestar de sus colaboradores dentro de la organización					X
27	Usted impulsa a sus seguidores a ser innovadores y creativos en sus labores diarias					X