

El liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA E.I.R.L. de Tarapoto, 2020

by Segundo Gonzales Pinedo

Submission date: 13-Mar-2024 10:44AM (UTC-0500)

Submission ID: 2312295232

File name: TESIS_SEGUNDO_GONZALES.docx (1.16M)

Word count: 10136

Character count: 55050



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución - 4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>



Obra publicada con autorización del autor



1

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis

**El liderazgo y su implicancia en la gestión
integrada de clientes en la empresa SAETA E.I.R.L.
de Tarapoto, 2020**

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración

Autores:

Tommy Ríos Chávez

<https://orcid.org/0009-0009-6113-4946>

Segundo Gonzales Pinedo

<https://orcid.org/0009-0000-2095-4432>

Asesor:

Mg. Julio Cesar Cappillo Torres

<https://orcid.org/0000-0002-3185-1428>

Tarapoto, Perú

2024



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis

**El liderazgo y su implicancia en la gestión
integrada de clientes en la empresa SAETA E.I.R.L.
de Tarapoto, 2020**

Presentado por:

Tommy Ríos Chávez
Segundo Gonzales Pinedo

Sustentado y aprobado el 19 de febrero del 2024 por los siguientes jurados:

Presidente de Jurado
Dr. Víctor Andrés Pretell Paredes

10 **Secretario de Jurado**
M.Sc. Segundo Saúl Rodríguez
Mendoza

Vocal de Jurado
Mg. Martha Liz Reátegui Reátegui

23 **Asesor**
Mg. Julio Cesar Cappillo Torres

Tarapoto, Perú

2024

Declaratoria de autenticidad

Segundo Gonzales Pinedo, con DNI N° 47800263 y **Tommy Ríos Chavez**, con DNI N° 46923640, bachilleres de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, autores de la tesis titulada: **El liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA E.I.R.L. de Tarapoto, 2020.**

Declaramos bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de nuestra autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencia de las fuentes bibliográficas consultadas, siguiendo las normas APA actuales
3. Toda información que contiene la tesis no ha sido plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de mi accionar, sometiéndome a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 19 de febrero de 2024



Segundo Gonzales Pinedo
DNI N°47800263



Tommy Rios Chavez
DNI N°46923640

Ficha de identificación

<p>Título del proyecto: 6 El liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA E.I.R.L. de Tarapoto, 2020.</p>	<p>Área de investigación: Ciencias sociales 2 Línea de investigación: Socio diversidad Sublínea de investigación: Modernización de los procesos de gestión Grupo de investigación: Resolución N° 563-2023-UNSM/FCE-CF Tipo de investigación: Básica <input type="checkbox"/>, Aplicada <input checked="" type="checkbox"/>, Desarrollo experimental <input type="checkbox"/></p>
<p>Autores: Tommy Ríos Chávez Segundo Gonzales Pinedo</p>	<p>2 Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Administración https://orcid.org/0009-0009-6113-4943 https://orcid.org/0009-0000-2095-4432</p>
<p>Asesor: Julio Cesar Cappillo Torres</p>	<p>Dependencia local de soporte: 1 Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Administración Unidad o Laboratorio Administración https://orcid.org/0000-0002-3185-1428</p>

Dedicatoria

A nuestros padres por su esfuerzo y compromiso puesto en el desarrollo de nuestra carrera y alcanzar nuestras metas, por su motivación y consejo en las buenas prácticas; este trabajo es dedicado a ellos.

Tommy y Segundo

Agradecimientos

A la Universidad, la Escuela de Administración por fortalecernos profesionalmente y gracias a sus enseñanzas logramos cumplir nuestro objetivo.

Al Mg. Julio Cesar Cappillo Torres, por su orientación y valioso aporte en la elaboración de este material de estudio. También expresamos nuestro agradecimiento a la empresa por el apoyo en este trabajo.

Tommy y Segundo

² Índice general

Ficha de identificación	6
Dedicatoria	7
Agradecimientos	8
Índice general	9
Índice de tablas	11
Índice de figuras	12
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
CAPÍTULO I	15
INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN	15
CAPÍTULO II	18
MARCO TEÓRICO	18
2.1. Antecedentes de la investigación	18
2.2. Fundamentos teóricos	20
2.2.1. Liderazgo	20
2.2.2. Gestión integral	26
² CAPÍTULO III	29
MATERIALES Y MÉTODOS	29
3.1. Ámbito y condiciones de la investigación	29
3.1.1. Contexto de la investigación	29
3.1.2. Periodo de ejecución	29
3.1.3. Autorizaciones y permisos	29
3.1.4. Control ambiental y protocolos de bioseguridad	29
3.1.5. Aplicación de principios éticos internacionales	29
3.2. Sistema de variables	29
3.2.1. Variables principales	29
3.2.2. Variables secundarias	30

3.3. Procedimientos de la investigación	30
3.3.1. Objetivo específico 1	30
3.3.2. Objetivo específico 2	30
3.3.3. Objetivo específico 3	31
CAPÍTULO IV	32
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
4.1. Resultado específico 1	32
4.2. Resultado específico 2	35
4.3. Resultado específico 3	39
4.4. Discusión de resultados	40
¹⁴ CONCLUSIONES	42
RECOMENDACIONES	43
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
ANEXOS	46

Índice de tablas

Tabla 1 Liderazgo	32
Tabla 2 Características del líder	33
Tabla 3 Factores ambientales	34
Tabla 4 Satisfacción	34
Tabla 5 Gestión integrada	35
Tabla 6 Ventaja competitiva	36
Tabla 7 Calidad de servicio	37
Tabla 8 Satisfacción en los clientes	38

Índice de figuras

Figura 1 Liderazgo.....	32
Figura 2 Características del líder.....	33
Figura 3 Factores ambientales.....	34
Figura 4 Satisfacción.....	35
Figura 5 Gestión integral.....	36
Figura 6 Ventaja competitiva.....	37
Figura 7 Calidad en el servicio.....	38
Figura 8 Satisfacción en los clientes.....	39

RESUMEN

"El liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA E.I.R.L. de Tarapoto, 2020"

El presente trabajo, cuya finalidad fue el estudio del liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes, se analizó el liderazgo como primera variable, tomándose en cuenta las dimensiones e indicadores para un mejor entendimiento de los resultados y como segunda variable la gestión integrada de clientes y como objetivo general; Determinar el liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020, así mismo se tomó en cuenta las dimensiones con sus respectivos indicadores; lo que nos permitió obtener mejores resultados en la investigación, contamos con una muestra de 186 clientes, el estudio fue de tipo aplicada, correlacional causal y diseño no experimental, se aplicó la encuesta y el cuestionario, la misma que se elaboró tomando en cuenta las dos variables con preguntas relacionadas por cada dimensión e indicadores; esto nos permitió analizar los objetivos específicos y determinar el objetivo general del estudio, finalmente con la aplicación de estadístico de Rho de Pearson, se determinó la correlación de significancia positiva entre las dos variables, aceptando la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula.

Palabras clave: Tecnología, competitividad y liderazgo.

ABSTRACT

"Leadership and its implication in the integrated management of clients in the company SAETA E.I.R.L. of Tarapoto, 2020".

The purpose of this research was to study leadership and its implication in integrated customer management. Leadership was analyzed as the first variable, taking into account the dimensions and indicators for a better understanding of the results, and integrated customer management as the second variable. The general objective was to determine the leadership and its implication in the integrated management of clients in the company SAETA EIRL of Tarapoto, 2020, and the dimensions with their respective indicators were also taken into account, which allowed better results to be obtained in the investigation. A sample of 186 customers was used, the study was applied, causal correlational and with a non-experimental design, the survey and the questionnaire were applied, which was elaborated taking into account the two variables with questions related to each dimension and indicators; this allowed to analyze the specific objectives and to determine the general objective of the study. Finally, with the application of Pearson's Rho statistic, the correlation of positive significance between the two variables was determined, accepting the alternative hypothesis and rejecting the null hypothesis.

Key words: Technology, competitiveness and leadership.

1 CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

Las organizaciones actuales se enfrentan a cambios que les obligan a asumir la responsabilidad de entregar bienes y servicios a los clientes, lo que quiere decir proporcionar las herramientas que necesitan para cumplir con objetivos previstos y, por lo tanto, tomar en cuenta recursos técnicos y financieros, ya que muchos negocios en nuestra industria no toman en cuenta las variables identificadas para nuestro estudio.

En el contexto mundial, ya bien entrada la segunda década del siglo XXI, nos encontramos con un panorama geopolítico y económico muy incierto, con las economías del mundo en desarrollo encabezadas por los llamados BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica) cada vez más fortalecidas. Mientras tanto, las economías de las potencias occidentales siguen sin mostrar signos de debilidad; la economía estadounidense creció un 2% en el primer trimestre de este año, y la zona europea de la que varios miembros, entre los que destaca Grecia atraviesa dificultades financieras, esta estaría cerca de una crisis de liquidez (Baumann, 2009, p.4).

En el frente geopolítico, La virtual nueva guerra fría de los miembros de la OTAN con Rusia, China y sus aliados, así como los desacuerdos sobre cuestiones como el apoyo de China y Rusia a Siria, Corea del Norte e Irán, han convertido a estas naciones en hostiles a Estados Unidos en Europa. También han reforzado sus lazos militares y comerciales con América Latina, etc., esto ha creado inestabilidad en los mercados caracterizada por la inestabilidad en los mercados bursátiles internacionales.

Por todo ello, las empresas son muy competitivas en este contexto. En consecuencia, en las empresas en las que la gestión del liderazgo ha adquirido mayor importancia, es fundamental reforzar las capacidades de gestión y utilizar la flexibilidad en la gestión de los recursos humanos.

Dado que las personas tienden a seguir a quienes, en su opinión, les ofrecen los medios para satisfacer sus objetivos personales, el liderazgo consiste en influir y dirigir en una dirección, o provocar un cambio de actitud o comportamiento. Cuanto más comprendan los líderes las motivaciones de sus subordinados y cómo operan estos motivos, más reflejarán esta comprensión en la forma en que llevan a cabo sus acciones directivas, más posibilidades tendrán de ser líderes efectivos. (Taype, 2015, p.48).

Proyectando esta definición, por ejemplo, La capacidad de un centro educativo para prestar servicios institucionales, administrativos y pedagógicos a satisfacción de sus clientes puede caracterizarse como sistema educativo. En otras palabras, la calidad de la gestión escolar puede verse afectada por una serie de factores internos y externos, como el rendimiento académico de los alumnos, la colaboración de los profesores, la aplicación de los planes de estudio, la participación de los padres y la asignación de recursos para el trabajo de desarrollo institucional. Estos factores dependen frecuentemente del nivel de liderazgo exhibido por los directores de estas instituciones, por lo que es necesario averiguar cómo se relacionan estos factores entre sí para determinar el peso adecuado que debe darse a la toma de decisiones a este nivel.

Los numerosos niveles del sistema educativo y el núcleo donde se llevan a cabo las políticas gubernamentales serán indicadores de la calidad de la educación. Sin embargo, una serie de factores, incluidos los políticos, económicos y, lo que es más importante, la capacidad de gestión que depende de la capacidad de los directores de las instituciones educativas, que actúan como gestores y defensores de la productividad, la eficiencia y la eficacia determinan si una institución es dinámica o inerte. (Sorados, 2010, p. 19).

La problemática que se ha analizado en nuestro estudio enfocado en el ámbito de funcionamiento de la empresa, ubicada en la ciudad de Tarapoto - San Martín, pues se venían generando muchos limitantes debido a que el manejo organizacional no tiene resultados positivos, en vista que la relación entre la empresa y sus clientes no cuenta con una buena comunicación, la parte gerencial que maneja el liderazgo no se encuentra empoderada como parte operativa en la prestación del servicio, el cliente recién hace contacto al momento de trasladarse de un lugar a otro ya que él es el que opera las naves, lo que ha generado que la variable gestión integrada no se maneje adecuadamente, agudizándose la problemática en vista que el personal que realiza las actividades de gestión no cuentan con capacitación en aspectos administrativo, solo limitándose a una atención monótona y diario que es la compra y venta de los pasajes, mas no con una información adecuada del servicio como valor agregado, por lo que el desarrollo de este trabajo identifico la problemática de la empresa en razón a sus dos variables que es: ¿Cuál es la implicancia del liderazgo en la gestión integrada de los clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020?, para el cual nos planteamos las siguientes hipótesis: H1: El Liderazgo tiene implicancia positiva en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020 y H0: El Liderazgo tiene implicancia negativa en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020; así mismo el objetivo general: Determinar el liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020 y los objetivos específicos: Analizar el liderazgo

en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020, Analizar ⁶ la gestión integrada de clientes ⁶ en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020 y Evaluar el liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020; permitiéndonos finalmente corroborar la hipótesis alterna.

1 CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

A nivel internacional.

Avenecer (2015), "*Liderazgo y motivación*" (Tesis de grado). Guatemala. La tesis cuyo objetivo, "determinar la influencia del liderazgo de los supervisores en la motivación de los vendedores ruteros de Distribuidora Mariposa C.B.C". La herramienta utilizada en este diseño descriptivo fue un cuestionario, y la muestra estuvo formada por vendedores y supervisores de edades comprendidas entre los 20 y los 50 años. El diseño se basó en la significación y la fiabilidad de los procesos proporcionales. Las conclusiones de la investigación muestran que el liderazgo tiene un buen efecto. El rendimiento eficaz se ve facilitado por la motivación que fomenta la influencia del liderazgo.

Trujillo (2015), "*Diseño de un modelo integral de gestión organizacional*". (Tesis de maestría). México. Cuyo objetivo, "diseñar un modelo de gestión organizacional que permita, desde la perspectiva de sistemas, de procesos y de la administración del conocimiento". Dado que se utilizó una metodología proposicional, la investigación fue inicialmente fundamental y luego aplicada, se utilizó técnicas e instrumentos como la entrevista, guías de observación, cuya muestra se tomó en cuenta la documentación vertida para el estudio, arribado a las siguientes conclusiones: El objetivo de este esfuerzo era diseñar un modelo de gestión que abordara algunas de las deficiencias de los marcos de gestión existentes e integrara conceptos que suelen estar desconectados o ausentes de ellos. Se concluye que este esfuerzo fue intencionado, como demuestran las preguntas de investigación que guiaron el proceso y el potencial demostrado del modelo como marco de gestión sistémico e integral para las organizaciones.

A nivel nacional.

Esparza (2016), "*El Estilo de Liderazgo y su efecto en el Desempeño Laboral del área de Contabilidad en la Empresa El Roció S.A. Año 2016 – Trujillo*". (Tesis de grado). Trujillo, Perú. Cuyo objetivo es, "determinar el efecto del estilo de liderazgo y su efecto en el desempeño laboral del área de contabilidad en la empresa El Roció S.A. año 2016 – Trujillo". La población y la muestra de este estudio descriptivo, que utilizó un diseño transversal y no experimental, fueron 28 personas que trabajaban en el departamento de contabilidad, como técnicas e instrumento se utilizó la encuesta y el cuestionario, arribando

a las siguientes conclusiones: La influencia del estilo de liderazgo en el desempeño laboral tiene una baja relación entre sí. Se propone desarrollar un plan para mejorar la orientación del liderazgo hacia el personal y lineamientos de siete actividades a considerar como propuestas para mejorar las relaciones laborales entre jefes y colaboradores, ya que la baja relación entre las variables estudiadas indica que el desempeño laboral en contabilidad no se ve influenciado significativamente por el estilo de liderazgo.

Alva (2016), "La relación del estilo de liderazgo de los supervisores y coordinadores con la intención de rotación de los colaboradores: evidencia en la gerencia de operaciones de una empresa privada transnacional, en el rubro de servicios de manejo de información". (Tesis de maestría). Lima, Perú, cuyo objetivo es: "establecer si existe una relación entre el estilo de liderazgo y la intención de rotación de los colaboradores de una empresa privada transnacional en el rubro de servicios de manejo de información". Se aplicó un tipo de diseño correlacional y no experimental, cuya muestra de 184 trabajadores. Mediante la técnica de la encuesta y el cuestionario correspondiente se obtuvieron los siguientes resultados: Dado que se han alcanzado altos índices de validez superiores a 0,55 y están respaldados por altos índices de significación estadística ($p^{**} \geq 0,2$), el estilo de liderazgo y la intención de rotación están relacionados. La intención de marcharse está considerablemente influida por una hipótesis de liderazgo ($p^{*} \geq 0,15$).

A nivel local.

Pérez (2018), "Gestión por competencias y productividad en la dirección de desarrollo agropecuario del Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo Tarapoto año 2018". (Tesis de maestría). Tarapoto, Perú. Se ha sugerido como objetivo, "determinar la relación de la gestión competencias y la productividad de la dirección de desarrollo agropecuario del Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo Tarapoto año 2018". Investigación no experimental cuantitativa, Utilizando un enfoque no experimental, descriptivo y correlativo, examinamos una muestra de 21 miembros del personal de la institución, uso y aplicación de la encuesta con cuestionario para las dos variables. Se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, lo que demuestra una correlación clara y sustancial entre la gestión por competencias y la productividad.

Aiarcón (2017), "Gestión de calidad en la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de salud humana-lógicos en la ciudad de Tarapoto -2016". (Tesis de grado). Tarapoto, Perú. Cuyo como objetivo, "determinar las características de la gestión de calidad en la capacitación en las micro y pequeñas

empresas, sector servicio, rubro actividades de salud humana, tópicos, Tarapoto, 2016". Diseño no experimental, transversal y descriptivo, como muestra conto con 10 mypes, se usó el cuestionario y la encuesta para el recojo de información. Cuyos resultados: La mayoría de las microempresas y pequeñas empresas del sector de la salud humana de Tarapoto operan en el sector servicios y son permanentemente rentables en los próximos 4 a 6 años.

2.2. Fundamentos teóricos

2.2.1. Liderazgo

Chiavenato (2001), destaca lo siguiente:

"Liderazgo es la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana a la consecución de uno o diversos objetivos específicos" (p. 281).

Para Robbins (1992), el liderazgo:

"Es la capacidad de influir en un grupo para la obtención de metas. Así mismo señala, que el origen que la inspira puede ser una fuente formal, como la que procura poseer un cargo gerencial en una organización" (p. 333).

Según Evans y Lindsay (2008), el liderazgo:

"Es la habilidad de influir positivamente en la gente y los sistemas provocando una actitud determinada, bajo la autoridad de uno a fin de tener un impacto significativo y lograr resultados importantes" (p.98).

Según Coulter (2007), "afirma que ha sido un tema de interés que los investigadores empezaron a estudiar a partir del siglo XXI, las primeras teorías se enfocaron en el líder, y como él era capaz de interactuar con los integrantes de un grupo" (p. 22).

Teorías de rasgos. Los atributos que distinguen a los líderes de los que no lo son, es el tema principal de la investigación. El aspecto físico, la estatura, la estabilidad social, el dominio del idioma y las habilidades sociales son algunos de los rasgos evaluados. A pesar de estas investigaciones, los investigadores no han podido identificar un conjunto de características que diferencien de forma fiable a los líderes.

Teorías del comportamiento. "Los investigadores esperaban que este enfoque proporcionara respuestas más definidas sobre la naturaleza del liderazgo que las teorías de los rasgos".

Muchos argumentan que, puesto que no pretenden ser líderes, ni siquiera se les puede llamar líderes, utilizando una definición diferente de liderazgo. Según Napier, el estilo de un líder está influido por cómo ve a los demás. En este sentido, existen dos teorías del liderazgo (Schein, 1969).

Teoría X: MacGregor (1906-1964) En su libro *The Human Side of the Corporation* (El lado humano de la empresa), expuso teorías opuestas. (1960). Por un lado, la llamada X, según la cual al ciudadano medio le disgusta naturalmente el trabajo y trata de evitarlo. De hecho, a la gente le gusta que la impulsen porque así pueden eludir responsabilidades, no muestran ambición, solo seguridad.

La teoría del hombre económico racional de Shane y la Teoría X de McGregor son los representantes convencionales de las teorías. En este escenario, el directivo ve a personas que trabajan duro, sin ambición, y rehúyen la rendición de cuentas, solo están motivadas por las recompensas monetarias y el problema es inevitable. Los individuos dependen del liderazgo, y el liderazgo por sí solo no puede hacer nada. Los gerentes deben motivar, organizar, controlar y coaccionar. Estas personas son entrenadas por los gerentes porque no toman interés, porque no les gusta asumir responsabilidades.

Esto sucede a menudo en las empresas comerciales, la premisa de la Teoría X es esta:

- El público en general desprecia el trabajo por naturaleza y lo evitará a toda costa.
- La mayoría de los individuos necesitan ser coaccionados, controlados, dirigidos y castigados a la fuerza para dirigir su trabajo de forma que se maximice la productividad y se cumplan los objetivos de la empresa.
- El individuo promedio tiene muy poca ambición, prefiere evitar la responsabilidad, quiere que le dirijan y, por encima de todo, necesita estabilidad.

Teoría Y: Según la gestión de la Teoría Y, los empleados se centran constantemente en obtener los mejores resultados para la empresa y experimentan una burbuja de satisfacción por su trabajo; por lo tanto, la organización necesita apoyar el talento de los empleados para maximizar esos resultados.

Según la teoría de la autorrealización humana de Schein y la Teoría Y de McGregor, los empleados están motivados por una serie de necesidades y, una vez satisfechos los requisitos básicos, surgen otras necesidades que adquieren un carácter dinámico. Estas teorías hacen que las personas disfruten el trabajo, el juego y el ocio por igual en vista que las personas necesitan lograr la autodeterminación y el autocontrol en la búsqueda de objetivos que son importantes para ellos. Estas personas son innovadoras, creativas y

aceptan la responsabilidad. Desde este punto de vista, un líder ofrece oportunidades para que las personas bajo su supervisión avancen en sus carreras. Al trabajar con estas personas, un líder sólo necesita aprovechar su dinamismo individual en lugar de ejercer control o motivación.

Se basa en la anticuada ley del palo y la zanahoria y en la suposición de la mediocridad de las masas, que sostiene que la gente es intrínsecamente perezosa y que ser un negro de batey es una especie de castigo u otra experiencia negativa. afirmando que "trabajar es una mierda, hasta te pagan", esto deja a las empresas con dos exigencias urgentes: seguimiento y motivación.

A continuación, se exponen las presunciones de la Teoría Y:

- El esfuerzo físico y mental en el trabajo es tan normal como el juego y la relajación. En general, a la gente corriente le disgusta lo que hace.
- Hay otras formas de sincronizar los esfuerzos humanos con los objetivos empresariales, además de la perspectiva de la inspección y las sanciones externas.
- Para cumplir la tarea a la que se dedica, el hombre debe guiarse y gestionarse a sí mismo.
- Comprometarse a cumplir los objetivos de la organización y sea recompensado por ello.
- La gente común está acostumbrada a exigir responsabilidad.
- La preocupación por la certeza y la falta de ambición no son cualidades intrínsecamente humanas, sino que suelen ser el resultado de las mismas experiencias.
- Una parte significativa de la población posee el potencial para crear imaginación, originalidad y capacidad creativa para resolver retos organizativos en un grado relativamente alto.
- El potencial intelectual humano no se realiza plenamente en el mundo industrializado de hoy.



Basada en los estilos "orientado a las personas" y "orientado a la producción", la GRID administrativa refleja principalmente las dimensiones "Consideración" y "Estructura inicial" de la Universidad Estatal de Ohio o Universidad Estatal de Ohio. Se basa en las conclusiones de estudios anteriores. La Universidad de Michigan aporta las dimensiones "Orientado al empleado" y "Orientado a la producción".

12 Modelos de liderazgo

a). **Modelo de liderazgo basado en la contingencia.** – "El modelo consiste en estudiar la relación entre cómo es el líder o directivo, qué hace y en qué situación se produce el liderazgo". La eficacia de un líder no se presupone en función de determinados rasgos y comportamientos, porque cada persona tiene necesidades y culturas distintas.

b). **Modelo de liderazgo basado en situaciones.** – "Un líder es efectivo dependiendo de sus características y de su situación y explica cómo un líder puede ser efectivo en una situación y como a veces no".

9 Para conseguirlo, debes tener:

1. **Estilo del líder:** Actitudes del liderazgo que utiliza un gerente.
2. **Centrado en las relaciones:** Directivos preocupados, demostrar buenas conductas con los trabajadores.
3. **centrado en las tareas:** debe tener en cuenta el éxito con el que los subordinados realizan sus tareas.

Los tres escenarios también evalúan la idoneidad de una situación para un líder:

1. **Relaciones líder - empleado:** manera en que los miembros del personal obedecen, son veraces y tienen autoridad sobre su supervisor.
2. **Distribución del trabajo:** funciones diferenciadas para que los empleados puedan cultivarla y estén seguros de las exigencias que hay que satisfacer.
3. **La posición de poder:** se refiere a la autoridad que un directivo posee como resultado de su posición dentro de la escala organizativa. Esta autoridad procede de la motivación y la exigencia.

El Modelo de Liderazgo de Fiedler "considera que las relaciones líder-empleado, la estructura de tareas y la posición de poder pueden combinarse para identificar situaciones de liderazgo y alcanzar objetivos". Los directivos pueden ser más productivos cuando adoptan modelos de liderazgo, que son posiciones fijas cuando:

- Buscan situaciones que se adecuen más a su estilo.
- Según las circunstancias, pueden modificarse para adaptarse a la gestión.

c). - Teoría de la pista. – "meta de Robert House Propone que el líder puede motivar a los subordinados de la siguiente manera":

- Conociendo las respuestas que los trabajadores buscan de obtener en el trabajo.
- Premiándolos por su desarrollo y por cumplir los objetivos con los beneficios que desea.
- Visualizar las vías correctas para llegar a las metas, deshacerse de los problemas para un desarrollo positivo y demostrar confianza hacia ellos.

Esta idea establece que, para animar a los miembros del personal, deben considerarse cuatro formas diferentes de conducta:

1. **Conducta del directivo:** Objetivos del proceso, actividades para aumentar la productividad y procedimientos relacionados.
2. **Conducta de soporte:** Demostrar interés a los trabajadores y permitir las opiniones verdaderas por ellos.
3. **Conducta participativos:** Fomentar la participación y buscar que tomen sus decisiones.
4. **Conducta centrada al rendimiento:** impulsar a poner su máximo esfuerzo, por parte el trabajador.

d). – Modelo de líder suplente. – "Las características de los subordinados, de la situación o el contexto tienen más influencia que el líder y hacen que el liderazgo sea innecesario.

Un líder es efectivo cuando sigue cuidadosamente los pasos en una situación en un contexto específico”.

El valor de un estilo de liderazgo sólido:

1. La capacidad de orientar y dirigir.
2. La falta de un líder adecuado, a pesar de una planificación, gestión y organización adecuadas, puede conducir al fracaso en la consecución de los objetivos.
3. Permite el funcionamiento de cualquier tipo de negocio.
4. La presencia de un liderazgo dinámico permite a muchas organizaciones con un trabajo y unas herramientas de planificación deficientes mantenerse en el mercado.
5. Permite trabajar teniendo en cuenta las competencias de cada miembro del grupo.

Estilos de liderazgo en la toma de decisiones

Dado que esta característica es un componente del estilo general del líder, es crucial comprender el estilo de liderazgo que posee. Los directivos tienen distintos enfoques para la resolución de problemas y la toma de decisiones en función de su estilo de toma de decisiones. Entre ellos se encuentran los estilos de gestión, analítico, conceptual y de comportamiento.

- **El estilo directivo.** Son pensadores razonables que tienen poca paciencia para la incertidumbre. Tienen sentido y son eficaces. Los directivos dan prioridad al pensamiento a corto plazo y hacen juicios precipitados.
- **El estilo de análisis.** A la hora de tomar decisiones, los sujetos requieren más información y opciones que los responsables de la toma de decisiones de gestión porque son más tolerantes a la ambigüedad.
- **El estilo conceptual.** Suelen tener perspectivas muy amplias e investigan una gran variedad de opciones. Destacan la importancia de la visión de conjunto y muestran su satisfacción aportando soluciones innovadoras a los problemas.
- **El estilo de comportamiento.** Son receptivos a los consejos externos y se preocupan por el trabajo de sus subordinados. Se esfuerzan por mantenerse al margen de las discusiones reuniéndose a menudo para comunicarse. Es fundamental que sean aceptados por los demás.

La visión que tiene un líder de los demás influye directamente su forma de liderazgo y la base de empoderamiento que tendrá. Es probable que la primera teoría es el uso del dinero como principal motivación y la fuerza como medio de control. En la otra teoría analizada, las personas están intrínsecamente motivadas por la satisfacción y el orgullo personales, por lo que los gerentes no necesitan obligarlos a estar motivados. (Naiper, 2000, p.58)

Dimensiones de liderazgo

Características de liderazgo. – La responsabilidad, el respeto, la confianza mutua, las creencias, los rasgos individuales y la seguridad en uno mismo, los ánimos, la inteligencia emocional y las perspectivas de futuro.

Factores medioambientales. - Estructura de tareas, grupos de trabajo. Capacidad de comunicar conocimientos técnicos en su campo de trabajo, sentido de pertenencia a un equipo, compromiso.

Satisfacer. – La satisfacción del cliente es importante para nosotros, ya que afecta a la productividad de la empresa. Se facilitan datos sobre el índice de satisfacción del cliente y el clima laboral de los empleados.

2.2.2. Gestión integral

En cuanto a la gestión del cliente y el servicio integrados, cabe decir que "Es un factor importante en la creación de valor para los clientes y la empresa porque puede mejorar la calidad de los servicios prestados a los clientes, aumentar la satisfacción y reducir los costes operativos". En el estado actual del sector de las telecomunicaciones, dado el impacto comercial, esta es la mejor manera de obtener una ventaja competitiva. (Esteban, 2008, p. 25)

En opinión de Esteban (2008). En este sentido, se puede mantener un alto nivel de fidelización de los clientes. La capacidad de poner obstáculos a la entrada de competidores en el mercado, ofrecer una amplia base de clientes para nuevos productos y mantener el crecimiento en activos críticos que eleven el calibre de los servicios son las ventajas competitivas de la empresa. Aumentar la felicidad y la concienciación de los clientes. capacidad necesaria. (p. 25)

Procesos de gestión

Según Pérez (2006, p. 36), el proceso de dirección "es una serie de actividades de planificación, organización, control y evaluación necesarias para una labor educativa eficaz". En general, el comportamiento ejecutivo es innato a una persona cuando decide realizar ciertas acciones secuenciales para completar una tarea. El director hace las siguientes suposiciones sobre los hechos, añade normas técnicas para apoyarlas y, a continuación, proporciona un marco procedimental para la intervención administrativa de base:

- **Planeación:** "Determinación de objetivos, política, procedimientos y métodos, cálculo de presupuestos financieros y de tiempo".

- **Organización:** "Implica división del trabajo, delegación de autoridad y previsión de recursos".
- **Ejecución:** "Etapa en que los miembros del grupo llevan a cabo sus tareas".
- **Control:** "Permite verificar el logro de los objetivos propuestos".

Gestión administrativa

El léxico de la Real Academia Española aclara que la gestión "es un acto de administración (del latín *Administratio* - ONIS)": Aquí teniendo una explicación general, sin más, de carácter un tanto limitado, ordinario, tomado en su sentido etimológico; para tener una idea más amplia de este concepto, entre las diferentes definiciones que dan muchos escritores, por ejemplo, Henri Fayol, un escritor muy desahogado, al decir que incluye prever, organizar, dirigir, coordinar, controlar, también piensa que es el arte de liderar personas. Según Terry (1986), la gestión es un proceso único que incluye "en planificar, organización, ejecución y control del uso de recursos humanos y de otro tipo para determinar y lograr objetivos establecidos". Partiendo de las nociones anteriores, la gestión puede definirse como el acto de establecer y preservar una atmósfera que facilite el trabajo productivo en equipo hacia unos objetivos predeterminados.

12

Elementos de la gestión administrativa

Estos cuatro componentes cruciales están asociados a la gestión administrativa.

- a. **Planeación:** "implica, que los directivos razonen con anticipación en sus metas y acciones y que cumplan sus actos tomando en cuenta algún método, plan o lógica y no en impulsos. Los planes representan los objetivos de la organización y establecen los procesos idóneos para lograrlos".
- b. **Organización:** "es ordenar y distribuir las funciones, la autoridad y los recursos entre los involucrados en una organización, de tal manera que estos puedan cumplir con alcanzar las metas de la organización".
- c. **Dirección:** "implica influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales".
- d. **Control:** "es el proceso que determina la seguridad en el desarrollo de las actividades reales que se ajustan a lo planificado".

⁹ Las principales ventajas de un sistema integrado de gestión son:

1. ⁸ Asegurar un beneficio frente a los competidores.
2. Mejora y salvaguarda la calidad de la marca.
3. Aumenta la satisfacción y la visión de los clientes.

²⁴ Desde el inicio del proceso de integración, deben tenerse en cuenta los siguientes factores para evaluar el potencial de integración de la organización:

1. El desarrollo de la integración.
2. Manejar eficazmente el entorno político y cultural de la empresa.
3. Establecer los niveles de competencia requeridos.
4. Tener en cuenta las obligaciones legales y reglamentarias.
5. Definir claramente los objetivos del proyecto de integración.

Dimensiones de gestión integral

Ventaja competitiva. Se considera que una empresa tiene una ventaja competitiva cuando supera a sus rivales y puede mantener esta ventaja a lo largo del tiempo, lo que se traduce en mejores resultados y una mayor comerciabilidad. Esta ventaja puede atribuirse a diversos factores, como la ubicación de nuestra empresa, la calidad y los servicios que ofrecemos, así como unos costes de producción reducidos.

Calidad en el servicio. Es posible deducir dos componentes cruciales: el beneficio que proporciona el "algo" cuando se analiza a través de él, y la referencia a la calidad o atributo. Sin embargo, la idea de calidad ha cambiado de su significado original al ámbito de los productos industriales debido al dominio de estas empresas en la economía (calidad objetiva); ahora se hace mayor hincapié en la idea de la percepción del cliente (calidad subjetiva).

Satisfacción a los clientes. La reacción emocional de un cliente a su evaluación de la aparente discrepancia entre sus experiencias y expectativas pasadas con nuestro producto, empresa y la experiencia real que tendrá al utilizarlo en relación con la actuación de nuestra organización se conoce como satisfacción. Su futura interacción con nuestra empresa se verá afectada por su nivel de felicidad (deseo ⁹ de volver a comprarnos, interés en recomendarnos y disposición a comprar nuestros artículos sin buscar proveedores más baratos).

11 CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. **Ámbito y condiciones de la investigación**

3.1.1. **Contexto de la investigación**

El presente estudio se desarrolló en el distrito de Tarapoto, provincia y región San Martín, lugar donde se encuentra ubicada la empresa, la misma que nos enfocamos para obtener la información más relevante en base a nuestras variables analizadas.

2 3.1.2. **Periodo de ejecución**

Para la planificación y realización de la investigación se utilizó como referencia de estudio el año 2020, para el cual se programó un promedio de ocho meses según cronograma establecido en el proyecto de investigación.

1 3.1.3. **Autorizaciones y permisos**

No aplicable

3.1.4. **Control ambiental y protocolos de bioseguridad**

No aplicable

3.1.5. **Aplicación de principios éticos internacionales**

Para el presente análisis se tomó en cuenta lo citado en normas APA V.7, todo lo respecto a las citas, referencias, estructuras, etc., con la finalidad de respetar los aportes de los autores utilizados dentro del material de estudio. Además, se cumplieron los requisitos éticos de la investigación debidamente normado por las autoridades, como son el respeto a las personas y se garantizó la confidencialidad de los encuestados que participaron en el estudio.

3.2. **Sistema de variables.**

3.2.1. **Variables principales**

Variable 1: Liderazgo

Definición: "Es la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana a la consecución de uno o diversos objetivos específicos" Chiavenato (2001).

Variable 2: Gestión integral

Definición: "Es un sistema de gestión que integra todos los sistemas y procesos en una estructura completa y permite trabajar como una sola unidad con los mismos objetivos" (Esteban, 2008).

3.2.2. Variables secundarias

Del análisis y tomando en cuenta que es un estudio correlacional y no experimental, no han sido fijados.

11

3.3. Procedimientos de la investigación

3.3.1. Objetivo específico 1

"Analizar el liderazgo en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020". Para determinar el objetivo se tomo en cuenta el tipo de estudio que fue el aplicado, el nivel correlacional causal y el diseño no experimental, para esto se utilizó el cuestionario como herramienta de recogida de datos, generándose preguntas en base a la primera variable que conto con 9 items, tomándose como referencia las dimensiones y los indicadores, con cuatro escalas de medición: 1-Nunca, 2 –Casi nunca, 3 - A veces, 4 - Casi siempre, 5 – Siempre, teniendo en cuenta la población de 358 y aplicándose a una muestra de 186 clientes, determinadas estadísticamente en base a la aplicación de la formula probabilística, posteriormente con los resultados se procedió al análisis, tabulándose con la ayuda del SPSS, donde se determinó los valores absolutos y estadísticos, la misma que se representaron en tablas y figuras para mejor entendimiento de los resultados.

3.3.2. Objetivo específico 2

"Analizar la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020". Para determinar el objetivo se tomo en cuenta el tipo de estudio que fue el aplicado, el nivel correlacional causal y el diseño no experimental, para esto se utilizó el cuestionario como herramienta de recogida de datos, generándose preguntas en base a la primera variable que conto con 9 items, tomándose como referencia las dimensiones y los indicadores, con cuatro escalas de medición: 1-Nunca, 2 –Casi nunca, 3 - A veces, 4 - Casi siempre, 5 – Siempre, teniendo en cuenta la población de 358 y aplicándose a una muestra de 186 clientes, determinadas estadísticamente en base a la aplicación de la fomula probabilística, posteriormente con los resultados se procedió al análisis, tabulándose con la ayuda del SPSS, donde se determinó los valores absolutos y estadísticos, la misma que se representaron en tablas y figuras para mejor entendimiento de los resultados.

3.3.3. Objetivo específico 3

"Evaluar el liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020". Para cumplir con este objetivo se procedió analizar las dos variables de los resultados obtenidos, tomando en cuenta las tabulaciones generadas, para el cual se contó con la aplicación del estadístico de Rho de Pearson, donde se corroboró la relación entre ambas variables, logrando contrastar la hipótesis de investigación, donde se determinó finalmente el coeficiente de correlación y los niveles de significancia entre ambas variables, todo esto también con el uso del aplicativo SPSS.

11 CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultado específico 1

“Analizar el liderazgo en la empresa SAETA E.I.R.L. de Tarapoto, 2020”.

Variable: Liderazgo

Tabla 1
Liderazgo

NIVELES	f	%
BAJA	24	13%
MEDIA	149	80%
ALTA	13	7%
TOTAL	186	100%

Fuente: Resultado de la encuesta



Figura 1
Liderazgo

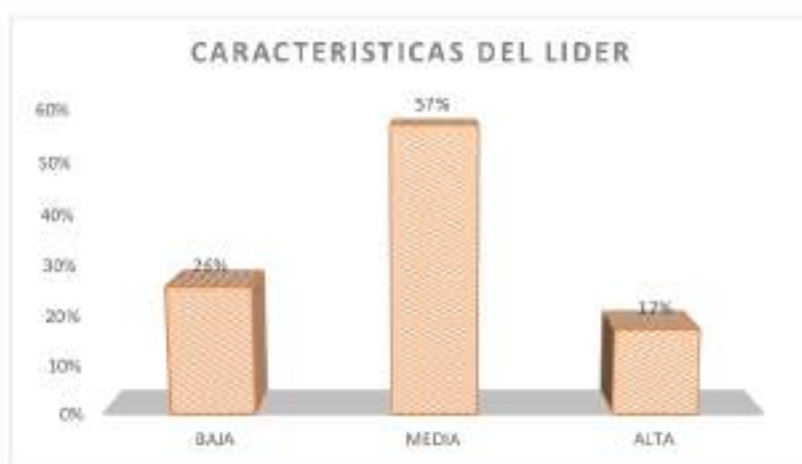
Interpretación:

Como se observa en esta variable los resultados de la encuesta determinaron que el liderazgo es medio con un 80% de respuesta, así mismo un 13% baja y en un 7% alta, esto producto a que el dueño de la empresa no es constante, en vista que él es el que opera las avionetas y casi no tiene contacto con los clientes, por eso el nivel alto no es significativo corroborando esto las dimensiones estudiadas.

Dimensiones:**Tabla 2**
Características del líder

NIVELES	f	%
BAJA	48	26%
MEDIA	108	57%
ALTA	32	17%
TOTAL	186	100%

Fuente: Resultado de la encuesta

**Figura 2**
Características del líder
Fuente: Tabla 2**Interpretación:**

Según el estudio de esta dimensión, los resultados de la encuesta reflejan la relación entre la variable, determinando también en el nivel media con un 57% de respuesta, así mismo un 27% baja y en un 17% alta, esto producto a que el dueño de la empresa según sus características casi no interviene como imagen de la empresa, motivo por el cual casi no genera confianza y por ende no tiene relación directa con los usuarios con respecto a la competencia.

Tabla 3
Factores ambientales

NIVELES	f	%
BAJA	24	13%
MEDIA	86	46%
ALTA	76	41%
TOTAL	186	100%

Fuente: Resultado de la encuesta.

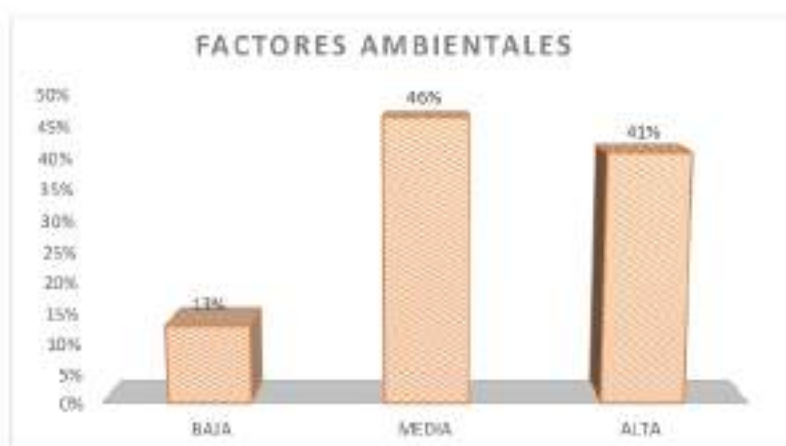


Figura 3
Factores ambientales
Fuente: Tabla 3

Interpretación:

Según el estudio de esta dimensión, los resultados de la encuesta reflejan la relación entre la variable, determinando también en el nivel media con un 46% de respuesta, así mismo un 13% baja y en un 41% alta, acá se observa un resultado significativo con respecto a la relación con los clientes debido a que al hacer contacto directo con los clientes en los viajes tienen momento para comunicarse y asume compromisos con respecto al servicio.

Tabla 4
Satisfacción

NIVELES	f	%
BAJA	42	23%
MEDIA	87	47%
ALTA	57	31%
TOTAL	186	100%

Fuente: Resultado de la encuesta



Figura 4
Satisfacción
Fuente: Tabla 4

Interpretación:

Según el estudio de esta dimensión, los resultados de la encuesta reflejan la relación entre la variable, determinando también en el nivel media con un 47% de respuesta, así mismo un 23% baja y en un 31% alta. Dado que el director es quien pilota el avión y es amable, podemos ver que el servicio ofrecido por la empresa es bueno, lo cual es un resultado clave.

4.2. Resultado específico 2

"Analizar la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020".

Variable: Gestión integrada

Tabla 5
Gestión integrada

NIVELES	f	%
BAJA	25	13%
MEDIA	144	77%
ALTA	17	9%
TOTAL	186	100%

Fuente: Resultado de la encuesta

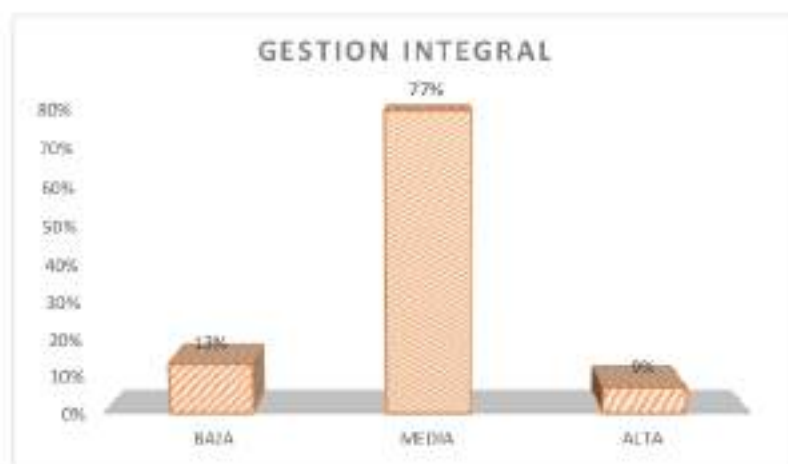


Figura 5
Gestión integral
Fuente: Tabla 5.

Interpretación:

Con respecto a esta variable los resultados de la encuesta determinaron que la gestión integral tiene un resultado también es media con un 77% de respuesta, así mismo un 13% baja y en un 9% alta, esto debido a que el procedimiento administrativo ejecutado en la organización no muestra los indicadores de satisfacción eficientes.

Dimensiones:

Tabla 6
Ventaja competitiva

NIVELES	f	%
BAJA	45	24%
MEDIA	115	62%
ALTA	26	14%
TOTAL	186	100%

Fuente: Resultado de la encuesta.

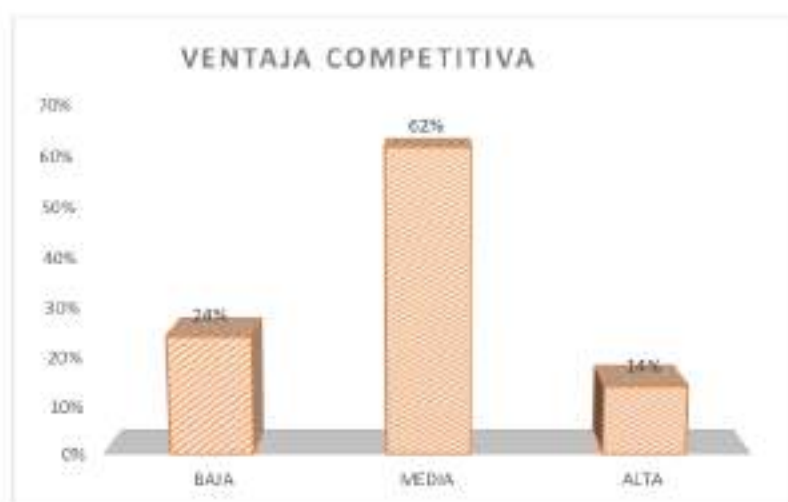


Figura 6
Ventaja competitiva
Fuente: Tabla 6

Interpretación:

Según el estudio de esta dimensión, los resultados de la encuesta reflejan la relación entre la variable, determinando también en el nivel media con un 62% de respuesta, así mismo un 24% baja y en un 14% alta, acá se observa un resultado significativo con respecto al servicio que presta la empresa ya que la empresa cubre la demanda del servicio que brinda en este ámbito geográfico, no habiendo otra empresa que le genere competencia a este nivel.

Tabla 7
Calidad de servicio

NIVELES	f	%
BAJA	24	13%
MEDIA	87	47%
ALTA	75	40%
TOTAL	186	100%

Fuente: Resultado de la encuesta



Figura 7
Calidad en el servicio
Fuente: Tabla 7

Interpretación:

Según el estudio de esta dimensión, los resultados de la encuesta reflejan la relación entre la variable, determinando también en el nivel media con un 47% de respuesta, así mismo un 13% baja y en un 40% alta, Dado que la organización ofrece la mejor calidad de servicio disponible en el sector, se trata de un resultado digno de mención en cuanto a los servicios que ofrece.

Tabla 8
Satisfacción en los clientes

NIVELES	f	%
BAJA	45	24%
MEDIA	92	49%
ALTA	49	26%
TOTAL	186	100%

Fuente: Resultado de la encuesta



Figura 8

Satisfacción en los clientes

Fuente: Tabla 8

Interpretación:

Según el estudio de esta dimensión, los resultados de la encuesta reflejan la relación entre la variable, determinando también en el nivel media con un 49% de respuesta, así mismo un 24% baja y en un 26% alta, acá se observa un resultado significativo con respecto a la satisfacción del cliente, ya que los servicios son de garantía y única, asimismo los precios son accesibles y la empresa está a la vanguardia de otras aerolíneas de este nivel.

4.3. Resultado específico 3

"Evaluar el liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020".

		Liderazgo	Gestión Integral	
Rho de Pearson	Liderazgo	Coefficiente de correlación	1,000	
		Sig. (bilateral)	,745**	
	Gestión Integral	Coefficiente de correlación	,745**	
		Sig. (bilateral)	,002	
			N	186
			N	186

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación:

Según los resultados obtenidos, el valor "r" de la correlación fue de 0,745, con un nivel de significación de 0,002. Esto significa que, en caso de implicación positiva (correlación), también es significativa porque el valor de 0,002 contradice la hipótesis, lo que lleva a la aceptación de H1 y al rechazo de H0.

4.4. Discusión de resultados

Adoptamos la hipótesis alternativa, que afirma, a la luz de los hechos, que H1: "El Liderazgo tiene implicancia positiva con la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020".

1. **Analizar el liderazgo en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020.**

Con respecto a la variable liderazgo, refleja hallazgos en su ámbito de estudio muy significativo, debido a que el porcentaje que arrojó como resultado es del 80%, ya que según las escalas de medición aplicada está en media; Esto se debe a que los resultados en las dimensiones representan características del líder que no es muy participativo, por lo que no genera confianza y casi no tiene una relación con los clientes, con respecto a la dimensión factores ambientales, encontramos alguna participación del gerente con los clientes, debido a que hace contacto con ellos al momento del viaje, con respecto a la satisfacción se obtuvo resultados muy significativos esto debido a que el servicio es bueno, por lo que en esta dimensión podemos determinar que los niveles son de escala media; la misma que el gerente debe aplicar bien los factores que determinan un buen liderazgo en una organización con respecto a los clientes, Estos resultados apoyan los argumentos expuestos por Avenecer (2015). Motivación y liderazgo (tesis de posgrado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala; Quetzaltenango. La motivación que necesitan los vendedores para desempeñarse eficazmente es fomentada por la influencia de los supervisores; este impulso se manifiesta en que los vendedores disfrutan de su trabajo, libres de peticiones incesantes o de búsqueda de atención. Los empleados se sienten motivados no sólo por su remuneración dentro de la empresa, sino también por su sentimiento de pertenencia a un equipo de trabajo familiar, y su compromiso y aprecio han demostrado ser medios eficaces para aumentar su rendimiento.

2. Analizar la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020.

En lo que respecta a la variable gestión integrada, las encuestas determinaron que el 77% según el resultado es media, lo que significa que las dimensiones de esta variable también presento algunos factores que no son desarrollados adecuadamente por la empresa, debido a que no conocen las herramientas de esta variable, pero a pesar de esto los clientes dieron resultados muy significativos. Al ser la única empresa que ofrece este servicio en el mercado local, la empresa cuenta con una enorme ventaja competitiva, cubre las demandas del servicio, así mismo la calidad del servicio refleja que es nivel medio debido a que es la más resaltante y los servicios son de garantía y única, asimismo los precios son accesibles y la empresa está a la vanguardia de otras aerolíneas de este nivel; Este resultado es consistente con los hallazgos de la tesis de Alarcón (2017), Gestión de la calidad en la capacitación en micro y pequeñas empresas del sector servicios, liderando actividades de temas de salud humana en Tarapoto, 2016-. (Tesis de grado). Tarapoto, Perú; Universidad Católica los Ángeles Chimbote. La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios de actividades humano-sanitarias de Tarapoto, no saben qué es la gestión de la calidad, no entienden los métodos contemporáneos de gestión de la calidad, creen que la capacitación empresarial es esencial, no han recibido capacitación en el último año, ven la capacitación como una inversión y son conscientes de que invertir en gestión de la calidad en capacitación incrementa la rentabilidad de sus organizaciones.

3. Evaluar el liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020.

El valor "r" de la correlación resultó ser 0,745, y su nivel de significación resultó ser 0,002. Esto significa que, si existe una implicación positiva (correlación), también es significativa porque el valor obtenido es 0,002, lo que contradice la hipótesis y conduce a la aceptación de H1 y al rechazo de H0. Todo esto es consistente con su investigación, Pérez (2018), encontró que el Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo Tarapoto en el 2018 se gestionaron en base a productividad y competencias, con énfasis en el desarrollo agropecuario. (Tesis de maestría en docencia). Universidad César Vallejo, Tarapoto, Perú, al aplicar un análisis estadístico utilizando la correlación de Pearson.

CONCLUSIONES

1. En cuanto al ámbito del liderazgo, se observa que la imagen del gerente no proyecta actitudes positivas en relación con el empoderamiento de los clientes, según los resultados obtenidos. Esta carencia se atribuye a la falta de interacción directa del gerente con los clientes en la organización, generando una percepción de falta de conexión que afecta negativamente la confianza que la empresa inspira en ese momento.
2. Al examinar la gestión integral, es decir, el procedimiento administrativo implementado en la organización, se evidencia una carencia de indicadores de satisfacción eficientes. Esta deficiencia se atribuye principalmente al hecho de que la organización opera como la única entidad en el mercado. En consecuencia, la satisfacción del cliente se ve limitada a un 40 %, lo cual se traduce directamente en la calidad del servicio ofrecido por la organización.
3. Se ha determinado la existencia de una correlación positiva, respaldada por un nivel de significación de 0,002 y un valor de correlación (r) de 0,745. Esta asociación armoniosa se sustenta en la observación de que el valor obtenido de 0,002 es inferior al umbral crítico de 0,05, indicando una asociación estadísticamente significativa. Como resultado, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1).

RECOMENDACIONES

1. Se sugiere que el gerente fortalezca su involucramiento con los clientes dedicando más tiempo en la oficina o aprovechando momentos libres para interactuar y conocer las opiniones de los clientes en el entorno empresarial. Esta iniciativa no solo facilitaría una mejor comprensión de las percepciones de los clientes, sino que también establecería una conexión más profunda entre el gerente y la clientela, contribuyendo así a una mayor comprensión mutua y fortaleciendo la imagen de la empresa.
2. En el ámbito de la gestión integral, se sugiere establecer una estrecha relación con los clientes, ya que esto no solo contribuirá a mejorar la competitividad, sino que también preparará a la organización para enfrentar la entrada de competidores en el mercado. También se aconseja desarrollar programas de formación para el personal con temas relacionados a la administración. Esta capacitación permitirá a los empleados cumplir de manera efectiva con las metas de la organización, asegurando un desempeño óptimo y contribuyendo al éxito global de la empresa.
3. Es crucial considerar la estrecha relación entre estas dos actividades fundamentales para el éxito de la organización. Se recomienda enfocarse en el desarrollo eficiente de funciones y actividades relacionadas, buscando sinergias entre ambas para potenciar la capacidad de la empresa en el mercado. Al integrar de manera efectiva estas actividades, mejorando continuamente los servicios que presta, la empresa aumentará su cuota de mercado y ganará más autoridad. Es fundamental adoptar enfoques estratégicos que permitan optimizar la interacción entre estas áreas, generando así un impacto positivo que posicione a la empresa como líder en la satisfacción de las necesidades del mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, A. (2017). *Gestión de calidad en la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de salud humana-tópicos en la ciudad de Tarapoto -2016*. (Tesis de grado). Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Tarapoto, Perú.
- Alva, C. (2016). *La relación del estilo de liderazgo de los supervisores y coordinadores con la intención de rotación de los colaboradores: evidencia en la gerencia de operaciones de una empresa privada transnacional, en el rubro de servicios de manejo de información*. (Tesis de maestría). Universidad del Pacífico, Lima, Perú
- Avenecer, Y. (2015). *Liderazgo y motivación*. (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, Guatemala.
- Baumann, R. (n.d.). *COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE Oficina en Brasil EL COMERCIO ENTRE LOS PAÍSES "BRICS."* https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/3166/LCbrsR210_es.pdf
- Coulter, M. (2007). *Principles of management*. Translated by Seyyed Mohammad Arabi and Mohammed Ali Hamid Rafiee and Behrouz Asrafi Ershad, Fourth Edition, Tehran: Office of Cultural Studies.
- Chiavenato, I. (2001). *Administración: proceso administrativo*. McGraw Hill.
- Esparza, A. (2016). *El Estilo de Liderazgo y su efecto en el Desempeño Laboral del área de Contabilidad en la Empresa El Roció S.A. Año 2016 – Trujillo*. (Tesis de grado). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú.
- Esteban, A., García, J. (2008). *Principios de marketing*. ESIC Editorial.
- Evans, J. y Lindsay, W. (2008). *Administración y control de calidad*. 7ª Edición.
- McGregor, D. (1964). Teoría X y teoría Y. *Revista Pensamiento Imaginalivo*, Investigación, 4, 06-13.
- Napiers (2000). *Psicología Social*. 2000. Seis perspectivas teóricas del liderazgo. Buenos Aires, p.163)

- Pérez, R. (2018). *Gestión por competencias y productividad en la dirección de desarrollo agropecuario del Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo Tarapoto año 2018*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo – Tarapoto, Perú
- RAE. (n.d) Real Academia Española. Retrieved from <http://www.rae.es/>
- Robbins (1992). *Comportamiento organizacional conceptos controversias y aplicaciones*.
- Schein, E. (1969) *Consulta de procesos: su papel en el desarrollo organizacional*. Reading, MA: Publicaciones Addison-Wesley.
- Sorados, M. (2010). *Influencia del liderazgo en la calidad de la gestión educativa*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Trujillo, M. (2015). *Diseño de un modelo integral de gestión organizacional*. (Tesis de maestría). Instituto Politécnico Nacional, México.
- Taype, M. (2015, mayo 13). *La gestión del liderazgo en el contexto internacional actual*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/la-gestion-del-liderazgo-en-el-contexto-internacional-actual/>

ANEXOS

Anexo A. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Cuál es la implicancia del liderazgo en la gestión integrada de los clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020?	<p>Objetivo General. Determinar el liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020.</p> <p>Objetivos Específicos. 1.- Analizar el liderazgo en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020. 2.- Analizar la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020. 3.- Evaluar el liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020.</p>	<p>Afirma: H₁: El Liderazgo tiene implicancia positiva en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020.</p> <p>Null: H₀: El Liderazgo tiene implicancia negativa en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA EIRL de Tarapoto, 2020.</p>	<p>Variable independiente: Liderazgo</p> <p>Variable dependiente: Gestión integral</p>	<p>-Características del líder</p> <p>-Factores ambientales</p> <p>-Satisfacción</p> <p>-Ventaja competitiva</p>	<p>Inteligencia Visión de futuro Inspira confianza, respeto, valores, cualidades y motivador</p> <p>Grupos de trabajo Comunicación Empoderamiento al grupo Compromiso</p> <p>Índice de satisfacción del trabajador Clima laboral</p> <p>Estructura Innovación Producto único RR, HH</p>

Anexo B: Instrumento de recolección de datos

Variable Liderazgo

Presentación:

Buenos días soy alumno de la Universidad Nacional de San Martín, solicito su aprobación para que me ayude en contestar las siguientes preguntas para obtener información en base a mi trabajo de investigación, de antemano le hago llegar mi agradecimiento por el apoyo brindado.

Evaluación

Califique los siguientes aspectos relacionados con la variable liderazgo: En base a la siguiente escala de 1 a 4, siendo:

1-Nunca, 2 – Casi nunca, 3 - A veces, 4 - Casi siempre, 5 - Siempre.

Dimensión: Características del líder					
ITEM					
1.- ¿La sola presencia del líder, dio solución cuando se presentó algún problema en base al servicio que brinda la empresa?	1	2	3	4	5
2.- ¿Cuánto usted tuvo contacto con el líder de la empresa le inspiró confianza?	1	2	3	4	5
3.- ¿El líder de la empresa le brindó información con respecto al crecimiento, ante la competencia en el mercado?	1	2	3	4	5
Dimensión: Factores ambientales					
ITEM					
4.- ¿Usted observó que el líder de la empresa trabaja coordinadamente?	1	2	3	4	5
5.- ¿Usted cree que el líder tiene una adecuada comunicación con los clientes?	1	2	3	4	5
6.- ¿Usted observó en algún momento que el líder de la empresa, asume compromisos con sus colaboradores?	1	2	3	4	5
Dimensión: Satisfacción					
ITEM					
7.- ¿El líder muestra cordialidad ante los clientes?	1	2	3	4	5
8.- ¿Siente usted que el servicio que brinda la empresa le genera satisfacción?	1	2	3	4	5
9.- ¿Sintió alguna vez que el líder de la empresa no cumplió con lo prometido en base al servicio que brinda?	1	2	3	4	5

¡Gracias por su atención!

Anexo C: Instrumento de recolección de datos

Variable Gestión Integral

Presentación:

Buenos días soy alumno de la Universidad Nacional de San Martín, solicito su aprobación para que me ayude en contestar las siguientes preguntas para obtener información en base a mi trabajo de investigación, de antemano le hago llegar mi agradecimiento por el apoyo brindado.

Evaluación

Califique los siguientes aspectos relacionados con la gestión integral: En base a la siguiente escala de 1 a 5, siendo:

1-Nunca, 2- Casi nunca, 3 - A veces, 4- Casi siempre, 5 - Siempre.

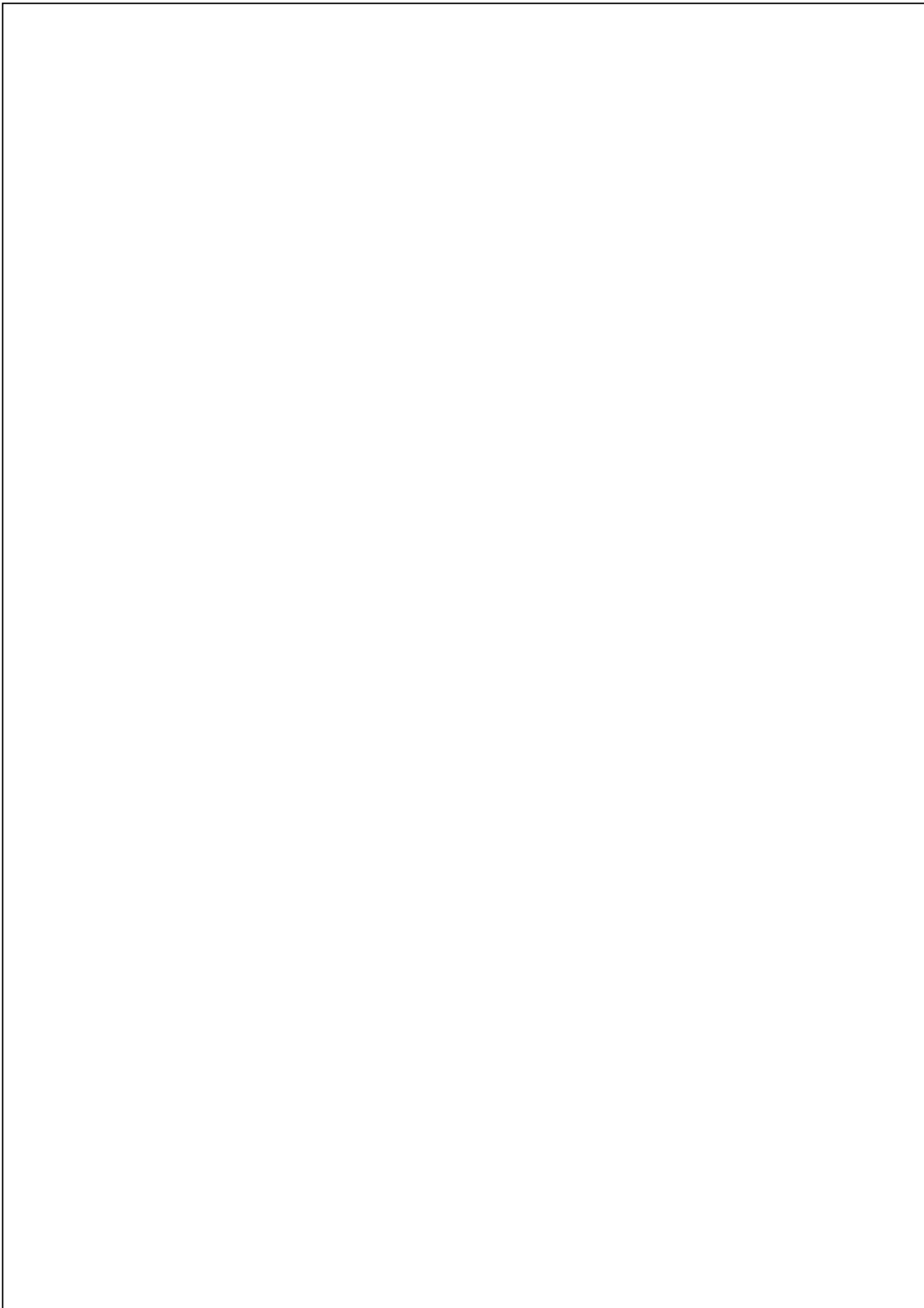
Dimensión: Ventaja competitiva					
ÍTEM					
1.- ¿Usted cree que la competitividad en la empresa se basa en la necesidad del cliente?	1	2	3	4	5
2.- ¿Cree usted que la atención de los trabajadores es la más competitiva en el mercado?	1	2	3	4	5
3.- ¿El diseño de la organización le garantiza la satisfacción del cliente?	1	2	3	4	5
Dimensión: Calidad de servicio					
ÍTEM					
4.- ¿Cree usted que entre la empresa y los clientes existe una relación en base los servicios que brinda?	1	2	3	4	5
5.- ¿Cree usted que los trabajadores demuestran su responsabilidad en base a la atención que brindan?	1	2	3	4	5
6.- ¿Cree usted que los trabajadores de la empresa responden adecuadamente de las consultas realizadas en base a su servicio que brinda?	1	2	3	4	5
Dimensión: Satisfacción a los clientes					
7.- ¿Siente usted que las promociones que brinda la empresa le generan garantía que vuelva usar el servicio?	1	2	3	4	5
8.- ¿Cree usted que la empresa cumple con los niveles de oferta y demanda que garantiza la satisfacción del usuario?	1	2	3	4	5
9.- ¿Cree usted que la empresa es competitiva en el mercado?	1	2	3	4	5

¡Gracias por su atención!

Anexo D. Operacionalización de las variables

Variable Independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Liderazgo	Liderazgo es la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana a la consecución de uno o diversos objetivos específicos*. Chiavenato (2001).	Aplicación de los instrumentos de recolección de datos con escala de Likert, aplicación de una encuesta, la misma que consta de un cuestionario conformado de 9 ítems, para el cual tomaremos información de los dientes, para analizar la variable liderazgo.	Características del líder	Inteligencia Visión de futuro Inspira confianza, respeto, valores, cualidades y motivador	
			Factores ambientales	Grupos de trabajo Comunicación Empoderamiento al grupo Compromiso	
			Satisfacción	Índice de satisfacción del trabajador Clima laboral	

Variable Dependiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Gestión Integral	<p>La gestión integrada es un sistema de gestión que integra todos los sistemas y procesos en una estructura completa y permite trabajar como una sola unidad con los mismos objetivos. (Esteban, 2008)</p>	<p>Aplicación de los instrumentos de recolección de datos con escala de Likert, aplicación de una encuesta, la misma que consistió de un cuestionario conformado de 9 ítems, para el cual tomaremos información de los clientes, para analizar la variable gestión integral.</p>	Ventaja competitiva	Estructura Innovación Producto Único RR, HH	
			Calidad en el servicio	Empatía Fiabilidad Responsabilidad Capacidad de respuesta	
			Satisfacción de los clientes	Fidelización Oferta y demanda Impacto en la sociedad Liderazgo en el mercado	Ordinal



El liderazgo y su implicancia en la gestión integrada de clientes en la empresa SAETA E.I.R.L. de Tarapoto, 2020

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 repositorio.unsm.edu.pe 4%
Internet Source

2 tesis.unsm.edu.pe 3%
Internet Source

3 repositorio.uap.edu.pe 1%
Internet Source

4 Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote 1%
Student Paper

5 www.gestiopolis.com 1%
Internet Source

6 Submitted to Universidad Cesar Vallejo 1%
Student Paper

7 repositorio.ucv.edu.pe 1%
Internet Source

8 pdfcookie.com 1%
Internet Source

cybertesis.unmsm.edu.pe

9	Internet Source	1 %
10	hdl.handle.net Internet Source	1 %
11	Submitted to Universidad Nacional de San Martín Student Paper	1 %
12	repositorio.une.edu.pe Internet Source	<1 %
13	repositorio.uss.edu.pe Internet Source	<1 %
14	repositorio.upch.edu.pe Internet Source	<1 %
15	Submitted to Universidad de Celaya Student Paper	<1 %
16	repositorio.upeu.edu.pe Internet Source	<1 %
17	repositorio.unjfsc.edu.pe Internet Source	<1 %
18	www.scribd.com Internet Source	<1 %
19	repositorio.ug.edu.ec Internet Source	<1 %
20	es.slideshare.net Internet Source	

<1 %

21

pt.scribd.com

Internet Source

<1 %

22

www.eleconomista.es

Internet Source

<1 %

23

repositorio.unsa.edu.pe

Internet Source

<1 %

24

www.aeped.es

Internet Source

<1 %

25

www.coursehero.com

Internet Source

<1 %

26

www.udec.cl

Internet Source

<1 %

27

Submitted to National University College -
Online

Student Paper

<1 %

28

igobernanza.org

Internet Source

<1 %

29

www.ingenieriacomercial.com

Internet Source

<1 %

Exclude bibliography On