



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO
COMERCIALIZACIÓN DE ROPAS PARA BEBÉS,
DISTRITO DE AYACUCHO, 2018**

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

AUTORA

SARRIA CORDOVA, DAYSY VANESA

ASESOR

MGTR. QUISPE MEDINA, WILBER

AYACUCHO – PERÚ

2019

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

.....
MGTR. JUDITH BERROCAL CHILLCCE
PRESIDENTE

.....
MGTR. ALCIDES JÁUREGUI PRADO
MIEMBRO

.....
MGTR. CARLOS CELSO TIPE HERRERA
MIEMBRO

.....
MGTR. WILBER QUISPE MEDINA
ASESOR

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro.

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este. Me formaron con reglas y con algunas libertades, pero al final de cuentas, me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

DEDICATORIA

Eres una mujer que simplemente me hace llenar de orgullo, te amo y no va haber manera de devolverte tanto que me has ofrecido.

Este es un logro más que llevo a cabo, y sin lugar a dudas ha sido en gran parte gracias a ti; no sé en donde me encontraría de no ser por tus ayudas, tu compañía, y tu amor.

Te doy mis sinceras gracias, amada madre.

RESUMEN

En esta investigación tiene como título: liderazgo transformacional en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018, El enunciado del problema general es: ¿Cuáles son las características del liderazgo transformacional en las micros y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas de bebés, distrito de Ayacucho, 2018?, para dar respuesta al problema se ha trazado el siguiente objetivo general: Describir el liderazgo transformacional en las pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018. Para lograr un sustento teórico del estudio, se revisaron libros sobre las dos variables de estudio: liderazgo transformacional; el nivel de investigación es descriptiva. Se utilizó una población muestral de 24 micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio a quienes se les aplicó un cuestionario, los resultados obtenidos en las preguntas 6,8 consideran que la agradable personalidad es esencial para lograr el carisma como líder en un 92% a si también que ganarse el respeto de los colaboradores es fundamental para ejercer como líder en un 100% los encuestados consideran que es muy importante para una organización, en conclusión Los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropa para bebés en el distrito de Ayacucho, consideran que prestar atención al personal, desarrollo del personal, manejo de la empatía son características de todo líder transformacional.

Palabras claves: carisma, estimulación intelectual, liderazgo transformacional, micro empresa, pequeña empresa

ABSTRAC

This research has as its title: transformational leadership in the micro and small businesses of the baby clothes marketing sector, district of Ayacucho, 2018. The statement of the general problem is: ¿What are the characteristics of transformational leadership in micro and small enterprises of the item marketing of baby clothes, district of Ayacucho, 2018 ?, To answer the problem, the following general objective has been drawn: Describe the transformational leadership in the small businesses of the commercialization of baby clothes, district of Ayacucho, 2018. In order to achieve a theoretical sustenance of the study, books were reviewed on the two study variables: transformational leadership; the level of research is descriptive. A sample population of 24 micro and small companies of the field of study was used to which a questionnaire was applied, the results obtained in questions 6,8 consider that the pleasant personality is essential to achieve the charisma as leader in a 92 % yes also that to earn the respect of the collaborators is fundamental to exercise as a leader in a 100% the encuetados to consider that it is very important for an organization, in conclusion The owners and / or managers of the micro and small companies of the heading marketing of Baby clothes in the district of Ayacucho, consider that paying attention to staff, staff development, empathy management are characteristics of any transformational leader.

Keywords: charisma, intellectual stimulation, transformational leadership, micro business, small business.

CONTENIDO

HOJA DE FIRMA DEL JURADO	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRAC	vi
ÍNDICE DE TABLA.....	ix
ÍNDICE DE FIGURA	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	13
II. REVISIÓN DE LITERATURA	17
2.1. Antecedentes	17
2.2. Bases teóricas	25
2.2.2. Liderazgo transformacional	26
III. HIPÓTESIS.....	43
IV. METODOLOGIA	43
4.1. Diseño de la investigación.....	43
4.2. Tipo de investigación	43
4.3. Nivel de investigación	43
4.4. Población y muestra	44
4.4.1. Población	44
4.4.2. Muestra	44
4.5. Técnicas e instrumentos de la investigación	44
4.6. Plan de análisis	45
4.7. Operacionalización de variables.....	46
4.8. Matriz de consistencia	47

4.9. Principios éticos	48
V.RESULTADOS.....	49
5.1. Descripción de resultados.....	49
5.2. Análisis de resultado	69
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
6.1. Conclusiones	72
6.2. Recomendaciones	74
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	75
VIII. ANEXOS.....	77

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. definiciones de liderazgo transformacional	27
Tabla 2. Distribución según género, distrito de Ayacucho,2018.	49
Tabla 3. Distribución según edad, distrito de Ayacucho,2018.	50
Tabla 4. Distribución según estado civil, distrito de Ayacucho,2018.....	51
Tabla 5. Grado de instrucción, distrito de Ayacucho,2018.....	52
Tabla 6. Distribución según el tiempo en el rubro, distrito Ayacucho,2018.	53
Tabla 7. Usted considera que la agradable personalidad es esencial para lograr el carisma como líder.	54
Tabla 8.Usted considera que las adversidades son parte del aprendizaje en la formación como líder.	55
Tabla 9. Usted considera que ganarse el respeto de los colaboradores es fundamental para ejercer como líder.....	56
Tabla 10.Usted considera que es importante para el líder lograr el compromiso de sus colaboradores.	57
Tabla 11. Usted considera esencial prestar atención a los colaboradores.....	58
Tabla 12. Usted considera que entender a los colaboradores es esencial para lograr mayor confianza hacia el líder.	59
Tabla 13. Usted considera que otorgar responsabilidades permite desarrollar a los colaboradores.	60
Tabla 14.Usted considera esencial que es bueno animar permanentemente a sus colaboradores.	61
Tabla 15.Usted considera esencial brindar recompensas por el trabajo bien hecho.	62
Tabla 16. Usted considera esencial que sus colaboradores compartan ideas innovadoras.	63
Tabla 17. Usted tiene una visión inspiradora de su empresa.	64
Tabla 18. Usted comparte esa visión con sus colaboradores.	65
Tabla 19. Usted trabaja con metas de largo, mediano y corto plazo.....	66
Tabla 20. Usted Considera que el optimismo es un factor a tomar en cuenta cuando se desarrollan las actividades en la empresa.....	67

Tabla 21. En las decisiones que usted toma, considera siempre lograr el bienestar de sus colaboradores. 68

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1. Distribución según género, distrito de Ayacucho, 2018.....	49
Figura 2.Distribución según edad, distrito de Ayacucho,2018.	50
Figura 3. Distribución según estado civil, distrito de Ayacucho,2018.	51
Figura 4.Grado de instrucción, distrito de Ayacucho,2018.	52
Figura 5.Distribución según el tiempo en el rubro, distrito Ayacucho,2018.	53
Figura 6. Usted considera que la agradable personalidad es esencial para lograr el carisma como líder.	54
Figura 7.Usted considera que las adversidades son parte del aprendizaje en la formación como líder.	55
Figura 8.Usted considera que ganarse el respeto de los colaboradores es fundamental para ejercer como líder.	56
Figura 9.Usted considera que es importante para el líder lograr el compromiso de sus colaboradores.	57
Figura 10.Usted considera esencial prestar atención a los colaboradores.	58
Figura 11.Usted considera que entender a los colaboradores es esencial para lograr mayor confianza hacia el líder.	59
Figura 12. Usted considera que otorgar responsabilidades permite desarrollar a los colaboradores.....	60
Figura 13.Usted considera esencial que es bueno animar permanentemente a sus colaboradores	61
Figura 14.Usted considera esencial brindar recompensas por el trabajo bien hecho.	62
Figura 15.Usted considera esencial que sus colaboradores compartan ideas innovadoras.	63
Figura 16. Usted tiene una visión inspiradora de su empresa.	64
Figura 17.Usted comparte esa visión con sus colaboradores.	65
Figura 18.Usted trabaja con metas de largo, mediano y corto plazo.	66
Figura 19.Usted Considera que el optimismo es un factor a tomar en cuenta cuando se desarrollan las actividades en la empresa.....	67

Figura 20. En las decisiones que usted toma, considera siempre lograr el bienestar de sus colaboradores. 68

I. INTRODUCCIÓN

En esta investigación tiene como título: liderazgo transformacional en las pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018. Se denota en la actualidad que abundan muchas empresas a nivel mundial en que la investigación del liderazgo transformacional es muy importante para que las empresas puedan crecer y desarrollarse en el entorno donde pueden interactuar.

Las organizaciones hoy en día cuentan con un sin número de recursos que les permiten lograr la misión y visión que las constituyen, estos recursos poseen diversas características, tales como. Recursos materiales, financieros y humanos; dentro de una organización estos recursos trabajan conjuntamente con el propósito de lograr los objetivos para los cuales fue creada.

Enunciado del problema general: ¿Cuáles son las características del liderazgo transformacional en las micros y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas de bebés, distrito de Ayacucho, 2018?

Para dar respuesta al problema se ha trazado el siguiente objetivo general:

Conocer las características del liderazgo transformacional en las micros y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018.

También se planteó los objetivos específicos:

- ✓ Describir las características del líder carismático en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho,2018.
- ✓ Describir las características de la consideración individualizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018.
- ✓ Describir las características de la estimulación intelectual en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho,2018.
- ✓ Describir las características de la motivación inspiradora en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018.

La presente investigación se justifica porque es importante conocer si el liderazgo transformacional se está desarrollando adecuadamente en las empresas donde conlleven a todos los miembros a que se sientan en confianza y no tengan temor a dar a conocer sus ideas y habilidades. El liderazgo transformacional va ayudar a que puedan generar un dominio de emprendimiento en la plana directiva junto a sus subordinados y esto puede ayudar a que los trabajadores puedan trabajar bien y puedan satisfacer las necesidades de los clientes y por consiguiente mayor beneficio para la empresa.

Nuestra población e estudio estuvo conformado por 24 propietarios de las micro pequeñas empresas del rubro comercialización de ropa para bebés, los mismo que fueron encuestados, dando los siguientes resultados, considera que la agradable personalidad es esencial para lograr el carisma como líder en un 92% a si también que ganarse el respeto de los colaboradores es fundamental para ejercer como líder en un 100% los encuetados considerar que es muy importante para una organización,

Se concluye que las características del líder transformador son líder carismático, consideración individualista, estimulación intelectual, motivación inspiradora los mismos que son reforzados por las respuestas de los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropa para bebés en el distrito de Ayacucho, consideran que ganarse el respeto, compromiso de sus trabajadores, agradable personalidad y tolerancia en la adversidad, también consideran que prestar atención al personal, desarrollo del personal, manejo de la empatía son características esenciales de todo líder carismático las misma que se encuentra reflejados en los resultados obtenidos en nuestra encuesta.

Del mismo modo el trabajo de investigación también servirá como referencia para los futuros investigadores que busquen profundizar más el tema de liderazgo transformacional puesto que los hallazgos se presentan en las micro y pequeñas empresas.

La investigación también servirá de aporte académico como fuente bibliográfica nueva con la que se beneficia a cualquier estudiante o persona que necesite de ella, lo cual se puede ver reflejado dentro de la sociedad. En este trabajo se

pretende formular propuestas y aportar ideas que amplíen el conocimiento de dicha investigación y además sea útil para futuros estudios adicionales.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Internacionales

Según (Cruz Avila, 2014) “la investigación tiene como título “Liderazgo Transformacional como Herramienta de la Productividad de los Empleados” (Caso: Empresa textil era, Municipio Ixtapaluca) el estudio tiene como objetivo general diagnosticar los factores del liderazgo transformacional con el propósito de seguir cambios positivos en la productividad de los empleados en la empresa”.

Así mismo los objetivos específicos son:

- ✓ Identificar y analizar los factores que intervienen en el liderazgo transformacional.
- ✓ Identificar y analizar elementos del liderazgo transformacional que impactan en la productividad de los empleados.

Metodología

Tipo de la investigación

Según (Cruz Avila, 2014) , “Es de tipo cualitativo ya que el objetivo principal de esta investigación es observar los factores y cualidades que intervienen en la productividad de los empleados para el desempeño de sus actividades y utilizando liderazgo transformacional como herramienta se logrará que se realicen cambios necesarios para el logro de los objetivos”.

Nivel de la investigación.

Según (Cruz Avila, 2014), “La investigación es de nivel descriptivo debido a que se describe como es y cómo se manifiesta el fenómeno que está ocurriendo en cuanto a los factores que intervienen en el liderazgo transformacional que será realizado en la empresa textilera del Municipio de Ixtapaluca”.

Conclusiones

Según (Cruz Avila, 2014) , “El principal objetivo de este trabajo de investigación fue analizar los elementos más sobresalientes de un líder transformacional, si bien sabemos que el liderazgo es el proceso de influencia de líderes y seguidores para alcanzar los objetivos de la organización”.

Según (Cruz Avila, 2014), “Para ello, se aplicó un cuestionario a cada uno de los empleados para saber qué elementos del liderazgo transformacional tiene y de cuales carecen posteriormente se hizo una propuesta dando sugerencias a cada uno de los elementos que se considera más relevantes en un líder transformador con lo cual se pretende lograr los siguientes objetivos”.

Según (VILLEGAS PÉREZ, 2014) , “La investigación tiene como título: Implicancia del estilo de liderazgo transformacional o transaccional en la satisfacción laboral del personal de ventas de la empresa departamentales de retail ubicadas en la ciudad de puerto Montt. El estudio tiene como objetivo general: Determinar la implicancia del estilo de liderazgo transformacional o transaccional en la satisfacción laboral del personal de área de ventas de empresas de retail departamentales de la ciudad de Puerto Montt, Ripley Corp. S. A, la polar S.A. y parís S.A”.

Objetivos específicos:

- ✓ Determinar el estilo de liderazgo importante en las empresas departamentales de retail de Puerto Montt: Ripley Corp. S.A; La polar S.A. y París S.A.
- ✓ Determinar la satisfacción del personal de ventas con respecto al liderazgo que se ejerce en las empresas departamentales de retail de Puerto Montt: Ripley Corp. S.A, La Polar S.A. y Paris S.A.
- ✓ Determinar relación existente entre el estilo de liderazgo ejercido y la satisfacción laboral del personal de ventas de las empresas departamentales de retail de Puerto Montt: Ripley Corp. S.A, La polar S.A. y Paris S.A.

Metodología

Diseño de la investigación

Según (VILLEGAS PÉREZ, 2014), “El diseño es de carácter no experimental debido a que su propósito es centrarse en la realidad de los sujetos de análisis sin alterar su realidad, el fin es observar las dinámicas relacionales que estos tienen en su ambiente natural, para obtener una representación más realista de las situaciones cotidianas de dichos sujetos”.

Tipo de diseño de la investigación

Según (VILLEGAS PÉREZ, 2014), “El tipo de diseño de investigación será transaccional descriptivo, ya que el propósito es acercarse a la realidad y a la realidad y a la relación existente entre los estilos de liderazgo y la satisfacción de los trabajadores es un momento determinado, de modo tal que sea factible

describir y tomar una “fotografía” del tipo de relación que se denota en dicho momento. De este modo solo se observará en un único tiempo a los trabajadores y líderes de las tiendas de retail departamentales ubicadas en la ciudad de Puerto Montt, y a través de esto luego analizar los resultados obtenidos”.

Conclusiones

Según (VILLEGAS PÉREZ, 2014), “En el presente informe se analizó la satisfacción de los trabajadores del área de ventas con respecto al estilo de liderazgo ejercido en las tiendas departamentales de retail de Puerto Montt: Ripley Corp.S. A, París S.A y la polar S.A. El análisis se llevó a cabo mediante dos encuestas aplicadas a los trabajadores, las cuales apuntaban a determinar la satisfacción laboral de los trabajadores con respecto al liderazgo, y determinar cuál es el estilo de liderazgo que impera en las organizaciones, ya sea un liderazgo transformacional y transaccional”.

Según (VILLEGAS PÉREZ, 2014), “Por medio de los resultados obtenidos se logró el cumplimiento de todos los objetivos establecidos previamente, aunque las hipótesis fueron rechazadas ya que en primer lugar no se llegó al resultado de que solo un estilo de liderazgo era el que predominaba en las tiendas analizadas, sino que como resultado se obtuvo que las tiendas poseían líderes con características de los dos estilos de liderazgo tanto transformacional como transaccional, y no el predominio de uno solo, y también el rechazo de la segunda hipótesis que apuntaba a que los trabajadores estaban más satisfechos con un estilo de liderazgo transformacional”.

Según (Bustamante Gonza, 2010) , “la investigación tiene como título proyecto de factibilidad para la creación de una micro empresa de producción y comercialización de ropa de bebé en la parroquia de chillogallo ubicada al sur del Distrito Metropolitano de Quito”.

Según (Bustamante Gonza, 2010), “tiene como objetivo general; determinar la factibilidad de creación de una micro empresa de producción y comercialización de ropa de bebé para inyectar inversión y absorber la mano de obra calificada del sector sur del Distrito Metropolitano de la ciudad de Quito”.

Objetivos específicos:

- ✓ Realizar un diagnóstico situacional de la micro empresa en el Ecuador, sobre la producción de ropa de bebé en la ciudad de Quito.
- ✓ Realizar un estudio de Mercado que proporcione información sobre la oferta y la demanda.
- ✓ Planear un modelo de gestión administrativo y técnico, para que la micro empresa se desarrolle efectiva y eficazmente en un mercado competitivo a través del diseño de los procesos administrativos, productivos y de comercialización para la implementación de la microempresa.
- ✓ Determinar la factibilidad económica, financiera, técnica, legal y comercial para establecer la operatividad de la creación de microempresa.

Conclusiones

Según (Bustamante Gonza, 2010), “Los negocios artesanales trabajan por volúmenes de producción que se distribuye en el mercado nacional y local de la ropa de bebé, destacando que la calidad de la misma en las microempresas

artesanales es aceptable, sin embargo, carecen de valor agregado. Quienes tienen más claro el concepto de generar más valor por sus productos, son empresas grandes y reconocidas en la industria de ropa de bebé como Pasa, Bebé Mundo, para niños, valor agregado han podido exportar sus productos y generar mayor rentabilidad que las micro empresas artesanales”.

Según (Bustamante Gonza, 2010), “la investigación de mercados, la misma que tuvo las características de hacer encuestas a un posible mercado consumidor y a dueños de negocios de ropa de bebé ubicados en el sector, se pudo identificar claramente el segmento, de acuerdo a la búsqueda de estos por promociones, facilidad de compra, lo cual permite concluir el poder adquisitivo y diferenciación del producto. La determinación de perfiles de los clientes potenciales, permitirá a través de establecer estrategias más efectivas”.

NACIONALES

Según (Castillo Jara, 2016), “la investigación tiene como Título: Estudio de mercado para determinar la viabilidad comercial del consumo de ropa ecológica de bebé en ciudad de Trujillo en el año 2016. Así mismo el objetivo general es; Realizar un estudio de mercado para determinar la viabilidad comercial del consumo de ropa ecológica de bebé en la ciudad de Trujillo en el año 2016”.

Los objetivos específicos son:

- ✓ Analizar el mercado de ropa de bebé en la ciudad de Trujillo.
- ✓ Establecer en nivel de aceptación del producto por parte del consumidor.
- ✓ Definir el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por ropa ecológica de bebé.

- ✓ Determinar la estrategia para el lanzamiento del producto.

Conclusiones

Según (Castillo Jara, 2016) ,Se analizó el mercado de ropa de bebé en la ciudad de Trujillo, llegando a la conclusión que estamos en frente de un mercado muy exigente, por el mismo hecho que es ropa de bebé, la calidad y delicadeza de los productos deben ser altos. Las madres que cuentan con un poder adquisitivo alto buscan vestir a sus hijos con prendas de la mejor calidad que hay en el mercado, es por ello que en muchas tiendas de la ciudad el producto preferido para el bebé son los que son hechos con algodón prima, una materia prima superior por su calidad y suavidad que otros tipos de algodones tradicionales pero que sin embargo tiene el mismo tratamiento químico desde su cosecha tal como se realiza con el algodón tradicional.

(Pamela Valery Marrache Díaz, 2016)El presente plan de negocio para exportación se plantea a partir de la idea y deseo de querer fabricar ropa con insumos orgánicos que permitan el cuidado de la piel y la protección del medio ambiente para bebés de 0 a 2 años. Se establecen tres importantes mercados objetivos que son Bogotá, Cali y Medellín situados en Colombia. Dichos mercados cuentan con una alta demanda por productos de calidad y de diseños exclusivos que al mismo tiempo sean socialmente responsables con el medio ambiente.

Conclusiones; En primer lugar, se puede concluir que elaborar un plan de negocios minimiza los riesgos de exportación, ayuda a la empresa a plantear sus actividades y le facilita el desarrollo de las mismas; Los principales mercados del

sector vestimenta están saturados, lo cual ha causado la caída de las exportaciones peruanas de esta industria; sin embargo, la diferenciación y beneficios de las prendas pueden abrir las puertas de varios mercados.

Según (Rosario, 2015) “ La investigación tiene como título caracterización del estilo de liderazgo carismático en las micros y pequeñas empresas del sector comercio-rubro ventas al por menor de artículos de joyería en el distrito de Huaraz,2015; así mismo el objetivo general es describir las principales características del estilo del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del sector comercio. Rubro venta por menor de artículos de joyería en el distrito de Huaraz,2015”.

Los objetivos específicos son:

- ✓ Determinar las principales características de los gerentes en las micro pequeñas empresas, rubro venta al por menor de artículos de joyería en el distrito de Huaraz.
- ✓ Determinar las principales características del estilo del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de artículos de joyería en el distrito de Huaraz.

Metodología

Según (Rosario, 2015), “El tipo de investigación fue descriptiva porque se relató las características que están ocurriendo dentro de la organización, tanto en los gerentes como en sus colaboradores en base al liderazgo carismático en las joyerías del distrito del Huaraz en el 2014”.

Conclusiones

Según (Rosario, 2015) “Las principales características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta al por menor de artículos de joyería en el distrito de Huaraz, son las siguientes: los gerentes no muestran sus aptitudes de ética, valor y carisma a los colaboradores; siendo sí que los colaboradores no confíen en el gerente. Por lo que se observa que existe un deficiente liderazgo visionario en las MYPE estudiadas debido a que prevalece gran preocupación por los colaboradores”.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Liderazgo

Según (Brian, 2014) el liderazgo es la capacidad de conseguir seguidores. Hoy, el liderazgo que proviene de la posición, del dinero o de la autoridad (lo que se llama liderazgo atribuido) tiene una vida corta. La única clase de liderazgo que perdura es aquel en donde la gente decide que van seguir la dirección, la guía y la visión de otra persona. En otras palabras, es la forma voluntaria de seguimiento lo que marca a nuestros mejores líderes de hoy.

Existe una necesidad de liderazgo en nuestra sociedad. existe la necesidad de liderazgo en nuestros hogares, en nuestras organizaciones y negocio, en nuestras asociaciones públicas y privadas y en nuestro gobierno. Necesitamos el liderazgo más que nunca antes. Y especialmente necesitamos un liderazgo que nos conduzca hacia el futuro. Necesitamos gente que tenga visión y valentía, gente con la capacidad de surcar nuevos mares y abrir nuevos caminos.

Necesitamos dos tipos de líderes. El primer tipo es el más importante o fundamental: el líder transaccional. Este líder es la persona que hace que las cosas se hagan con y a través de los demás.

El segundo tipo de líder que necesitamos es el líder transformacional. Este es el que abre caminos. Es el líder visionario. Es el líder que motiva, levanta, inspira y empodera a la gente para que responda en niveles que van más allá de cualquier cosa que hayan hecho antes.

2.2.2. Liderazgo transformacional

2.2.2.1. El liderazgo transformacional desde su origen

De manera general puede establecerse que el liderazgo transformacional tiene su inicio con el bautizo bajo ese nombre en el trabajo de (Burns MacGregor, 1978), quien da lugar a que años después tome forma todo un movimiento (investigaciones, artículos , libros , consultoría) alrededor del liderazgo transformacional .trabajos posteriores como los de (Bass, 1985), (Tichy y Devanna, 1986), (Bennis y Nanus, 1985) y (Bass, 1997),dan lugar a que este modelo en la actualidad , tenga un fuerte sustento conceptual y una amplia perspectiva sobre sus implicaciones organizacionales .

La década de los ochenta en la génesis de concepto con uso organizacional y se convierte en un periodo de gran producción intelectual alrededor de publicaciones, las cuales incentivan la adopción del liderazgo transformacional. El trabajo de (Bass, 1985)es piedra angular para escritos posteriores sobre el liderazgo transformacional. Se ha establecido que los escritores de (Bass, 1985) y de (Tichy y Devanna, 1986) resultan ser una extensión del planteamiento de (Burns

MacGregor, 1978); sin embargo, ellos se presentan bajo un enfoque diferente. (Bass, 1985) hace una elaboración de los conceptos de liderazgo transaccional y transformacional introducidos por (Burns MacGregor, 1978) y efectúa dos cosas básicas: desarrollando el concepto propiamente y las dimensiones de dichos estilos.

Se debe recordar que Bernard Bass es un historiador y cuentista político y su planteamiento sobre el liderazgo lo origina en los trabajos biográficos que realiza sobre líderes políticos norteamericanos, incluidos presidentes de los estados unidos.

Por su parte (Tichy y Devanna, 1986), “crean una elaboración conceptual a ser desarrollado y corroborado en forma empírica, esto genera su modelo desde la perspectiva del cambio en las organizaciones, de modo que proponen cuales serían las características del liderazgo transformacional aplicables en cada etapa del proceso de cambio”

Tabla 1. definiciones de liderazgo transformacional

Autor	Definición
(Burns MacGregor, 1978)	“Proceso de perseguir metas colectivas a través de la integración mutua de los motivos bases de líderes y seguidores hacia el logro de cambios buscados”.
(Bennis y Nanus, 1985)	“El liderazgo transformacional ocurre cuando los líderes y los seguidores levantan uno a otro hacia altos niveles de motivación”.
(Bass, 1987)	“El liderazgo transformacional motiva a los seguidores a

	trabajar las metas trascendentales y altos niveles de auto-actualizar las necesidades en lugar de trabajar a través de un simple intercambio de relaciones”.
(Yukl, 1989)	“Proceso de influir en importantes cambios en las actitudes y los supuestos de los miembros de una organización y lograr compromiso con la misión los objetivos y las estrategias de la organización”.
(Bass, 1990)	“Un desempeño de liderazgo superior que ocurre cuando los líderes amplían y elevan el interés de los empleados, cuando generan conciencia y aceptación del propósito y misión el grupo; también cuando ellos avivan a sus empleados para ver más allá de sus propios intereses por el bien del grupo”.

Según (Palomo, 2008) Bass y Avolio, el líder transformacional “es una extensión del líder transaccional”, o del liderazgo a través de recompensas o castigos. Además, según estos autores, los líderes transformacionales pueden actuar tanto de forma transformacional como de forma transaccional, pero no ocurre lo mismo en el caso de los transaccionales. Ahora bien, el líder transformacional no es el opuesto al líder transaccional, es un líder transaccional mejorado.

Kouzes (1997) considera que los líderes transformacionales inspiran a otros a superarse; proporcionan reconocimiento individual; estimulan a buscar nuevas alternativas o formas de pensar; facilitan la identificación o subordinación de sus propios intereses a los objetivos del grupo.

Dimensiones del liderazgo transformacional

- ✓ Carismático: Destacan por tener una visión clara, ganarse el respeto y la confianza, dar seguridad; y provocar identificación y compromiso de sus colaboradores.
- ✓ Consideración individualizada: Prestan atención a cada uno de sus colaboradores de forma individual y personal, y les otorgan responsabilidades diferentes.
- ✓ Estimulación intelectual: Anima, estimula y propicia la innovación y creatividad de sus colaboradores para la solución de problemas y los planeamientos de estrategias.
- ✓ Liderazgo inspiracional: Dan ánimo y generan entusiasmo mediante la generación de altas expectativas, modificando actitudes y comportamientos.

Importancia de los factores transformacionales es el carisma, al que en los últimos años se viene denominando influencia idealizada (Avolio y Bass). Este factor hace referencia a la capacidad del líder de evocar una visión y lograr la confianza y el respeto de sus seguidores, está estrechamente relacionado con el compromiso emocional de los colaboradores. El segundo factor es inspiración (o motivación inspiracional), que se define como la capacidad del líder de comunicar su visión y generar pasión y entusiasmo hacia la misma. El tercer factor transformacional es la estimulación intelectual o capacidad del líder para hacer que sus colaboradores piensen de manera creativa e innovadora bien situaciones problemáticas o de mejora o bien para la elaboración de estrategias. Y finalmente, el cuarto es el de consideración individualizada que señalaría la capacidad del líder para prestar

atención personal a todos los miembros de su equipo, haciéndoles ver que su contribución individual es importante, además gestiona de forma personalizada teniendo en cuenta las diferencias individuales y las necesidades y expectativas de cada uno.

Características del líder transformacional

El líder transformacional destaca por las siguientes características:

- ✓ **Interactividad.** Hackman y Jonhson (1991) también sugieren que un líder interactivo consigue mejores resultados que otro que no lo es. Si el líder quiere conocer las necesidades de sus colaboradores, deberá tener una postura de abierta participación y de comunicación con los mismo.

Un líder transformacional efectivo debe tener competencias en comunicación, así como saber comprender y adaptarse a los distintos niveles sociales de su organización.

- ✓ **Visión.** Un líder efectivo comunica y hace partícipes a sus colaboradores de la visión; puede que esta sea la característica más importante de un líder transformacional.
- ✓ **Pasión.** El líder transformacional tiene que demostrar pasión con su misión y con las personas. La pasión es esencial por los grandes cometidos; sin pasión la dirección y la visión son muy efímeras.
- ✓ **Ética.** Los líderes transformacionales deben ser éticos en cualquiera de las situaciones a las que se ven sometidos. Sus niveles de moralidad, tanto a la hora de conseguir los objetivos como a la hora de tomar decisiones, han de ser muy elevados, especialmente cuando repercute en las personas.

- ✓ Prestigio. La imagen y el prestigio que tienen sus colaboradores de él es muy positiva. Esto se produce como consecuencia de la credibilidad e integridad demostrando con sus acciones, así como por saber transmitir entusiasmo y por dar confianza a sus colaboradores.
- ✓ Orientación hacia las personas. Considera importante las diferencias individuales, por supuesto, actúa en consecuencia, preocupándose por conocer las necesidades y objetivos individuales de sus colaboradores. Su misión es aunar los objetivos individuales de cada colaborador. Su misión en aunar los objetivos individuales de cada colaborador con los objetivos organizacionales.
- ✓ Desarrollo de los colaboradores. Facilitar y apoyar el desarrollo de colaboradores es un objetivo clave, al que debe dedicar especial atención.

Según (Fischman, 2010) “menciona que el investigador James MacGregor Burns quien, en 1978, introdujo, inicialmente, el concepto de liderazgo transformador: se presenta cuando un líder apela a los más altos valores morales para guiar a sus seguidores hacia un propósito elevado”.

Posteriormente, (Bass, 1985) realizó otras investigaciones que concluyeron en sistematizar el concepto del líder transformador, que es el que:

- Eleva el nivel de conciencia de sus seguidores sobre la importancia del valor de metas idealizadas
- Ayuda a que los miembros de su equipo superen sus intereses personales, llevándolos a elegir una causa noble como el bienestar del equipo o el de la empresa.

A si también, (Bass, 1987) definió las cuatro acciones o prácticas que todo líder transformador debe llevar a cabo.

- Estimulación intelectual, que implica fomentar en sus empleados la creatividad y propiciar la ruptura de esquemas.
- Motivación inspiracional, que se relaciona con la capacidad del líder para comunicar visiones trascendentales que involucran a los demás.
- Consideración individual, que implica una genuina preocupación por las personas, expresada en el compromiso por motivarlas, estimularlas y propiciar su desarrollo.
- Influencia idealizada, relacionada con la habilidad para captar la admiración de sus seguidores y que estos se sientan identificados con dichos ideales. Esto implica que el líder actué en forma íntegra, lo cual genera una elevada confianza en él.

Según (Salcedos Fernández, 2018) el liderazgo transformacional tampoco es el liderazgo carismático, si bien hay quien los entiende de forma análogo. Ahora bien, si nos atenemos a lo que dice el propio Bernard Bass, vemos que ya manifestó que el carisma es un componente necesario del liderazgo transformacional, pero no suficiente. De hecho, la dependencia de un líder extraordinario que parece algo esencial al líder carismático, no tiene por qué darse en el líder transformacional. Los líderes transformacionales hacen cosas que redundan más en delegar poder en los seguidores, que en promocionar su propio brillo. Buscando que sus empleados sean menos dependientes de ellos, y que potencien su autoconfianza. Mientras que los líderes carismáticos hacen más cosas para favorecer una imagen de competencia extraordinaria, como la

realización de conductas poco convencionales y la aceptación de riesgos personales.

2.2.2.2. Qué es el liderazgo transformacional

Según (Salcedos Fernández, 2018) los líderes transformacionales, además de no perder de vista los resultados a conseguir, se ocupan de alinear el interés del subordinado con el de la organización, creando unas condiciones de trabajo atractivas para sus trabajadores. Abonan el terreno para que sus trabajadores den lo mejor de sí. ¿cómo? Sus cualidades más importantes son, además de las de saber negociar y controlar los resultados, la capacidad de crear una visión atractivas para su gente y comunicarla de manera rotunda e ilusionante.

2.2.2.3. Efectos del liderazgo transformacional

Según (Lussier y Achua, 2011), “mientras las organizaciones continúan enfrentando los desafíos globales, la necesidad de líderes que puedan crear e implementar en forma exitosa estrategias intrépidas que transformen o alineen las fortalezas y debilidades de la organización con oportunidades en surgimiento y amenazas es mayor que nunca. La creciente volatilidad y la incertidumbre en el entorno externo es considerado como uno de los factores que contribuyen al auge de un liderazgo transformacional”.

Según (Lussier y Achua, 2011) “Este describe un proceso de influencia positiva que cambian y transforma a los individuos, organizaciones y comunidades. Los estudios de investigación en forma consistente revelaron que el liderazgo transformacional está relacionado en forma positiva con el individuo, el grupo y el desempeño organizacional”.

A nivel individual, los líderes transformacionales influyen en sus miembros para hacer el cambio del enfoque en los intereses personales a uno en los intereses colectivos. Los líderes transformacionales entienden la importancia de la construcción de confianza como medio para crear un firme compromiso con los resultados orientados a la misión. Los líderes transformacionales efectivos utilizan su carisma y poder para inspirar y motivar a los seguidores a que confíen en ellos y emulen su ejemplo. Generan emoción y energía al enfocarse en el futuro.

2.2.2.4. Liderazgo carismático frente al liderazgo transformacional

Según (Lussier y Achua, 2011), Algunos autores no hacen distinción entre el líder carismático y el transformacional y prefieren combinarlo en una teoría. Se refieren a las dos teorías como del carisma porque este es un concepto central en ambos, ya sea en forma explícita o implícita. Otros han conceptualizado el carisma como uno de varios atributos que pueden definir al líder transformacional. Las demás características incluyen honestidad, optimismo, habilidades de comunicación, confianza y consideración. Agrega otra dimensión de rasgos del comportamiento del líder. El carisma es considerado como sólo uno de una colección de atributos que pueden explicar el comportamiento del liderazgo transformacional. Pero el carisma es de naturaleza relacional. No es algo que se encuentre nada más en el líder como un fenómeno psicológico, ni es totalmente determinado en forma situacional. En lugar de ello, el carisma se manifiesta a sí mismo como la interacción entre el líder (sus rasgos y conductas) y el seguidor (sus valores, necesidades, percepciones y creencias).

Hay un acuerdo general de que los líderes carismáticos por naturaleza son transformacionales, pero no todos los líderes transformacionales alcanzan sus resultados de transformación mediante los efectos carismáticos de sus personalidades. Con base en este punto de vista, algunos líderes transformacionales que carecen de carisma pueden aun ser capaces de influir e inspirar a los demás al satisfacer las necesidades emocionales de sus seguidores por medio de una consideración individualizada o pueden estimular de manera intelectual a sus seguidores mediante la justificación de la necesidad del cambio, la participación de los seguidores mediante la justificación de la necesidad del cambio, la participación de los seguidores en posibles soluciones y la pasión de lograr la solución. Un líder prominente que viene a la mente es Bill Gates. Muchos estarán de acuerdo en que definitivamente es un líder transformacional, pero pocos lo etiquetarían como un líder carismático.

Según (Lussier y Achua, 2011), “Los líderes transformacionales buscan transformar o cambiar los valores básicos, creencias y actitudes de los seguidores para que estén dispuestos a desempeñarse más allá de los niveles mínimos especificados por la organización. Los líderes transformacionales son similares a los carismáticos en cuanto a que pueden articular una visión atractiva del futuro e influir en los seguidores al despertar intensas emociones como respaldo de la visión”.

a) Despertar intensas emociones como respaldo de la visión.

Los líderes transformacionales pueden surgir de distintos niveles de la organización. Por tanto, una organización puede contar con numerosos líderes transformacionales. En contraste, los líderes carismáticos son

escasos en número. Es más probable que los líderes carismáticos emerjan en el trance de una crisis, cuando una organización está en turbulencia debido al sistema de valores y creencias en conflicto.

2.2.2.5. Conductas y atributos del líder transformacional

Según (Lussier y Achua, 2011), “todavía queda mucho por aprender acerca del liderazgo transformacional, hay suficiente consenso de los varios años de investigación para sugerir que hay conductas comunes asociadas con los líderes transformacionales. Al igual que los líderes carismáticos, el liderazgo transformacional eficaz requiere de la capacidad para iniciar el cambio y desafiar el estado de las cosas, reconocer las oportunidades para la organización, así como para los demás, tomar riesgos y alentar a los demás a hacer lo mismo. El liderazgo transformacional requiere de la capacidad para inspirar en forma eficaz una visión compartida. Dichos líderes congregan a los demás alrededor de un sueño en común y son adeptos a visualizar el futuro enlistar a los demás a considerar y moverse hacia la visión. Deben ser capaces de modelar la forma; es decir, poner el ejemplo del compromiso con la visión y los valores compartidos”.

Según (Lussier y Achua, 2011) “Bass y Avilio propusieron que el liderazgo transformacional se compone de cuatro dimensiones del comportamiento y se refirieron a ellas como las cuatro: influencia idealizada, motivación inspiradora, consideración individual y estimulación intelectual. Las cuatro han sido utilizadas en otras disciplinas y culturas para explicar la relación transformacional entre líder y seguidor”.

- Aunque no se requiere para ser un líder transformacional exitoso, la influencia idealizada (carisma) es aún un factor fundamental en el proceso transformacional. Los líderes transformacionales con carisma poseen la capacidad para desarrollar gran poder simbólico que entonces se utiliza para influir en los seguidores. Estos últimos idealizan a dicho líder y con frecuencia desarrollan un intenso apego emocional.
- Según (Lussier y Achua, 2011) “El siguiente atributo asociado con el carisma es una motivación inspiradora. Los líderes transformacionales tienden a ser también individuos inspiradores. La inspiración describe la forma en que el líder comunica de manera apasionada una meta o situación idealista futuras que sea una mejor opción para el estado de las cosas y que pueda ser compartida. El líder transformacional emplea explicaciones visionarias para describir lo que puede lograr el grupo de trabajo. Luego, los seguidores emocionados son motivados para lograr los objetivos organizacionales”.
- Según (Lussier y Achua, 2011) “El tercer atributo, la consideración individual, es un factor que revela el rol de mentor que con frecuencia se asume por los líderes transformacionales. El líder sirve como mentor para los seguidores. trata a los seguidores como individuos y utiliza la orientación de desarrollo que responde a las necesidades y preocupaciones de los seguidores”.
- Según (Lussier y Achua, 2011) “Por último, la estimulación intelectual describe el estilo de pensamiento creativo y fuera del esquema del líder. Él o ella alientan a los seguidores a abordar los problemas viejos y familiares

de formas inéditas. Al estimular las pautas de pensamiento novedosos en los empleados, el líder inspira a los seguidores a cuestionar sus propias creencias y aprender a resolver los problemas en forma creativa por ellos mismos”.

Según (Lussier y Achua, 2011), “los líderes transformacionales entienden que, a fin de hacer que los seguidores contribuyan por completo al proceso de transformación, tienen que fortalecer la toma de decisiones y ofrecer respaldo para hacer las cosas, alentar la creatividad, desafiara los seguidores a repensar las antiguas formas de hacer las cosas y a reexaminar los viejos supuestos, fomentar la colaboración y motivar y reforzar el comportamiento positivo (así como señalar y reconocer los logros de los demás y celebrar los pequeños triunfos).Su efecto carismático suavizo las posturas más extremas de las personas acaudaladas y pobres y les alineó en la búsqueda de una causa común constructiva. En resumen, los líderes transformacionales”.

- ✓ Se considera a sí mismo como agentes del cambio.
- ✓ Son visionarios que gozan de un alto nivel de confianza en su intuición.
- ✓ Asumen riesgos, pero no son imprudentes.
- ✓ Son capaces de articular con conjunto de valores centrales que tiende a guiar su propio comportamiento.
- ✓ Son flexibles y abiertos al aprendizaje de la experiencia.

2.2.2.6. Proceso de transformación

Según (Lussier y Achua, 2011), “por lo general se lleva a líderes transformacionales a una organización que experimenta una crisis o que se aproxima a un colapso total, para instituir estrategias de cambio completo que puedan rescatar a la organización. Esto con frecuencia incluye cambios fundamentales en las acciones, pensamientos y ética laborales de los seguidores para lograr resultados profundos y positivos. Hay cierto acuerdo entre los teóricos y los practicantes de que ciertas actividades de liderazgo transformacional son necesarias para una transformación exitosa, las preguntas clave utilizadas con frecuencia para resaltar dichas prácticas incluye la capacidad del líder transformacional son : desafiar el estado de las cosas y presentar un caso conveniente para el cambio, inspirar una visión compartida para el futuro , proporcionar un liderazgo eficaz durante la transición y hacer que el cambio sea una parte permanente e institucionalizada de la organización”.

2.2.2.7. Seudoliderazgo transformador

Según (Fischman, 2010) existen verdaderos líderes y seudolíderes. Infortunadamente, ambos logran objetivos, pero existen marcadas diferencias:

- Los verdaderos líderes centran sus acciones en principios universales; los seudolíderes se basan en sus propios “valores”
- Los verdaderos líderes sacan lo mejor de la gente, en cambio, los seudolíderes sacan lo peor
- El verdadero líder dice lo que los seguidores necesitan oír; por su parte, un seudolíder dice lo que los seguidores quieren oír

- Un verdadero líder fomenta la independencia entregando el poder; el seudolíder simula la entrega de poder, pero en realidad, busca perpetuar la dependencia
- Un verdadero líder se centra en intereses comunes; el seudolíder se centra en sus propios intereses.

2.2.2.8. Estimulación intelectual

Según (Fischman, 2010) “sobre este tema, Bass menciona lo siguiente “los líderes transformacionales estimulan el esfuerzo de sus seguidores para ser más creativos e innovadores , ayudándolos a cuestionar supuestos, replanteando problemas y aproximando viejas situaciones con nuevas perspectivas”.

2.2.2.9. Motivación inspiracional

Según (Fischman, 2010) Una vez que nuestros seguidores y nosotros hemos conseguido romper las normas establecidas y desarrollar algo nuevo, es necesario poder transformarlo en una visión inspiracional y trascendental, que podamos compartir. Según Bass, la práctica de motivación inspiracional involucra lo siguiente: “Inspirar a los seguidores, retándolos y proporcionando sentido y significado en su trabajo. Fomentar un sentido de equipo, entusiasmo y optimismo. Los líderes involucran a sus seguidores en diseñar el futuro y les comunican claramente sus expectativas. Los líderes demuestran un claro compromiso con las metas trazadas y la visión compartida.

Por otro lado, la motivación inspiracional no solo se refiere a la visión corporativa. Recuerde que, permanentemente, debemos liderar, innovar y romper con lo establecido. Para cada proyecto o servicio innovador, o simplemente para

la optimización de un proceso, el líder debe plantear con claridad una visión inspiracional.

2.2.2.10. El porqué de tener una visión

La visión es muy usada por el marketing como estrategia competitiva y de liderazgo. Se muestra en las presentaciones corporativas, pero los empleados no la tienen interiorizada. Los principales motivos para tener una visión interiorizada en la empresa son:

- ✓ Establece una dirección y alinea los esfuerzos de las personas hacia ella, imagínense perdido en medio del desierto, sabiéndose cerca al amar, anhelando llegar, pero sin saber qué dirección tomar. Camina errante, ninguna dirección lo convence. Se frustra y angustia, el calor y la sed lo agotan, hasta que ve una loma. Sube y logra divisar, finalmente, el mar. Ahora ya sabe qué dirección tomar. Lo mismo ocurre con muchos ejecutivos: se encuentran en medio del “desierto” de los mercados, angustiados por la crisis y los problemas, sin saber hacia dónde encaminar sus esfuerzos.
- ✓ Motiva e inspira a los ejecutivos. Lo que verdaderamente entusiasma al ser humano es dejar huella, trascender y contribuir. Una buena visión contiene ideales a los cuales aspirar y tiene un carácter trascendental, pues contribuye a lograr una causa importante lemas como: “mejorar la calidad de vida de nuestros pacientes”. Pero el verdadero motivo rara vez se percibe en las empresas durante el día a día, debido a que los ejecutivos están demasiado estresados por la competencia, por cumplir sus metas y

por bajar los costos. La ventaja de una visión compartida por toda la organización es que hace más presente el motivador de la trascendencia, recordándoles a los ejecutivos la razón real de entregarse ciento por ciento al trabajo

III. HIPÓTESIS

Según el autor (Arias, 2012) “los estudios descriptivo miden de forma independiente las variables y aun cuando no se formulen hipótesis, tales variables aparecen enunciado en los objetivos de investigación por ser de nivel descriptivo no contiene hipótesis”

IV. METODOLOGIA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental ya que trabaja sobre las realidades del hecho, su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta.

Según el autor (Arias, 2012) El diseño de investigación es no experimental debido a que la información recolectada se da una manera única en un solo momento en el cual se detallara las variables con las dimensiones.

4.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación será aplicado con enfoque cuantitativo teniendo en cuenta que los resultados de la problemática serán de manera numérica y expresada gráficamente.

4.3. Nivel de investigación

El nivel de investigación será descriptivo ya que pretende analizar, evaluar e interpretar todo ello para resolver el problema planteado en las micro y pequeñas empresas dedicados a la comercialización de ropa para bebés.

Según (Arias, 2012) los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables y aun cuando no se formulen hipótesis, la variable aparece en el enunciado del objetivo de investigación.

4.4. Población y muestra

4.4.1. Población

La población está constituida por 24 propietarios del rubro comercialización de ropa para bebés en el distrito de Ayacucho, 2018. Los cuestionarios serán dirigidos a los empresarios de la micro y pequeñas empresas de comercialización de ropa para bebés en el distrito de Ayacucho.

4.4.2. Muestra

Según el autor (Hernández, 2009) por ahora, lo que debe comprenderse es que el tamaño de muestra será lo mismo que la población siempre en cuando sea menor a 50.

En tal sentido la muestra para la investigación será de 24 propietarios del rubro comercialización de ropa para bebés del distrito de Ayacucho.

4.5. Técnicas e instrumentos de la investigación

Las principales técnicas que se utilizaron en la investigación son las siguientes:

Encuesta

Análisis documental

4.6. Plan de análisis

La técnica de instrumento utilizada es la encuesta que se realizó a los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropa para bebés fueron elaborados en el programa Microsoft Excel haciendo uso de fórmulas elaboradas las figuras para su respectivo procesamiento, con la finalidad de estimar el comportamiento de la variable.

4.7. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL	Según (Lusier, 2011) el liderazgo transformacional se compone de cuatro dimensiones del comportamiento y son: influencia idealizada, motivación inspiradora, consideración individual y estimulación intelectual.	Líder carismático	Agradable personalidad	¿Usted considera que la agradable personalidad es esencial para lograr el carisma como líder?
			Ganarse el respeto	¿Usted considera que ganarse el respeto es fundamental para ser un buen líder?
			Compromiso de sus colaboradores	¿Usted considera que lograr el compromiso con sus colaboradores es característica esencial de todo líder?
			Tolerancia en la adversidad	¿Usted considera que las adversidades son parte del aprendizaje en la formación como líder?
		Consideración individualizada	Prestar atención a los colaboradores	¿Usted considera esencial prestar atención a los colaboradores?
			Otorgar responsabilidades	¿Usted considera que otorgar responsabilidades es una característica del líder?
			Manejo de la empatía	¿Usted considera que entender a los colaboradores es esencial para lograr mayor confianza hacia el líder?
		Estimulación intelectual	Animar	¿Usted considera esencial que es bueno animar permanentemente a sus colaboradores?
			Recompensas	¿Usted considera esencial brindar recompensas por el trabajo bien hecho?
			Ideas innovadoras	¿Usted considera esencial que sus colaboradores compartan ideas innovadoras?
		Motivación inspiradora	Establecimiento de visión	Ud. Tiene una visión inspiradora de su empresa Ud. Comparte esa visión con sus colaboradores?
			Establecimiento de metas	Ud. trabaja con metas de largo, mediano y corto plazo
			Optimismo en actividades	Ud. Considera que el optimismo es un factor a tomar en cuenta cuando se desarrollan las actividades en la empresa
Decisiones para el bienestar	Ud. Siente que en las decisiones que toma está logrando el bienestar de sus colaboradores?			

4.8. Matriz de consistencia

Título: Liderazgo transformacional en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018.

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cuáles son las características del liderazgo transformacional en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Conocer las características del liderazgo transformacional en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Describir las características del líder carismático en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018. ❖ Describir las características de la consideración individualizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018. ❖ Describir las características de la estimulación intelectual en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018. ❖ Describir las características de la motivación inspiradora en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018. 	<p>HIPÓTESIS En este nivel de investigación según el autor (Arias, 2012) no hay hipótesis por ser de nivel descriptivo.</p>	<p>LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL</p>	<p>Líder carismático</p> <p>Consideración individualizada</p> <p>Estimulación intelectual</p> <p>Motivación inspiradora</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ganarse el respeto • Compromiso de sus trabajadores • Agradable personalidad • Tolerancia en la adversidad <ul style="list-style-type: none"> • Prestar atención al personal • Desarrollo del personal • Manejo de la empatía <ul style="list-style-type: none"> • Animar • Recompensas • Ideas innovadoras <ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de visión • Establecimiento de metas • Optimismo en actividades • Decisiones para el bienestar 	<p>Diseño No experimental de corte transversal</p> <p>Nivel de investigación Investigación descriptiva</p> <p>Tipo de investigación Aplicada con enfoque cuantitativo</p> <p>Población Conformado por 24 propietarios de empresas comercializadoras de ropas para bebés en el distrito Ayacucho.</p> <p>Muestra Conformado por 24 propietarios de empresas comercializadoras de ropas para bebés en el distrito Ayacucho</p>

4.9. Principios éticos

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

V.RESULTADOS

5.1. Descripción de resultados

Tabla 2. Distribución según género, distrito de Ayacucho, 2018.

Genero	Ni	%
Masculino	7	29%
Femenino	18	75%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.
Elaboración: propia

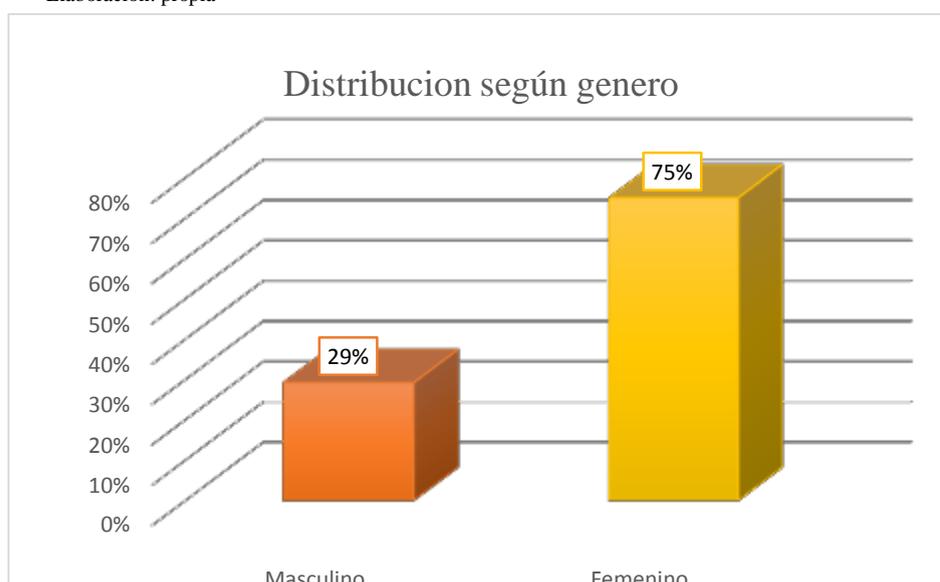


Figura 1. Distribución según género, distrito de Ayacucho, 2018.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho
Elaboración: propia

Interpretación:

El resultado de la encuesta con respecto a la distribución según género corresponde en mayor porcentaje al género femenino ya que representa el 75% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas de comercialización de ropa para bebés frente a un 29% que son de género masculino.

Tabla 3. Distribución según edad, distrito de Ayacucho, 2018.

Edad	Ni	%
18 a 38 años	9	38%
33 a 47 años	13	54%
58 años a mas	2	8%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

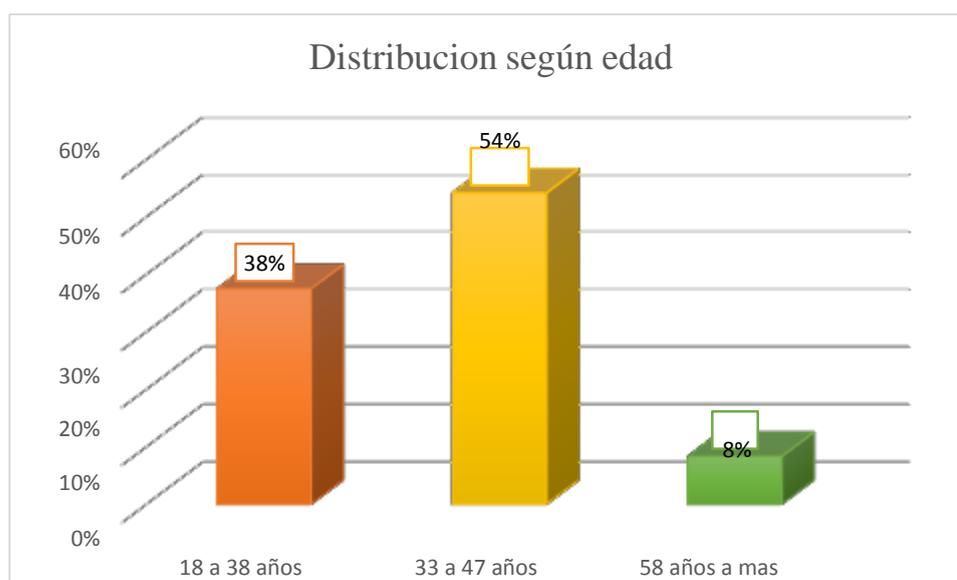


Figura 2. Distribución según edad, distrito de Ayacucho, 2018.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa el mayor porcentaje que es 54 % de los propietarios de las micro y pequeñas empresas de comercialización de ropas para bebés oscilan entre la edad de 33 a 47 años, el 38% están entre 18 a 38 años y el 8% está de 58 años a más.

Tabla 4. Distribución según estado civil, distrito de Ayacucho, 2018.

Estado civil	Ni	%
Soltero	8	33%
Casado	9	38%
Divorciado	2	8%
Otros	5	21%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.
Elaboración: propia

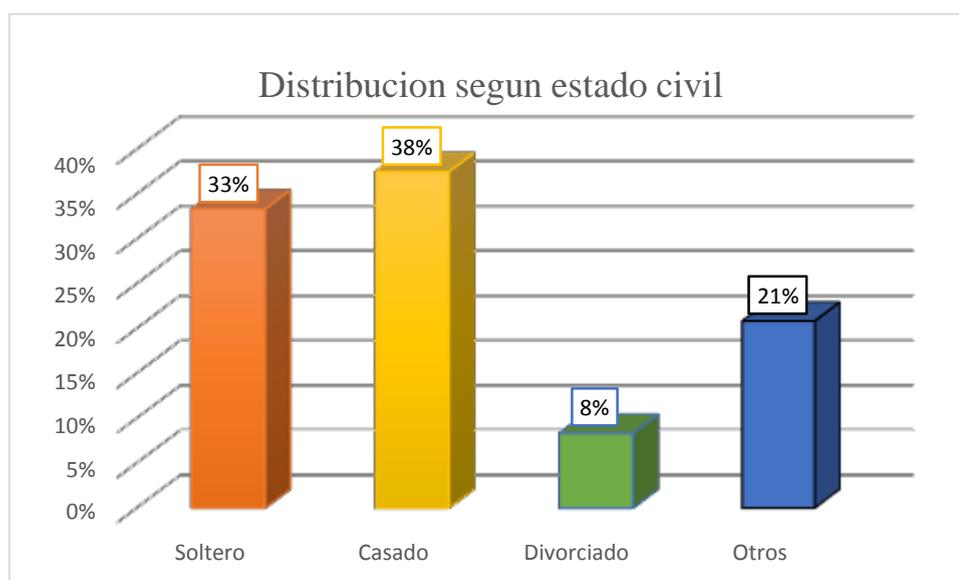


Figura 3. Distribución según estado civil, distrito de Ayacucho, 2018.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.
Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa el mayor porcentaje que es 38% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas de comercialización de ropa para bebés, son casados, el 33% son solteros(a), así mismo el 21% son de otros estados civiles y el 8% son divorciados.

Tabla 5. Grado de instrucción, distrito de Ayacucho, 2018.

Grado de Instrucción	Ni	%
Sin instrucción	0	0%
Nivel primaria	2	8%
Nivel secundario	9	38%
Nivel superior	13	54%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

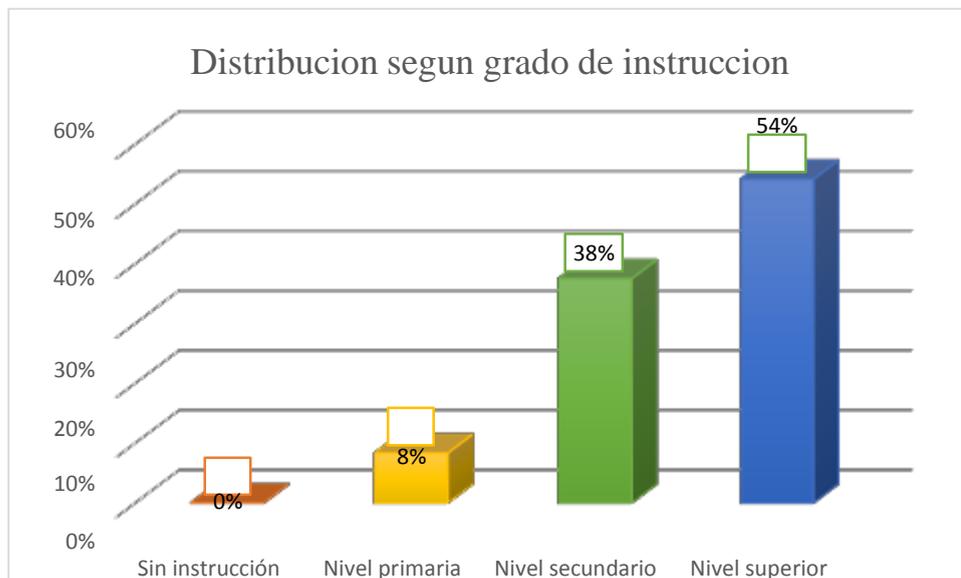


Figura 4. Grado de instrucción, distrito de Ayacucho, 2018.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa el mayor porcentaje que es 54% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas de comercialización de ropa para bebés de un nivel superior cual indica que las empresas están siendo dirigidas por personal del nivel superior.

Tabla 6. Distribución según el tiempo en el rubro, distrito Ayacucho, 2018.

Tiempo en el rubro	Ni	%
1 a 4 años	10	42%
5 a 9 años	12	50%
10 a más años	2	8%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.
Elaboración: propia

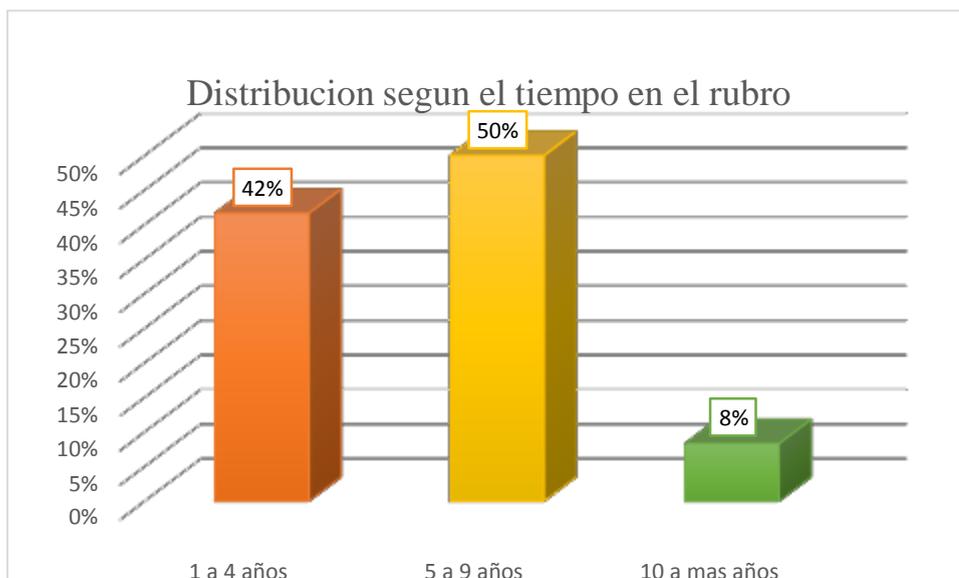


Figura 5. Distribución según el tiempo en el rubro, distrito Ayacucho, 2018.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa el mayor porcentaje que es 50% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas de comercialización de ropas para bebés vienen funcionando entre 5 a 9 años como también el 42% está funcionando entre 1 a 4 años y el 8 % de 10 años a más.

Tabla 7. Usted considera que la agradable personalidad es esencial para lograr el carisma como líder.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	92%
No	2	8%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

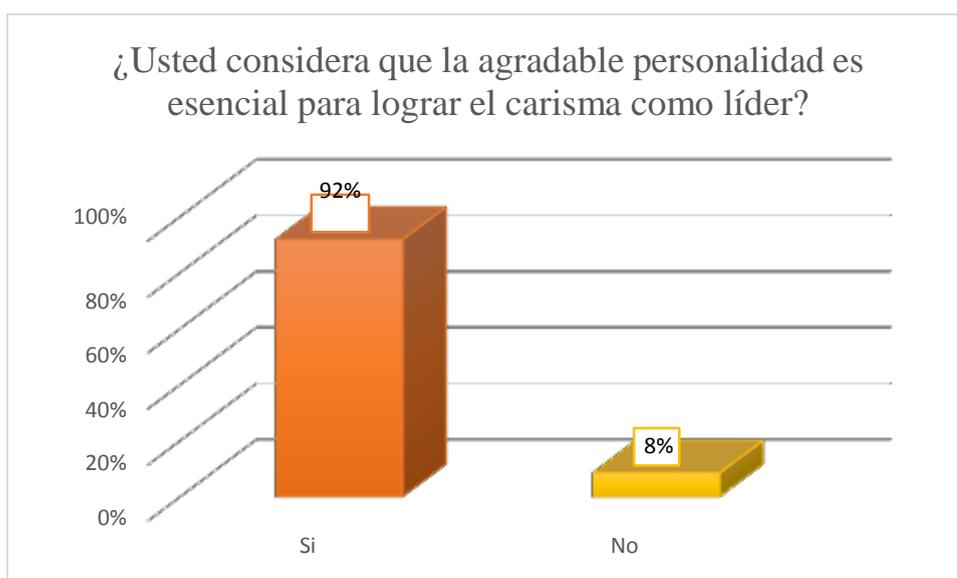


Figura 6. Usted considera que la agradable personalidad es esencial para lograr el carisma como líder.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 92% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, si consideran la agradable personalidad es esencial para lograr el carisma como líder, mientras que el 8% respondieron que no consideran que la agradable personalidad es esencial para lograr el carisma como líder.

Tabla 8. Usted considera que las adversidades son parte del aprendizaje en la formación como líder.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	96%
No	1	4%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

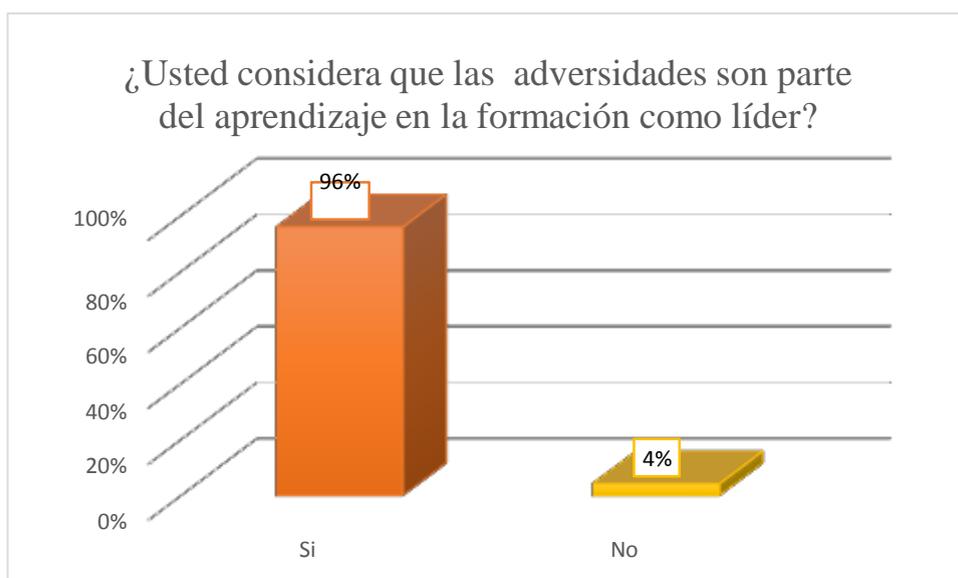


Figura 7. Usted considera que las adversidades son parte del aprendizaje en la formación como líder.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 96% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, si consideran que las adversidades son parte del aprendizaje en la formación como líder, así mismo el 4% respondieron que no.

Tabla 9. Usted considera que ganarse el respeto de los colaboradores es fundamental para ejercer como líder.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	100%
No	0	0%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.
Elaboración: propia

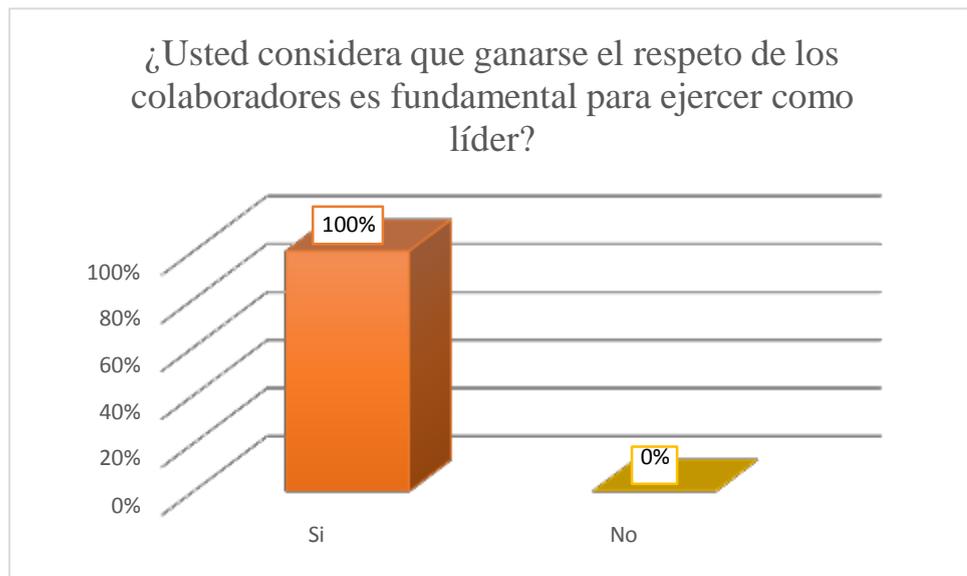


Figura 8. Usted considera que ganarse el respeto de los colaboradores es fundamental para ejercer como líder.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.
Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 100% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, si consideran que ganarse el respeto de los colaboradores es fundamental para ejercer como líder, así mismo el 0% respondieron que no.

Tabla 10. Usted considera que es importante para el líder lograr el compromiso de sus colaboradores.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	96%
No	1	4%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

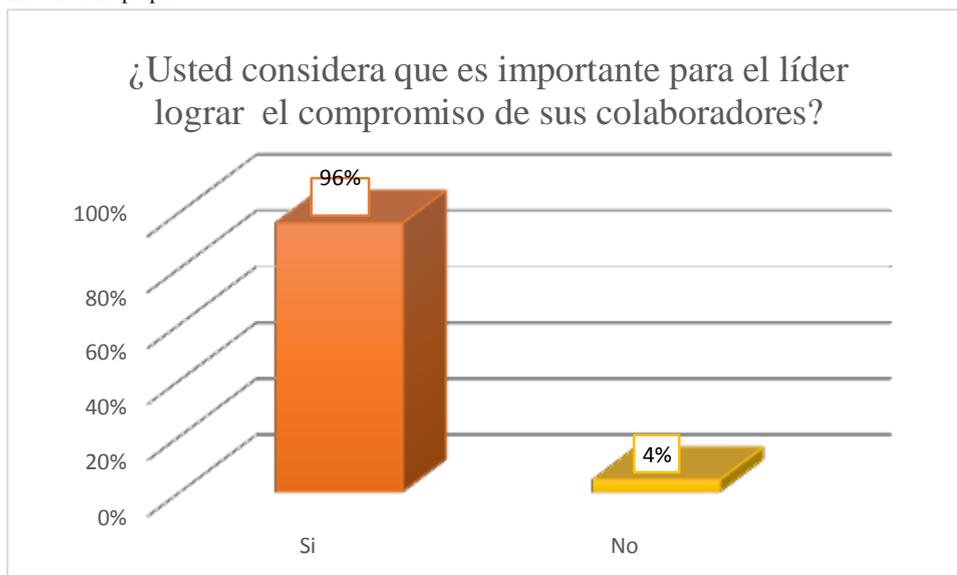


Figura 9. Usted considera que es importante para el líder lograr el compromiso de sus colaboradores.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 96% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, sí consideran que es importante para el líder lograr el compromiso de sus colaboradores, así mismo el 4% respondieron que no.

Tabla 11. Usted considera esencial prestar atención a los colaboradores.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	92%
No	2	8%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

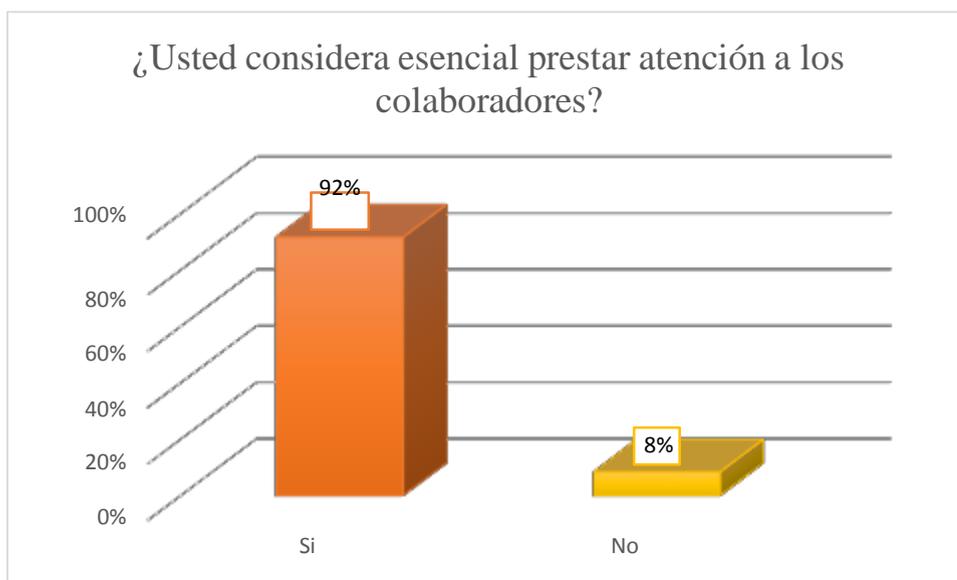


Figura 10. Usted considera esencial prestar atención a los colaboradores.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 92% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, sí consideran esencial prestar atención a los colaboradores, así mismo el 8% respondieron que no.

Tabla 12. Usted considera que entender a los colaboradores es esencial para lograr mayor confianza hacia el líder.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	88%
No	3	13%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia



Figura 11. Usted considera que entender a los colaboradores es esencial para lograr mayor confianza hacia el líder.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 88% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, sí consideran que entender a los colaboradores es esencial para lograr mayor confianza hacia el líder, así mismo el 13% respondieron que no.

Tabla 13. Usted considera que otorgar responsabilidades permite desarrollar a los colaboradores.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	79%
No	5	21%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

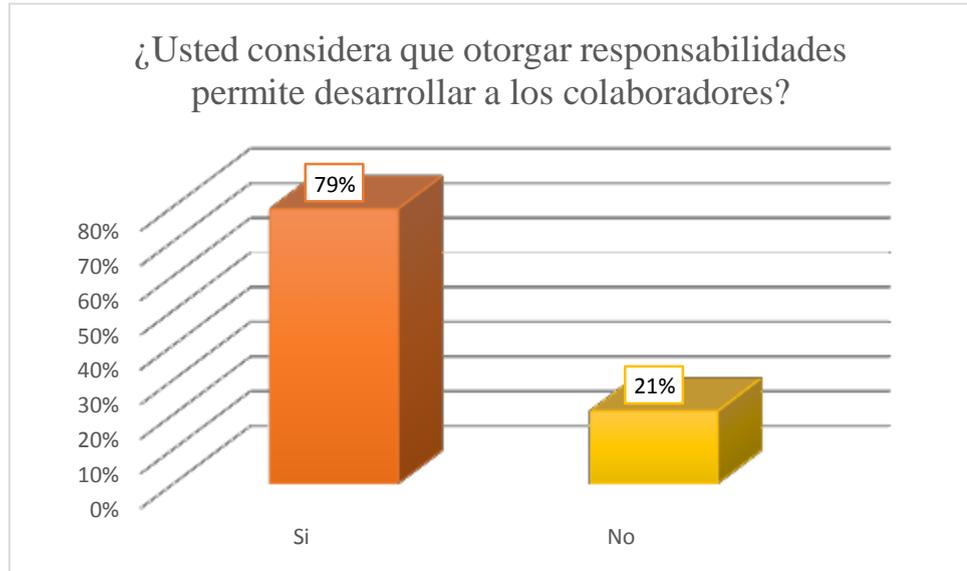


Figura 12. Usted considera que otorgar responsabilidades permite desarrollar a los colaboradores.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 79% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, sí consideran que otorgar responsabilidades permite desarrollar a los colaboradores, así mismo el 21% respondieron que no.

Tabla 14. Usted considera esencial que es bueno animar permanentemente a sus colaboradores.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	75%
No	6	25%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

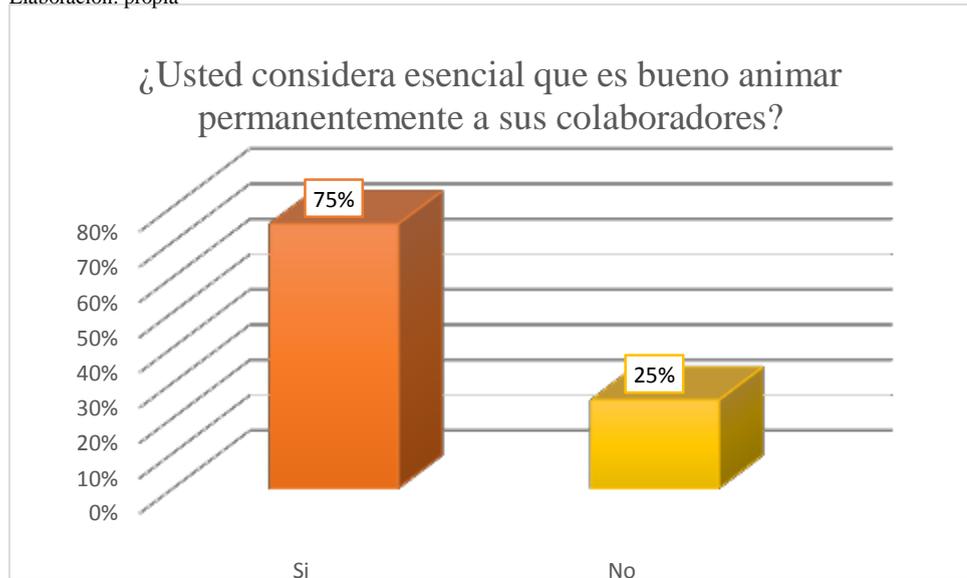


Figura 13. Usted considera esencial que es bueno animar permanentemente a sus colaboradores .

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 75% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, sí consideran esencial que es bueno animar permanentemente a sus colaboradores, así mismo el 25% respondieron que no.

Tabla 15. Usted considera esencial brindar recompensas por el trabajo bien hecho.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	92%
No	2	8%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.
Elaboración: propia

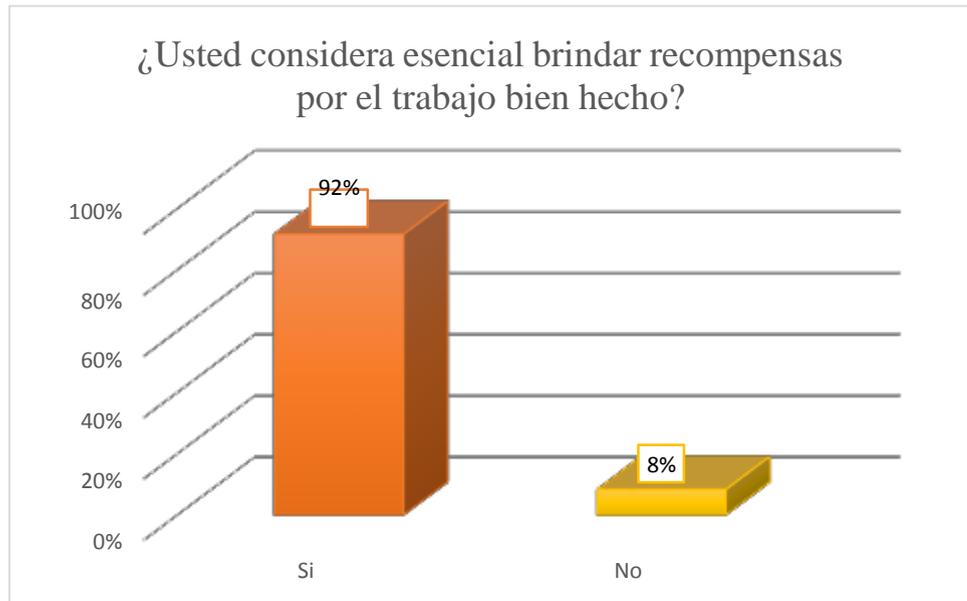


Figura 14. Usted considera esencial brindar recompensas por el trabajo bien hecho.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.
Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 92% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, sí consideran esencial brindar recompensas por el trabajo bien hecho, así mismo el 8% respondieron que no.

Tabla 16. Usted considera esencial que sus colaboradores compartan ideas innovadoras.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	96%
No	1	4%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

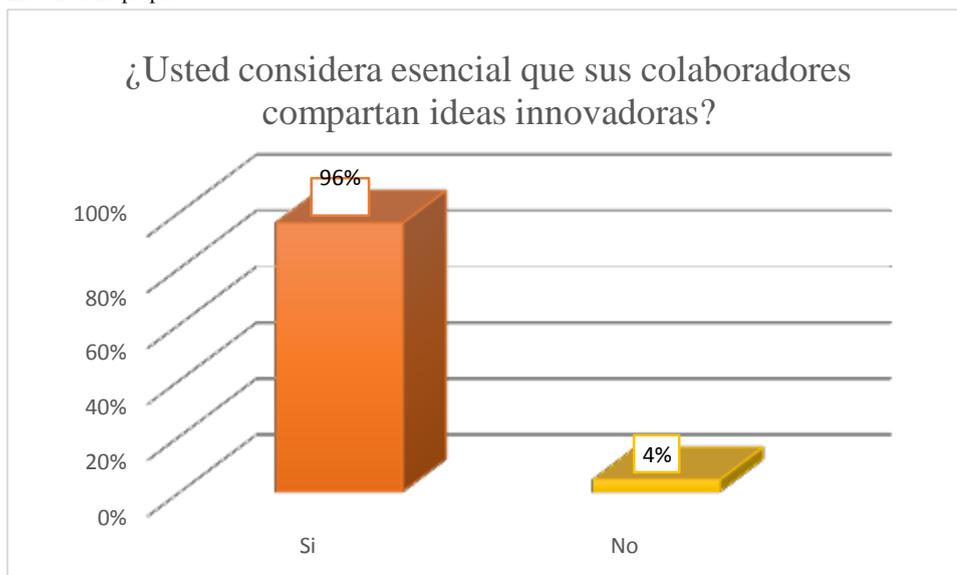


Figura 15. Usted considera esencial que sus colaboradores compartan ideas innovadoras.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 96% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, sí consideran que sus colaboradores compartan ideas innovadoras, así mismo el 4% respondieron que no.

Tabla 17. Usted tiene una visión inspiradora de su empresa.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	83%
No	4	17%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

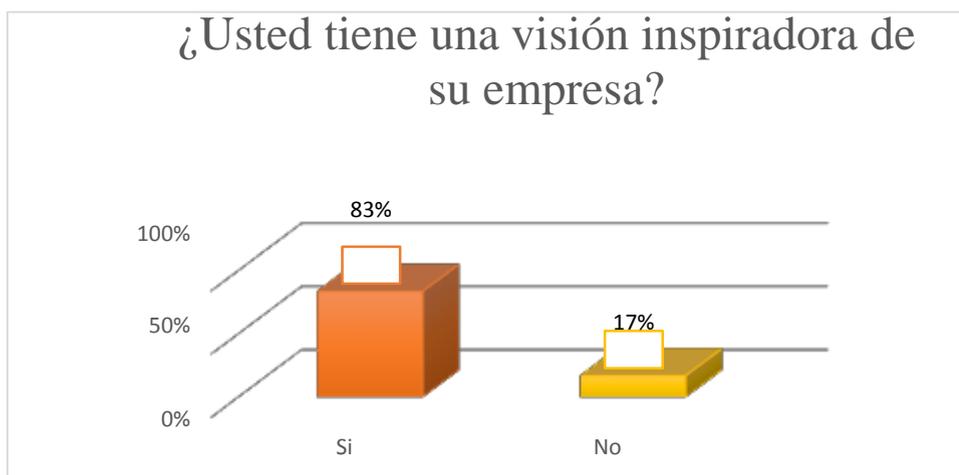


Figura 16. Usted tiene una visión inspiradora de su empresa.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 83% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, sí tienen una visión inspiradora de su empresa, así mismo el 17% respondieron que no.

Tabla 18. Usted comparte esa visión con sus colaboradores.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	79%
No	5	21%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

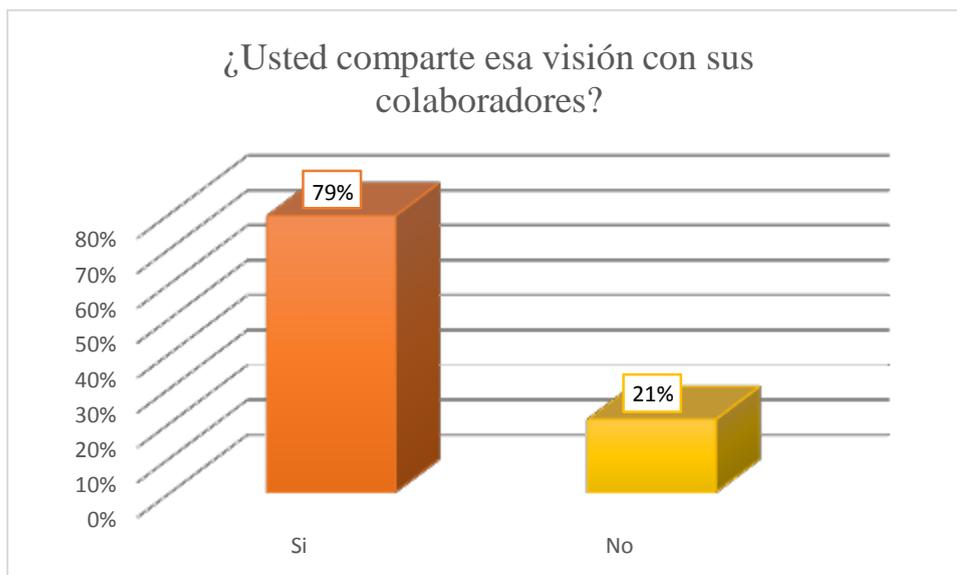


Figura 17. Usted comparte esa visión con sus colaboradores.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 79% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, sí comparten esa visión con sus colaboradores, así mismo el 21% respondieron que no.

Tabla 19. Usted trabaja con metas de largo, mediano y corto plazo.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	83%
No	4	17%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

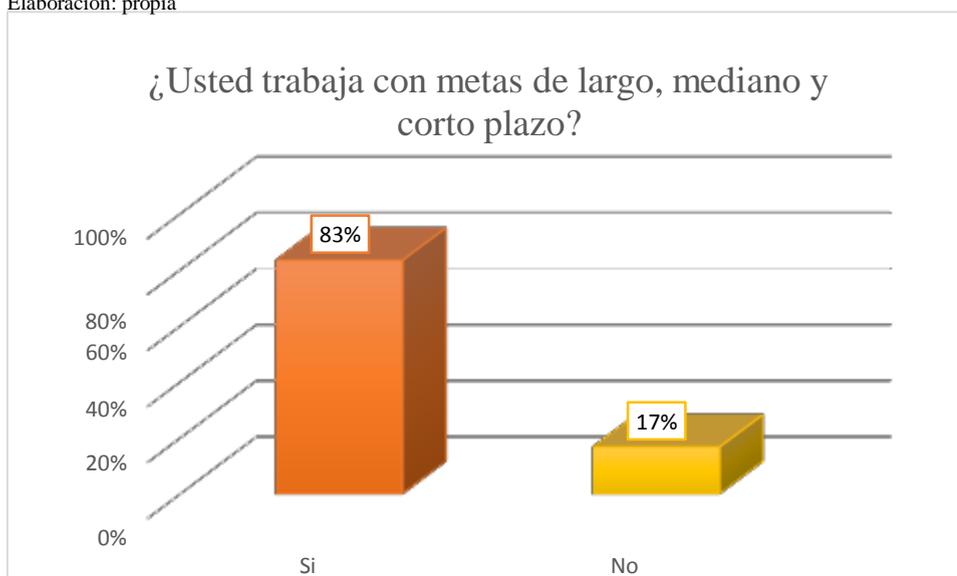


Figura 18. Usted trabaja con metas de largo, mediano y corto plazo.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 83% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, sí trabajan con metas de largo, mediano y corto plazo, así mismo el 17% respondieron que no.

Tabla 20. Usted Considera que el optimismo es un factor a tomar en cuenta cuando se desarrollan las actividades en la empresa.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	88%
No	3	13%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.
Elaboración: propia

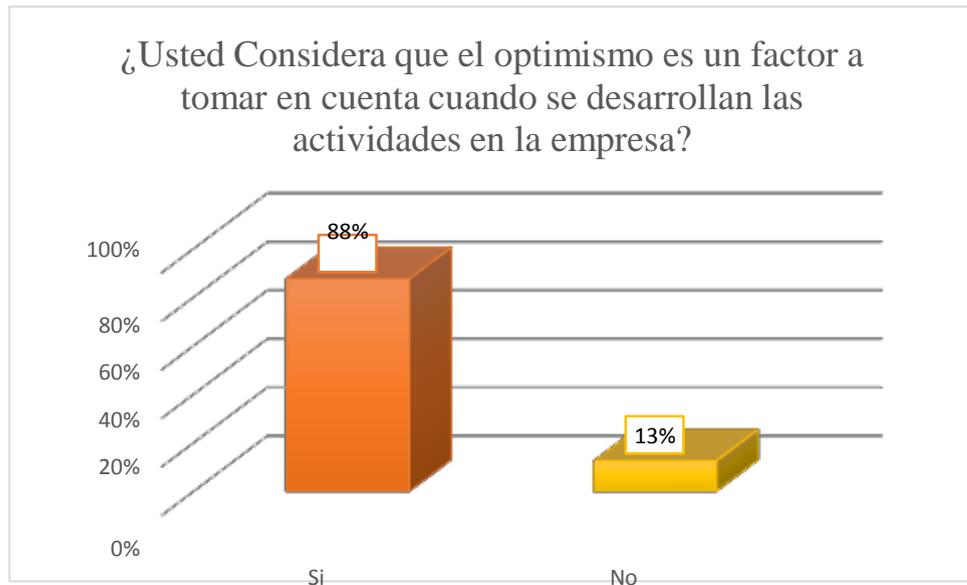


Figura 19. Usted Considera que el optimismo es un factor a tomar en cuenta cuando se desarrollan las actividades en la empresa.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.
Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 88% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, sí consideran que el optimismo es un factor a tomar en cuenta cuando se desarrollan las actividades, así mismo el 13% respondieron que no.

Tabla 21. En las decisiones que usted toma, considera siempre lograr el bienestar de sus colaboradores.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	100%
No	0	0%
Total	24	100%

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

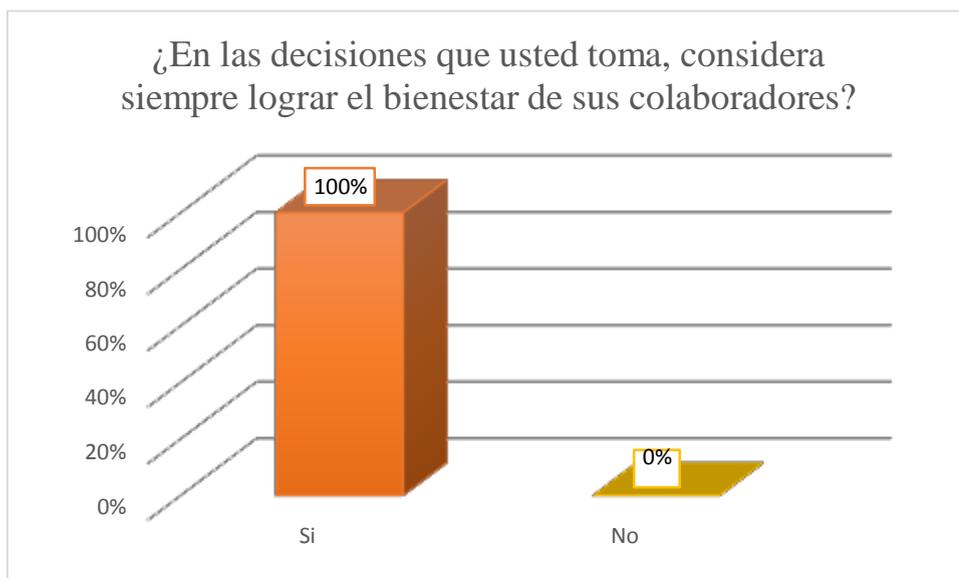


Figura 20. En las decisiones que usted toma, considera siempre lograr el bienestar de sus colaboradores.

Fuente: encuesta realizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho.

Elaboración: propia

Interpretación:

Se observa que el 100% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés respondieron que, sí considera siempre lograr el bienestar de sus colaboradores en las decisiones que toma, así mismo el 0% respondieron que no.

5.2. Análisis de resultado

Según el objetivo específico 1

Después de obtener los resultados de la dimensión líder carismático en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropa para bebés en el distrito de Ayacucho, 2018 en las preguntas 6,8 considera que la agradable personalidad es esencial para lograr el carisma como líder en un 92% a si también que ganarse el respeto de los colaboradores es fundamental para ejercer como líder en un 100% los encuestados consideran que es muy importante para una organización ya que se observa resultados con alto porcentaje. Según (Rosario, 2015) en su investigación el estilo del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de artículos de joyería en el distrito de Huaraz, 2015 concluye indican que también es importante ganarse la confianza de sus colaboradores ,así como también tener respeto hacia el líder en un 50% , también que los colaboradores deben comprometerse con la empresa en un 40% como se puede observar en la investigación son los mayores porcentajes así que los que encuestados consideran que para ser buenos lideres deben tener esas características.

Según el objetivo específico 2

Después de obtener los resultados de la dimensión consideración individualizada en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropa para bebés en el distrito de Ayacucho, 2018 en las preguntas 10, 11 y 12 consideran que prestar atención al personal en un 92%, desarrollo del personal en un 88% y manejo de la empatía en un 79% los encuestados indican que son importantes para

ser un buen líder. Según (Cruz Avila, 2014), en su investigación liderazgo transformacional como herramienta de la productividad de los empleados (caso: empresa textilera, municipio Ixtapaluca) en sus preguntas 1,3y5 indican que escuchar con atención las inquietudes de sus compañeros es importante en un 50%, en la siguiente pregunta nos menciona que ayudar a que tus compañeros que se concentren en desarrollar sus fortalezas en un 60%, también menciona que pedir consejos a tus jefes y compañeros para tu desarrollo es importante en un 50%. En tal sentido, como se puede observar en ambas investigaciones, se confirma que es importante tener esas características para ser un buen líder.

Según el objetivo específico 3

Después de obtener los resultados de la dimensión estimulación intelectual en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropa para bebés en el distrito de Ayacucho, 2018 en las preguntas N°13 y 14 consideran que animar a los colaboradores es importante en un 75%, así también dar recompensas por el trabajo bien hecho en un 92%. Según (Cruz Avila, 2014), en su investigación liderazgo transformacional como herramienta de la productividad de los empleados (caso: empresa textilera, municipio Ixtapaluca) en su pregunta N° 7 indica que es importante la estimulación para el desarrollo personal en un 70% como se puede observar en ambos resultados indican que es importante la estimulación para ser buenos líderes transformacionales.

Según el objetivo específico 4

Después de obtener los resultados de la dimensión motivación inspiradora en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropa para bebés en el

distrito de Ayacucho, 2018 en las preguntas N°16 y 18 consideran que tener una visión inspiradora de su empresa es importante en un 83%, así también que es importante trabajar con metas de largo, mediano y corto plazo en un 83%. Según (Cruz Avila, 2014), en su investigación liderazgo transformacional como herramienta de la productividad de los empleados (caso: empresa textilera, municipio Ixtapaluca) en sus preguntas N° 4 y 6 consideran que sentir gran entusiasmo por nuestra misión es importante en un 50%, así como también hablar con optimismo del futuro en un 50% como se puede observar en ambos resultados indican que es importante que los colaboradores estén motivados para lograr mayor productividad.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Según el objetivo específico 01

Los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropa para bebés en el distrito de Ayacucho, consideran que ganarse el respeto, compromiso de sus trabajadores, agradable personalidad y tolerancia en la adversidad son características esenciales de todo líder carismático las misma que se encuentra reflejados en los resultados obtenidos en nuestra encuesta.

Según el objetivo específico 02

Los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropa para bebés en el distrito de Ayacucho, consideran que prestar atención al personal, desarrollo del personal, manejo de la empatía son características de todo líder transformacional, el mismo que se confirma con los resultados obtenidos en la encuesta.

Según el objetivo específico 03

Los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropa para bebés en el distrito de Ayacucho, consideran que animar y estimular son características esenciales de todo líder transformacional, las mismas que se encuentra reflejados en los resultados obtenidos en nuestra encuesta.

Según el objetivo específico 04

Los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropa para bebés en el distrito de Ayacucho, consideran que el establecimiento de visión y metas, así como el optimismo en el desarrollo de actividades y tomar decisiones para el bienestar de los colaboradores, son características esenciales de todo líder transformacional las mismas que se encuentra reflejados en los resultados obtenidos en nuestra encuesta.

6.2. Recomendaciones

- ✓ Se recomienda que los propietarios deben capacitarse y aplicar en el ejercicio de sus funciones dichas características que son ganarse el respeto, compromiso de sus trabajadores, agradable personalidad y tolerancia en la adversidad, de esa manera forjarse como líder carismático dimensión esencial para convertirse en líderes transformacionales los mismo que nuestra ciudad y el Perú necesita.
- ✓ Se recomienda que los propietarios tengan las siguientes características que son prestar atención al personal, desarrollo del personal, manejo de la empatía, así tener comprometidos a nuestros colaboradores con la empresa y también de esa manera forjarse como líder transformacional.
- ✓ Se recomienda que los propietarios tengan las siguientes características que son animar, dar recompensas y tener ideas innovadoras, así forjarse como un buen líder transformacional.
- ✓ Se recomienda que los propietarios tengan una visión clara, metas establecidas así compartan con sus colaboradores como también consideren el optimismo en las actividades, decisiones para el bienestar de la empresa y sus colaboradores, ya que todo lo mencionado son características de un líder transformacional.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación . Venezuela : EPISTEME, C.A.
- Bass, B. (1985). Leadership and performance beyond expectations. New York.
- Bass, B. (1987). Biography and the assessment of . Estados Unidos .
- Bass, B. (1990). From transactional to transformational leadership. Estado Unidos .
- Bass, B. (1997). Does the transactional-transformational leadership paradigm transcend organizational and national boundaries. Estado Unido .
- Bennis y Nanus. (1985). Leaders , The estrategias for taking charge. Estado Unidos.
- Bennis y Nanus, W. y. (1985). Leaders, The strategies for taking charge. Estados Unidos .
- Brian, T. (2014). Liderazgo. México.
- Burns MacGregor, J. (1978). Leadership. New york.
- Bustamante Gonza, S. D. (2010). Produccion y comercializacion de ropas de bebés. Ecuador.
- Castillo Jara, E. O. (2016). La viabilidad comercial del consumo de ropa ecológica de bebé. Trujillo.
- Chiavenato, I. (2014). Introducción a la teoría general de la administración . México .
- Cruz Avila, Y. (2014). Liderazgo Transformacional. Mexico.
- Dioses Zavala, P. R. (2017). Clima organizacional percibido por los trabajadores de la empresa textil almeriz S.A. Lima.
- Fischman, D. (2010). El líder transformador. Perú: Planeta Perú S.A.
- Lusier, R. (2011). Liderazgo . México .

- Lussier y Achua, R. y. (2011). Liderazgo. México.
- Pamela Valery Marrache Díaz. (2016). EXPORTACIÓN DE ROPA PARA BEBÉS ELABORADO EN BASE A TEJIDO DE PUNTOS DE HILOS DE ALGODÓN ORGÁNICO A COLOMBIA. Lima. Obtenido de http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/3406/Marrache_Diaz_P.pdf?sequence=1
- Rosario, D. O. (2015). Caracterización del estilo del liderazgo carismatico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta al por menor de artículos de joyeria en el distrito de Huaraz. Huaraz.
- Salcedos Fernández, A. (2018). Liderazgo transformacional .
- Tichy y Devanna, N. y. (1986). Transformational leader. Estados Unidos.
- VILLEGAS PÉREZ, P. E. (2014). ESTILO DE LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL. Chile.
- Yukl, G. (1989). Managerial leadership . New York .

VIII. ANEXOS

Anexo 1



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

EL presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “liderazgo transformacional en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018”

INSTRUCCIONES:

1. Marcar con un “X” en el casillero, solo una de las opciones que considere como respuesta correcta.
2. La información que usted proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación las cuales serán confidenciales y anónimas. Se agradece su valioso tiempo y apoyo brindado.

DATOS GENERALES DEL EMPRESARIO

1. Sexo del entrevistado
 - a) Masculino ()
 - b) Femenino ()
2. Edad del entrevistado
 - a) 18 a 38 años ()
 - b) 33 a 47 años ()
 - c) 58 años a mas ()
3. Estado civil del entrevistado
 - a) Soltero (a) ()
 - b) Casado (a) ()
 - c) Divorciado(a) ()
 - d) otros ()
4. Grado de instrucción
 - a) Sin instrucción ()
 - b) Nivel primario ()
 - c) Nivel secundario ()
 - d) Nivel superior ()
5. Tiempo de funcionamiento
 - a) 1 a 4 años
 - b) 5 a 9 años

c) 10 a más años

ESCALA DE VALORACIÓN	
1	NO
2	SI

VARIABLE: LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL

DIMENSIÓN X1: LÍDER CARISMÁTICO			
Agradable personalidad			Valoración
1	¿Usted considera que la agradable personalidad es esencial para lograr el carisma como líder?		1 2
Tolerancia en la adversidad			Valoración
2	¿Usted considera que las adversidades son parte del aprendizaje en la formación como líder?		1 2
Ganarse el respeto			Valoración
3	¿Usted considera que ganarse el respeto de los colaboradores es fundamental para ejercer como líder?		1 2
Compromiso de sus colaboradores			Valoración
4	¿Usted considera que es importante para el líder lograr el compromiso de sus colaboradores?		1 2
DIMENSIÓN X2: CONSIDERACIÓN INDIVIDUALIZADA			
Prestar atención a los colaboradores			Valoración
5	¿Usted considera esencial prestar atención a los colaboradores?		1 2
Manejo de la empatía			Valoración
6	¿Usted considera que entender a los colaboradores es esencial para lograr mayor confianza hacia el líder?		1 2
Otorgar responsabilidades			Valoración
7	¿Usted considera que otorgar responsabilidades permite desarrollar a los colaboradores?		1 2
DIMENSIÓN X3: ESTIMULACIÓN INTELECTUAL			
Animar			Valoración
8	¿Usted considera esencial que es bueno animar permanentemente a sus colaboradores?		1 2
Recompensas			Valoración
9	¿Usted considera esencial brindar recompensas por el trabajo bien hecho?		1 2
Ideas innovadoras			Valoración
10	¿Usted considera esencial que sus colaboradores compartan ideas innovadoras?		1 2
DIMENSIÓN X4: MOTIVACIÓN INSPIRADORA			
Establecimiento de visión			Valoración
11	¿Usted tiene una visión inspiradora de su empresa?		1 2
12	¿Usted comparte esa visión con sus colaboradores?		1 2
Establecimiento de metas			Valoración
13	¿Usted trabaja con metas de largo, mediano y corto plazo?		1 2
Optimismo en actividades			Valoración
14	¿Usted Considera que el optimismo es un factor a tomar en cuenta cuando se desarrollan las actividades en la empresa?		1 2
Decisiones para el bienestar			Valoración
15	¿En las decisiones que usted toma, considera siempre lograr el bienestar de sus colaboradores?		1 2

Anexo 2. Validación de experto



TABLA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR EXPERTOS UNIVERSIDAD CATÓLICA ULADECH

APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE <i>Balón Ramírez David</i>	INSTITUCIÓN DONDE LABORA ULADECH	NOMBRE DEL INSTRUMENTO Cuestionario	AUTOR DEL INSTRUMENTO SARRUA CORDOVA, Dayvi Yanara
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Liderazgo transformacional en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018.			

I.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ÍTEM A EVALUAR	DEFICIENTE				REGULAR				BUENA				MUY BUENA				EXCELENTE				
		1	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1.- Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado												X									
2.- Objetividad	Esta expresado en conclusiones clasificables											X										
3.- Actualización	Esta adecuada al avance de la ciencia y la tecnología										X											
4.- Organización	Esta organizado en forma lógica										X											
5.- Suficiencia	Comprende aspectos conceptuales										X											
6.- Intencionalidad	Es adecuado para medir los aspectos de interés										X											
7.- consistencia	Esta basado en aspectos técnicos científicos										X											
8.- Coherencia	Entre las variables, dimensiones, indicadores e ítem										X											
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación										X											
10.- Pertinencia	Las dimensiones consideradas permiten evaluar la variable en su conjunto										X											

II.- OPINIÓN DE APLICACIÓN.

Si aplica

III.- PROMEDIO DE EVALUACIÓN.

57

Firma del experto
 DNI N° 09 03224
 0203-099973

Ayacucho, 23 de
 Noviembre del 2018
 Lugar y fecha

Anexo 3. Solicitud

**SOLICITO: PERMISO PARA OBTENER INFORMACIÓN
SOBRE LA CANTIDAD DE TIENDAS DE ROPAS DE BEBÉS
FORMALES EN AYACUCHO-HUAMANGA.**

Señor: Alcalde de la Municipalidad Provincial De Huamanga

SARRIA CORDOVA, Daysy Vanesa identificado con DNI N° 70122750, con código de estudiante: 3111142022, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH CATÓLICA).Ante Ud. Con el debido respeto que se merece me presento y expongo.

Que teniendo en cuenta los estudios universitarios y al estar realizando el trabajo de investigación para optar el grado académico de bachiller en administración, solicito a usted me otorgue el permiso correspondiente para la ejecución de la misma y obtener información de cuantas están inscritas formalmente las tiendas de ropas de bebés y de esta forma realizar esta investigación el liderazgo transformacional y clima organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas para bebés, distrito de Ayacucho, 2018.

Por lo expuesto:

Espero contar con su apoyo en beneficio de generar propuestas de mejora mediante la investigación para las micro y pequeñas empresas en las tiendas de ropas de bebés.

Ayacucho, 22 de enero del año 2019.


SARRIA CORDOVA Daysy Vanesa
DNI: 70122750



Anexo 4. Fotos





Realizando la encuesta a los propietarios en el rubro de ropas de bebés.

Anexo 5. Turnitin

Liderazgo transformacional

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas Activo Excluir coincidencias < 4 %
 Excluir bibliografía Activo

Universidad Católica L... Egi University Campus Virtual Progra... Campus Virtual Progra... Campus de Educación... Programa de Acampa... Google

institus del trabajo en la columna de similitud. Un icono obtenido indica que el Reporte de Similitud no se ha generado todavía.

TALLER IV

MANEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS

Entregar archivo Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Comiso electrónica sin remisiones

<input type="checkbox"/>	AUTOS	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	IP DEL TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Wendy Ccoylo Quipe	Liderazgo transformacional	0%	0	-		1075252077	20-Ago-2019
<input type="checkbox"/>	Daisy Sama Córdova	Liderazgo transformacional	0%	0	-		1077937247	16-Ago-2019
<input type="checkbox"/>	Edwin Vilca Chonta	Marketing Relacional	0%	0	-		1077937516	15-Ago-2019
<input type="checkbox"/>	Yemifer Gary	Mix MARKETING	4%	0	-		1075429522	09-Ago-2019
<input type="checkbox"/>	Miguel Salazar	Liderazgo transformacional	6%	0	-		1072971100	02-Ago-2019
<input type="checkbox"/>	Carolina Casavica	Atención al cliente y satisfacción	6%	0	-		1074295682	24-Ago-2019
<input type="checkbox"/>	Zulema Godoy	Mix de Marketing	11%	0	-		1075244444	09-Ago-2019
<input type="checkbox"/>	Alicides Llantoy Yupa	Publicidad	14%	0	-		1075270689	09-Ago-2019
<input type="checkbox"/>	Miriam Huamán	Liderazgo y motivación laboral	22%	0	-		1074796742	07-Ago-2019
<input type="checkbox"/>	Sandra Susca Carbajal	Atención al cliente	23%	0	-		1075241523	08-Ago-2019