



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

LIDERAZGO CARISMÁTICO EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO POLLERÍAS: CASO  
POLLERÍA MOLY, DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA,  
AYACUCHO, 2021

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

**AUTOR**

**BR. MALLQUI TANTA, NORMAN MATHNOSI**

**ORCID: 0000-0002-0515-3650**

**ASESOR**

**MGTR. QUISPE MEDINA, WILBER**

**ORCID: 0000-0002-4052-5018**

**AYACUCHO – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

**MALLQUI TANTA, NORMAN MATHNOSI**

**ORCID: 0000-0002-0515-3650**

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Bachiller en Ciencias Administrativas

Ayacucho, Perú

### **ASESOR**

**MGTR. QUISPE MEDINA, WILBER**

**ORCID: 0000-0002-4052-5018**

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,  
Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Ayacucho, Perú

### **JURADO**

**MGTR. BERROCAL CHILLCCE, JUDITH (Presidenta)**

**ORCID: 0000-0002-9569-9824**

**MGTR. JÁUREGUI PRADO, ALCIDES (Miembro)**

**ORCID: 0000-0002-6611-9480**

**MGTR. TIPE HERRERA, CARLOS CELSO (Miembro)**

**ORCID: 0000-0003-4439-1448**

**HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

---

**MGTR. BERROCAL CHILLCCE, JUDITH**  
**ORCID: 0000-0002-9569-9824**  
**PRESIDENTA**

---

**MGTR. JÁUREGUI PRADO, ALCIDES**  
**ORCID: 0000-0002-6611-9480**  
**MIEMBRO**

---

**MGTR. TIPE HERRERA, CARLOS CELSO**  
**ORCID: 0000-0003-4439-1448**  
**MIEMBRO**

---

**MGTR. QUISPE MEDINA, WILBER**  
**ORCID: 0000-0002-4052-5018**  
**ASESOR**

## **AGRADECIMIENTO**

La presente tesis está dedicado primeramente a Dios y a mi padre MALLQUI QUIQUI Escudano y mi madre TANTA SULCA Lidia; gracias por estar conmigo incluso en los momentos difíciles que solo nosotros pudimos superar motivándome y ayudándome hasta donde sus alcances lo permitan.

A mis hermanos ELY VANIA C. MISHA CARLOS DANIEL y mi bebé MAO YOSHUA D. Por apoyarme en este proyecto, por mostrarme lo bueno que es tener hermanos y gracias, porque a pesar de las peleas, somos hermanos y siempre estaremos juntos.

A mi pareja quien está siempre conmigo HUAMÁN HURTADO Flory, por el apoyo que siempre me ha brindado día a día en el transcurso de cada año de mi carrera Universitaria.

## RESUMEN

La presente investigación titulada Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021, presenta como problema de investigación, ¿Cuáles son las características del Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro de pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021?, asimismo tiene como objetivo general describir las características del Liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021. Se desarrolló bajo la metodología de tipo aplicada, cuantitativa, con un nivel de investigación de tipo descriptivo, con un diseño no experimental, la muestra fue de 110 consumidores de la Pollería Moly, donde a través de la técnica de recopilación de datos (encuesta) se aplicó un cuestionario estructurado de 14 preguntas, donde se aprecia que, la pollería Moly obtuvo buenos resultados en relación a la dimensión del entusiasmo, pero se detectó que un 40.91% (45 encuestados), afirman que la pollería Moly, a veces muestra destreza hacia sus consumidores, asimismo, mencionan que existe una deficiencia en la relación y comunicación entre los colaboradores de la pollería Moly, ya que, el 47.27% (52 encuestados) afirman que solo a veces hay cooperación, finalmente se aprecia que, el 51.82 % y el 13.64%, afirman que la pollería Moly casi siempre y a veces respectivamente, muestra compromiso con los protocolos de bioseguridad, siendo la Covid-19, un problema a nivel mundial.

**Palabras claves:** Liderazgo carismático.

## **ABSTRACT**

The present research entitled Charismatic Leadership in micro and small enterprises in the poultry industry: Case of Pollería Moly, district of San Juan Bautista, Ayacucho, 2021, presents as a research problem, What are the characteristics of Charismatic Leadership in micro and small enterprises in the poultry industry: Case of Pollería Moly, district of San Juan Bautista, Ayacucho, 2021? The general objective of this study is to describe the characteristics of charismatic leadership in micro and small enterprises in the poultry industry: Case of Pollería Moly, district of San Juan Bautista, Ayacucho, 2021. It was developed under the methodology of applied type, quantitative, with a descriptive type research level, with a non-experimental design, the sample was 110 consumers of the Moly poultry store, where through the data collection technique (survey) a structured questionnaire of 14 questions was applied, where it is appreciated that, the Moly poultry store obtained good results in relation to the dimension of enthusiasm, but it was detected that 40.91% (45 respondents) stated that the Moly poultry store sometimes shows skill towards its consumers, and also mentioned that there is a deficiency in the relationship and communication between the collaborators of the Moly poultry store, since 47.27% (52 respondents) stated that only sometimes there is cooperation. Finally, 51.82% and 13.64% stated that the Moly poultry store almost always and sometimes, respectively, shows commitment to the biosecurity protocols, since Covid-19 is a worldwide problem.

**Keywords:** Charismatic leadership.

## CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS .....	1
EQUIPO DE TRABAJO .....	2
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR .....	3
AGRADECIMIENTO .....	4
RESUMEN .....	5
ABSTRACT .....	6
CONTENIDO .....	7
ÍNDICE DE TABLAS .....	9
ÍNDICE DE FIGURAS .....	10
I. INTRODUCCIÓN .....	11
II. REVISIÓN DE LITERATURA .....	13
III. HIPÓTESIS .....	26
IV. METODOLOGÍA .....	26
4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	26
4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	26
4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES .....	28
4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	29
4.5. PLAN DE ANÁLISIS .....	29
4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	30
4.7. PRINCIPIOS ÉTICOS .....	31
V. RESULTADOS .....	32
5.1. RESULTADOS .....	32
5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	49
VI. CONCLUSIONES .....	62
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS .....	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	64

ANEXOS .....	66
ANEXO 01: Cronograma de actividades.....	66
ANEXO 02: Presupuesto .....	67
ANEXO 03: Consentimiento informado .....	68
ANEXO 04: Encuesta.....	69
ANEXO 05: Validación de expertos .....	71
ANEXO 06: Solicitud presentada.....	77
ANEXO 07: Ficha RUC .....	78
ANEXO 08: Evidencias fotográficas.....	79

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 1:</b> Cuadro de edades .....	32
<b>Tabla N° 2:</b> Entusiasmo en la atención al cliente .....	33
<b>Tabla N° 3:</b> Integridad de la pollería Moly .....	34
<b>Tabla N° 4:</b> Fortaleza competitiva de la pollería Moly .....	35
<b>Tabla N° 5:</b> Los anuncios en Facebook e Instagram como fortaleza de la pollería Moly .....	36
<b>Tabla N° 6:</b> La destreza de la pollería Moly .....	38
<b>Tabla N° 7:</b> La pollería Moly como líder en el mercado.....	39
<b>Tabla N° 8:</b> La disciplina de la pollería Moly al momento de ofrecer sus productos ...	40
<b>Tabla N° 9:</b> La disciplina de la pollería Moly al momento de hacer el delivery.....	41
<b>Tabla N° 10:</b> El compromiso de la pollería Moly con los protocolos de bioseguridad	42
<b>Tabla N° 11:</b> Cooperación entre los colaboradores de la pollería Moly .....	44
<b>Tabla N° 12:</b> Responsabilidad y puntualidad de la pollería Moly .....	45
<b>Tabla N° 13:</b> Valor e importancia de la pollería Moly por sus consumidores .....	46
<b>Tabla N° 14:</b> Buenas costumbres y normas de la pollería Moly .....	47
<b>Tabla N° 15:</b> Principio ético de la pollería Moly.....	48

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura N° 1:</b> Cuadro de edades .....	32
<b>Figura N° 2:</b> Entusiasmo en la atención al cliente .....	33
<b>Figura N° 3:</b> Integridad de la pollería Moly .....	34
<b>Figura N° 4:</b> Fortaleza competitiva de la pollería Moly .....	35
<b>Figura N° 5:</b> Los anuncios en Facebook e Instagram como fortaleza de la pollería Moly .....	36
<b>Figura N° 6:</b> La destreza de la pollería Moly? .....	38
<b>Figura N° 7:</b> La pollería Moly como líder en el mercado .....	39
<b>Figura N° 8:</b> La disciplina de la pollería Moly al momento de ofrecer sus productos..	40
<b>Figura N° 9:</b> La disciplina de la pollería Moly al momento de hacer el delivery .....	41
<b>Figura N° 10:</b> El compromiso de la pollería Moly con los protocolos de bioseguridad	42
<b>Figura N° 11:</b> Cooperación entre los colaboradores de la pollería Moly.....	44
<b>Figura N° 12:</b> Responsabilidad y puntualidad de la pollería Moly .....	45
<b>Figura N° 13:</b> Valor e importancia de la pollería Moly por sus consumidores.....	46
<b>Figura N° 14:</b> Buenas costumbres y normas de la pollería Moly .....	47
<b>Figura N° 15:</b> Principio ético de la pollería Moly .....	48

## I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como título: Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021, para la realización de la presente investigación se basó en el diseño de la investigación el cual es no experimental, porque se estudia conforme a la realidad, durante un tiempo determinado, el tipo de investigación es aplicada con enfoque cuantitativo; aplicada porque nos basamos en una teoría existente, cuantitativo porque hay una recolección de datos (Encuesta), el nivel de la investigación será descriptivo; porque se realizará una descripción de las variables en un determinado tiempo.

En el presente, se realiza el estudio de la variable liderazgo carismático, el cual se define según BLANCHARD, (2017) como: “El liderazgo carismático tiene sustancia y compone la influencia de un líder. Con él, los líderes perfilan en el entorno lo mejor de su gente, dan lo mejor de sí mismos, y encuentran el discernimiento del logro más trascendental: El logro compartido”.

Actualmente en la ciudad de Ayacucho, el pollo a la brasa se ha convertido en un alimento consumido por todos los estratos socio-económicos de la sociedad, debido a su importancia este plato se incluye en el consumo de la canasta familiar. Conociendo la importancia de este plato sumamente consumido y teniendo en cuenta la gran cantidad de clientes, la calidad de servicio es un aspecto muy importante para lograr la satisfacción de los consumidores, es por ello que el liderazgo carismático es un factor relevante que impulsará en la buena atención, comunicación, calidad de servicio entre otros.

La presente investigación tiene como objetivo general describir las características del Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021, tomando en cuenta las siguientes dimensiones: entusiasmo, trabajo en equipo y ética, caracterizando cada una

de las dimensiones así como también elaborar una propuesta de plan de mejora para la pollería Moly, el cual ayudará en la toma de decisiones en beneficio de la micro y pequeña empresa en estudio.

En la actualidad las micro y pequeñas empresas del rubro pollería fueron afectadas por la pandemia ocasionada por la Covid-19, tanto así que, estas empresas han reducido enormemente sus ventas, ha variado sus precios y se han acoplado a la nueva realidad, no obstante, no utilizan estrategias de liderazgo para lograr mayores ventas. Se ha notado que hay poco interés en la atención al cliente olvidando el significado de la innovación causando así que la demanda actual del mercado no sea cubierta en su totalidad, razón por la cual es importante recomendar abrir más sucursales en diferentes puntos de la ciudad de Ayacucho.

Al analizar se ha podido concluir que los establecimientos de pollerías no cumplen con las especificaciones sanitarias correctas a falta de personas que administren de manera adecuada estos establecimientos. Lo que se busca es que la pollería cumpla con las expectativas de los consumidores, ampliando el mercado, logrando satisfacción creciendo en infraestructura, logrando ventaja competitiva y sobre todo un líder carismático capaz de cumplir todo lo anteriormente señalado, así como también motivación al personal para que realice su trabajo con mayor agrado, en tal sentido, se planteó la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las características del Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021?.

La presente investigación nace de la línea investigación otorgada por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, filial Ayacucho, de la carrera profesional de Administración “La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas”. La micro

y pequeña empresa de estudio está dentro del rubro de las pollerías, específicamente la pollería Moly el cual está ubicado en el distrito de San Juan Bautista en el departamento de Ayacucho, en vista que, durante los años esta pollería anteriormente era solo una granja logrando abrir lo que es actualmente es su pollería. La presente investigación se realiza con la finalidad de aportar con conocimientos, técnicas y estrategias que estarán plasmadas en el plan de mejora del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías: caso pollería Moly.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. ANTECEDENTES:**

#### **A. NIVEL INTERNACIONAL**

1. Hernández, (2017) en su investigación titulada *El Liderazgo carismático una aproximación desde la perspectiva*, concluye lo siguiente: Los estudios realizados se puede notar que en América Latina entre el 67% de las MYPE de Bolivia y el 20% de las MYPE de Chile, los empleados argumentan que en las pollerías vienen trabajando 10 horas al día, y el salario pagado a los mismos es el correspondiente a las 8 horas de jornada, esto genera la insatisfacción que tienen al laborar en una MYPE, el cual es causado por el desconocimiento que tienen los gerentes sobre el liderazgo transaccional al no recompensar a sus trabajadores por el buen desempeño.
2. Lecourt, (2005) en su investigación titulada: *Relaciones de género femenino y liderazgo carismático*, se concluye lo siguiente: Establecer cómo se han construido liderazgo carismático al interior del Partido Comunista de Chile, qué tipo de poder, y/o en qué contextos y condiciones históricas lo han hecho.

Describir y analizar las relaciones sociales de género al interior del Partido Comunista de Chile, a través del relato oral de mujeres que han ocupado una posición de dirigentes.

3. Ayoub, (2017) en su investigación titulada: *Estilos de liderazgo y sus efectos en el desempeño de la administración pública mexicana* se concluye lo siguiente: Evaluar cómo se relacionan los estilos de liderazgo de los funcionarios de la administración con los indicadores de desempeño de esfuerzo extra, satisfacción y eficacia. Generar evidencia empírica como punto de partida, sobre la realidad del liderazgo en el sector público y ampliar el alcance del modelo de liderazgo.

## **B. NIVEL NACIONAL**

1. Coello, (2017) en su investigación titulada: *Liderazgo Carismático y los efectos en la administración*. Se concluye lo siguiente: En el escenario de las micro y pequeñas empresas de nuestro país se estima que el 82% de las 648,147 micro y pequeñas empresas formales a nivel nacional se encuentran ubicadas en el sector terciario el 49.6% de las micro y pequeñas empresas MYPE las cuales se dedican a actividades del sector comercio y el 33.3% a servicios.

Zabala (2010) en el margen de la alta competitividad internacional que existen se puede notar que las MYPE no sólo ven como una necesidad la competitividad internamente, sino que la globalización obliga a estas MYPE a buscar la competitividad externa, que se debe de tomar como prioridad, para lograr ser un sector de desarrollo sostenido en la economía.

2. Hernandez, (2017) en su tesis titulado: *El liderazgo organizacional una aproximación desde la perspectiva*. Se concluye lo siguiente: Objetivo de la comunicación en una organización la comunicación en la empresa tiene como objetivo apoyar la estrategia proporcionando coherencia e integración entre. Objetivos los planes, las acciones de la dirección, la difusión y gestión de la imagen y de la información. Liderazgo y valores Existe una relación entre los estilos de liderazgo y los valores, La búsqueda de relacionar en una organización y hacer de los líderes la construcción de un sistema integrado.
3. Boyatzis, (2017) en su tesis titulado: *El líder carismático crea más* Se concluye lo siguiente: Los auténticos líderes no se distinguen por su talento innato o su dominio técnico, sino por su capacidad de inspirar en otros energía, pasión y entusiasmo; sentimientos que se extienden rápidamente en los equipos de trabajo, estimulando a los demás Por ello, una parte fundamental del liderazgo efectivo es saber controlar y usar adecuadamente las propias emociones y potenciar sentimientos positivos en los equipos, es decir, crear resonancia.

### **C. NIVEL LOCAL**

1. Rossi (2012) concluye lo siguiente: Menciona que la mayoría de negocios están sujetos a las constantes supervisiones del personal, en el cual predomina mucho más la exigencias y las explotaciones, que las recompensas que son de mayor valor para los trabajadores, ya que pueden cubrir diversos gastos que tengan, además el incremento de ONG e instituciones públicas.

2. Cáceres (2013) en su investigación titulada *Estrategia de un líder* concluye lo siguiente: Nos señala que para los empresarios que se dedica al rubro restaurante pollerías se han visto obligados a optar diferentes estrategias para mantener al personal de las micro y pequeñas empresas MYPE en constante motivación para un buen desempeño dentro de la empresa y se muestren siempre entusiastas con el cliente, porque el cliente es el que tiene la razón y es la razón de ser de toda empresa. Sin embargo las micro y pequeñas empresas MYPE, dejan de lado la supervisión que es lo más necesario para la empresa, ya que el personal no tendría falencias, ni dudas respecto a lo que realiza, de esa manera la empresa surgiría y sería competitiva con el resto.

## **2.2.BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN:**

### **DEFINICIÓN LIDERAZGO CARISMÁTICO.**

- Según TRACK, (2018) define carisma como “cierta calidad de una personalidad individual, en virtud de la cual es colocada aparte de los hombres ordinarios y que se le asume dotada con energías o calidades supernaturales, sobrehumanas, o por lo menos específicamente excepcionales.
- Según (School, Liderazgo carismático, ventajas y desventajas, 2020) estilos de liderazgo más completos de todos los que se conocen hasta ahora. No en vano, el liderazgo carismático reúne habilidades de otros estilos como el participativo, el emprendedor o el proactivo. Como su propio nombre indica, el liderazgo carismático es aquel que basa su acción en el carisma de la persona que lo asume.

- Según TUCKER, (2017) Los negocios se establecen con base en las relaciones interpersonales, por ello, el cómo interactúan socialmente los líderes es clave para el éxito. Dentro de los diferentes tipos de liderazgo se ha identificado uno que resalta entre los demás precisamente por la manera en que el líder entabla sus relaciones sociales. Éste es el liderazgo carismático.
- Según BLANCHARD, (2000) define el liderazgo carismático de la siguiente manera: “El liderazgo carismático tiene sustancia y compone la influencia de un líder. Con él, los líderes perfilan en el entorno lo mejor de su gente, dan lo mejor de sí mismos, y encuentran el discernimiento del logro más trascendental: El logro compartido”.
- Según FISCHMAN, (2017) Describe al liderazgo como el proceso de movilizar personas hacia objetivos y metas compartidas estos son los niveles de líderes.

## **IMPORTANCIA DE UN LÍDER**

Según Giraldo, (2011) Sin líderes, el mundo no habría avanzado y progresado hasta lo que es hoy en día. La importancia de un líder es fundamental en la sociedad, en las organizaciones y hasta en los hogares. Sin embargo, no todos llegan a desarrollar un verdadero espíritu de liderazgo, debido a que nuestro entorno nos programa para ser seguidores.

## **ÉTICA DEL LIDERAZGO**

Según Gonzales, (2001 - 2011) Tiene como base la consideración, la honestidad y la responsabilidad cuyo valor es el respeto a los demás y la dignidad del ser humano. Un líder es honesto cuando actúa de acuerdo de acuerdo con lo que dice y se compromete.

**CARACTERÍSTICAS DEL LIDERAZGO CARISMÁTICO:** Según TRACK, (2018) Puntualizando un poco más en ello, existen ciertas actitudes o rasgos que nos ayudan a identificar a un líder carismático de otros tipos de líderes:

- ✓ Tiene gran capacidad de convicción.
- ✓ Es buen motivador.
- ✓ Es capaz de asumir riesgos.
- ✓ Puede llegar a utilizar medios innovadores y no convencionales.
- ✓ Crea admiración.
- ✓ Tiene visión de futuro.
- ✓ Tiene buena capacidad de persuasión.
- ✓ Genera confianza.
- ✓ Es inconformista.
- ✓ Se sacrifica por la empresa.
- ✓ Es positivo.

### **PERFILES DEL LIDERAZGO CARISMÁTICO**

Según (GROUP, 2018) El liderazgo carismático es aquel que permite a quien lo ejerce motivar e inspirar al resto de personas de la organización van más allá del carisma y que la capacidad de inspirar y motivar a los demás es una habilidad conductual.

- **Visionario:** aquel líder que proporciona una imagen clara del futuro y es capaz de transferirla al equipo.
- **Conector:** se trata de los perfiles que construyen relaciones personales positivas, a nivel individual y grupal, gracias a su escucha activa e inteligencia emocional.

- **Conductor:** se refiere a aquellos profesionales que presentan una alta orientación hacia la consecución de objetivos, impulsando para ello el desempeño de los trabajadores y los equipos.
- **Ético:** consiste en aquel líder que proporciona un poderoso modelo a seguir sobre cómo hacer las cosas correctas de la manera correcta.
- **Entusiasta:** aquellos directivos que exudan pasión y energía sobre la organización, sus objetivos y el trabajo en sí mismo.
- **Experto:** engloba a los líderes que ofrecen al equipo una sólida dirección técnica que proviene de una gran experiencia.

## **LAS CUALIDADES DE UN LÍDER CARISMÁTICO**

Maxwell, (2017) define el carisma como, “la capacidad de inspirar entusiasmo, interés, o afecto en otros por medio de la gracia, la sensibilidad y la influencia personal.”

- ✓ Visión y articulación.
- ✓ Sensibilidad al entorno.
- ✓ Sensibilidad a las necesidades de los miembros.
- ✓ Toma el riesgo de forma personal.
- ✓ Desarrolla un comportamiento poco convencional

**Aman la Vida:** Los líderes que atraen la ambición externa de ser seguidos son apasionados por la vida. Celebran, no son quejosos. Se caracterizan por la alegría y el afecto. Son enérgicos y radiantes de una manera muy influenciabile

**Valoran el Potencial de la Gente:** Los líderes ven a la gente, no como son, sino

como podrían ser. Desde esta ventajosa perspectiva, ayudan a otros a construir un puente entre el presente y el futuro deseado.

**Comparten sus Dones:** Los líderes con carisma otorgan valor agregado a la gente compartiendo la sabiduría, el carácter. Abrazan el poder de la inclusión, invitando a otros a que recorran el camino de alimentarse de nuevas experiencias.

## **DIMENSIONES DEL LÍDER CARISMÁTICO**

### **La Confianza**

Según Virginia, (2018) “Debido a sus cualidades extraordinarias o a lo que se percibe como tales, estos líderes inspiran confianza a secuaces, entre los que se acepta libremente su autoridad superior. No lo siguen por temor o por incentivo económico, sino por amor, devoción, entusiasmo” La Teoría del liderazgo Carismático nos dice que el líder con este don muestra una confianza en sí mismo excesivas, además de una fe acérrima en que conseguirá la victoria y el triunfo del movimiento.

### **Trabajo en equipo**

Según Chacin de Mujica, (2017) “Un equipo es un conjunto de personas que realiza una obra común, lo cual los vincula, los organiza y orienta hacia objetivos compartidos un equipo es un conjunto de personas que realiza una tarea para alcanzar resultados”.

Es importante analizar y profundizar en la necesaria capacidad de la empresa de aprender a trabajar en equipo, lo cual prácticamente le garantiza su

permanencia en el mercado, no se puede hablar de liderazgo organizacional sin aprendizaje en equipo.

## **Ética**

La ética es una disciplina de la filosofía que estudia el comportamiento humano y su relación con las nociones del bien y del mal, los preceptos morales, el deber, la felicidad y el bienestar existen muchos tipos de ética una de ellas por ejemplo es:

- a. **Ética profesional:** Es la ciencia normativa que estudia los valores, principios, deberes y derechos que orientan cada profesión con base en la responsabilidad. La ética profesional se concreta en el código de ética profesional.
- b. **Ética empresarial:** Son los principios y valores que regulan las acciones y actividades de una empresa.

**VENTAJAS DEL LIDERAZGO CARISMÁTICO:** Algunas de las ventajas de utilizar el liderazgo carismático son:

- ✓ Los empleados sienten confianza para comunicar sus ideas con el líder.
- ✓ El líder motiva a los empleados de forma que logren las metas a corto y mediano plazo.
- ✓ El líder se adapta fácilmente a los constantes cambios del mercado.
- ✓ El líder propone continuamente nuevas y mejores formas de proceder en los negocios y además incentiva a los empleados para que aporten nuevas ideas.
- ✓ Los líderes carismáticos sienten empatía por los demás, lo cual le facilita ver

diferentes perspectivas de las mismas situaciones.

**DESVENTAJAS DEL LIDERAZGO CARISMÁTICO:** También debemos considerar las desventajas de este liderazgo, de las cuales algunas son:

- ✓ Los empleados pueden no considerar como una autoridad al líder y por ello no ser conscientes de las jerarquías de la empresa.
- ✓ El liderazgo carismático no es muy útil en grandes grupos de trabajo o empresas grandes, pues la relación que se establece entre el líder y los empleados no es tan fuerte como en grupos pequeños.
- ✓ La motivación de los empleados, con base en su relación con el líder, no es tan duradera como los incentivos monetarios o el crecimiento profesional.

#### **LAS DIEZ DIFERENCIAS ENTRE UN JEFE Y UN LÍDER**

<b>JEFE</b>	<b>LÍDER</b>
Infunde temor, miedo y suele amenazar	Genera confianza
Sólo da órdenes e ignora los requerimientos, solicitudes o cualquier comentario de su equipo.	Escucha atentamente a su equipo de trabajo.
No se preocupa por las necesidades de su equipo, laborales ni personales.	Se preocupa por el bienestar
No comunica los objetivos del área y no hace nada por comunicarlos.	Se preocupa por el bienestar de su equipo, tanto dentro y fuera de la empresa.
Se adjudica los logros del equipo.	Comunica los objetivos del área y los recuerda a su equipo de vez en cuando.
Cree que es mejor compartir lo justo y necesario	Comparte los éxitos.
El jefe suele actuar con autoridad, recordando que “él es el que manda aquí”.	Señala tanto los aspectos positivos, como negativos de las personas.
El jefe dice constantemente YO.	El líder hace que el trabajo sea interesante.
El jefe hace que el trabajo sea monótono.	El líder dice NOSOTROS.

**Comentario:** Un buen líder posee una visión a largo plazo, es coherente en sus convicciones porque vive aquello que predica, crece y hace crecer a su gente, enseña, delega funciones y crea oportunidades para todos. Las habilidades de un líder también se observan en la capacidad de autocontrol y la toma de decisiones eficientes en momentos de crisis.

**Según:** Fishman, (2004) En un mundo laboral cada vez más cambiante y exigente, los ejecutivos están obligados a prestar atención a una esfera que tiene mucho que ver con el desarrollo de habilidades interpersonales y emocionales: el liderazgo. A partir de sencillas fábulas que se han transmitido a lo largo de generaciones.

## **ESTILOS DE LIDERAZGO**

### **a) Autocrático.**

- ✓ Este estilo posibilita decisiones rápidas.
- ✓ Poca participación de los subordinados en la definición de los objetivos y demás actividades.
- ✓ La comunicación es unilateral.

### **b) Democrático.**

- ✓ La participación del equipo es estimulada por los líderes, por lo que las decisiones son participativas.
- ✓ Las autoridades del líder juntamente con su poder son ejercidas con mayor descentralización.
- ✓ Se establece una comunicación bilateral entre el líder y el equipo.
- ✓ El grupo recibe una mayor información sobre los problemas que le atañen.

### **c) Anárquico.**

- ✓ El líder evade la utilización del poder juntamente con la autoridad y responsabilidad, por lo que su rol es menor en este estilo.
  - ✓ Los objetivos, el desarrollo de las actividades y las tareas en general dependen del grupo o equipo.
- d) Transaccional:** Este liderazgo está dirigido a la ejecución de tareas y obediencia, y por él se efectúa un pago este tipo de liderazgo se da mayormente dentro de una transacción económica.
- e) Transformacional:** Busca siempre nuevas iniciativas, motiva, capacita, forma equipos, cree en los demás, toma decisiones consultadas y se percata de su comprensión por los demás. Este tipo de liderazgo necesita del liderazgo transaccional para asegurarse del cumplimiento de los acuerdos consultados.
- f) Líder carismático:** Según BLANCHARD, (2000) define el liderazgo carismático de la siguiente manera: “El liderazgo carismático tiene sustancia y compone la influencia de un líder. Con él, los líderes perfilan en el entorno lo mejor de su gente, dan lo mejor de sí mismos, y encuentran el discernimiento del logro más trascendental: El logro compartido”.
- ✓ Los seguidores confían en lo correcto de la visión del líder.
  - ✓ Hay similitud entre las creencias y valores del seguidor y los del líder.

## **EJEMPLOS DEL LIDERAZGO CARISMÁTICO**

El liderazgo carismático se puede aprender o mejorar, es decir, no dependen solamente de las cualidades innatas de la persona que lo ejerce. En casi todos los ámbitos se pueden encontrar varios ejemplos de este tipo de liderazgo. Algunos de los más famosos son:

- ✓ Gandhi: líder carismático en la política.

- ✓ Warren Buffett: líder carismático en los negocios.
- ✓ Madonna: líder carismático en el entretenimiento.
- ✓ Michael Jordan: líder carismático en el deporte.

## **IMPLICACIONES RELACIONADAS CON EL LÍDER CARISMÁTICO**

Básicamente involucra una relación social entre el líder y el seguidor. En ésta el líder presenta una idea revolucionaria, una imagen trascendental o un ideal que va más allá de lo inmediato, próximo o razonable mientras que el seguidor acepta este curso de acción.

### **Liderazgo y comunicación en tiempos de pandemia**

Hoy más que nunca, un líder debe presentar a las emociones que brotan de los integrantes de sus equipos de trabajo con un contexto complejo producto de la pandemia.

La pandemia de la COVID-19 nos ha sumido en un proceso constante adaptación. En el ámbito laboral, los líderes pueden ayudar a sus equipos de trabajos a desarrollar la capacidad de adaptarse.

### **La Confianza**

Según Reátegui, (2021) La confianza entre un líder y sus equipos de trabajo es también otro de los aspectos clave en un contexto como el que vivimos y se construye con el paso del tiempo. Durante este proceso es necesario entender que cada colaborador es distinto y trabaja en un escenario diferente. Hay que entrar en sintonía con cada uno, es decir, ser capaz de conectar con ellos, establecer vínculos y reforzarlos. El líder jamás debe ser percibido como un elemento de distorsión.

### **III. HIPÓTESIS**

Según (Arias Odón, El proyecto de investigación, 2018) Menciona que “en una investigación descriptiva no se formulan hipótesis, sin embargo es obvia la presencia de variables”.

“Las investigaciones de tipo descriptivo no requieren formular hipótesis; es suficiente plantear algunas preguntas de investigación que, surgen del planteamiento del problema, de los objetivos y, por supuesto del marco teórico que soporta el estudio”.

En tal sentido, en la presente investigación, no se considerará la elaboración de hipótesis, a razón de, ser una investigación descriptiva, el cual responderá a las preguntas del problema planteado.

### **IV. METODOLOGÍA**

#### **4.1.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de la investigación será no experimental, porque se estudiará conforme a la realidad, durante un tiempo determinado.

El tipo de investigación es aplicada con enfoque cuantitativo; aplicada porque nos basamos en una teoría existente, cuantitativo porque hay una recolección de datos (Encuesta).

El nivel de la investigación será descriptivo; descriptivo porque se realizará una descripción de las variables en un determinado tiempo.

#### **4.2.POBLACIÓN Y MUESTRA**

##### **Población**

En el distrito de San Juan Bautista de acuerdo al censo 2017 realizado en nuestro país, cuenta con 36,315 pobladores entre varones y mujeres, cuya

cantidad es un probable consumidor de los pollos a la brasa que ofrece la pollería Moly. Para un mejor estudio la selección del tamaño de muestra se obtendrá de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

**Donde:**

N: Total de la población

Z: Confianza

e: Margen de error

p: Proporción esperada

q: 1 – p

$$n = \frac{1.681^2 * 0.5 * 0.5 * 36315}{0.08^2(36315 - 1) + 1.681^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 110.05$$

$$n = \mathbf{110}$$

**Muestra**

Para la ejecución de las encuestas y de acuerdo a los datos establecidos en la fórmula de muestra resulta encuestar a 110 clientes de la pollería Moly.

### 4.3.DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA VALORATIVA
<b>Liderazgo Carismático</b>	Según Kotler, (2017) “El líder carismático es aquel que tiene la capacidad de generar entusiasmo en los trabajadores, es elegido por la forma en que da entusiasmo a las otras personas, destaca por su capacidad este líder puede dar muy buenos resultados a la empresa así como cambios y resultados en la empresa”.	La variable de liderazgo carismático se medirá a través de la técnica encuesta con la aplicación de un cuestionario.	<b>Entusiasmo</b>	Integridad	¿Muestra entusiasmo en la atención al cliente? ¿Muestra integridad la pollería Moly frente a sus consumidores?	<b>Escala de Likert</b>  1.Nunca 2.Casi nunca 3. A veces. 4.Casi siempre 5.Siempre
				Fortaleza	¿Mostrará fortaleza competitiva la pollería Moly? ¿Será una fortaleza los anuncios en Facebook e Instagram?	
				Destreza	¿La destreza será primordial hacia los consumidores de la pollería Moly?	
				Inspiración	¿La pollería Moly se inspira en ser líder en el mercado?	
			<b>Trabajo en equipo</b>	Disciplina	¿Muestra disciplina la pollería Moly al momento de ofrecer sus productos? ¿La pollería Moly aplica la disciplina al momento de hacer el delivery?	
				Compromiso	¿La pollería Moly aplica el compromiso con los protocolos de bioseguridad?	
				Cooperación	¿Muestran cooperación entre los colaboradores de la pollería Moly?	
				Responsabilidad	¿La pollería Moly muestra responsabilidad y puntualidad?	
			<b>Ética</b>	Valor	¿Muestran valor e importancia por sus consumidores de la pollería Moly?	
				Moral	¿La pollería Moly muestra buenas costumbres y normas?	
Principio	¿La pollería Moly aplica el principio ético?					

#### **4.4.TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

##### **Técnicas de recolección de datos**

La técnica de recolección de datos que se realizará es la encuesta, aplicada para poder obtener datos de la muestra determinada.

##### **Instrumento**

El instrumento para la investigación es el cuestionario, donde se formularán las preguntas con opciones que corresponden a las variables de estudio.

#### **4.5.PLAN DE ANÁLISIS**

Para la contratación de análisis se realizarán a través de herramientas que ayuden a interpretar los datos que se recolectaron durante la investigación estas herramientas podrán ser estadísticos como también gráficos.

#### 4.6.MATRIZ DE CONSISTENCIA

### LIDERAZGO CARISMÁTICO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO POLLERÍAS: CASO POLLERÍA MOLY, DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2021

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cuáles son las características del Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Describir las características del Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021</p>			Entusiasmo	Integridad fortaleza Destreza Inspiración	<p><b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b> Cuantitativo</p> <p><b>NIVEL DE INVESTIGACIÓN</b> Descriptivo</p>
<p><b>Problemas específicos</b></p> <p>1. ¿Cuáles son las características del entusiasmo en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021?</p> <p>2. ¿Cuáles son las características del trabajo en equipo en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021?</p> <p>3. ¿Cuál son las características de la ética en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021?</p> <p>4. ¿Cuál es el plan de mejora del Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021?</p>	<p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>1. Describir las características del entusiasmo en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021</p> <p>2. Describir las características del trabajo en equipo y en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021</p> <p>3. Describir las características de ética en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021</p> <p>4. Elaborar el plan de mejora del Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021</p>	<p>Según Arias Odón, El proyecto de investigación, (2018) Menciona que “en una investigación descriptiva no se formulan hipótesis, sin embargo es obvia la presencia de variables”.</p>	Liderazgo Carismático	Trabajo en equipo  Ética	Disciplina Compromiso Cooperación Responsabilidad  Valores Moral Principios	<p><b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b> No Experimental asimismo es de corte transversal.</p> <p><b>Población:</b> Se tiene una población total de 36,315 en el Distrito de San Juan Bautista. 2021.</p> <p><b>Muestra:</b> Está constituida por 110 consumidores de la pollería Moly en el distrito de San Juan Bautista 2021.</p>

#### **4.7.PRINCIPIOS ÉTICOS**

Según el Código de Ética para la investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, el trabajo de investigación se basó en:

El principio de protección a la persona, el cual define como “todo ser humano en el campo de su proceso de investigación es un fin o no el medio, y como tal necesita todo tipo de cuidado y de la reversa”. La Ética para la investigación versión 002, aprobado por el consejo Universitario con Resolución N°0973-2019-CU-ULADECH Católica, de fecha 09MAY2021, en ese sentido la investigación que lleva por título “Liderazgo Carismático en las Micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: caso pollería Moly, Distrito de San Juan Bautista, 2021”, está enmarcado dentro del principio de las buenas prácticas, evitando incurrir en faltas deontológicas como se menciona:

1. Falsificar o inventar datos total o parcial.
2. Plagiar lo publicado por otros autores.
3. Las fuentes bibliográficas deben ser citados de acuerdo a normas APA.

De esta manera el presente trabajo de investigación se garantiza la calidad de su contenido y está sujeto a las sanciones ante cualquier incumplimiento de las normas de ética en el ejercicio de la investigación.

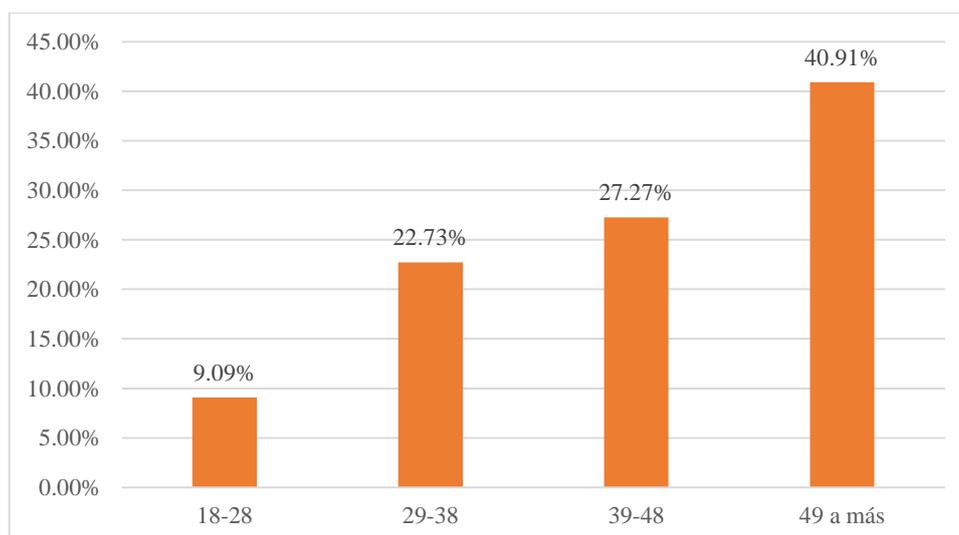
## V. RESULTADOS

### 5.1.RESULTADOS

*Tabla N° 1: Cuadro de edades*

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
18-28	10	0.09	9.09%
29-38	25	0.23	22.73%
39-48	30	0.27	27.27%
49 a más	45	0.41	40.91%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



*Figura N° 1: Cuadro de edades*

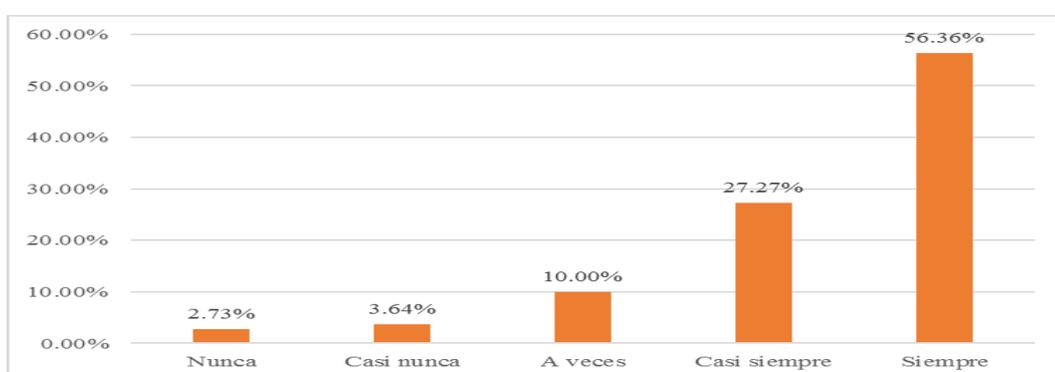
#### **Elaboración Propia.**

**Interpretación:** Del 100% (110 encuestados) el 40.91% (45 encuestados) tienen entre 49 años a más, el 27.27% (30 encuestados) tienen entre los 39 a 48 años, el 22.73% (25 encuestados) tienen entre los 29 a 38 años, mientras que el 9.09% (10 encuestados) tienen entre los 18 a 28. De la información obtenida se puede apreciar que la mayoría de los encuestados poseen entre los 49 años a más.

**Tabla N° 2:** Entusiasmo en la atención al cliente

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	3	0.03	2.73%
Casi nunca	4	0.04	3.64%
A veces	11	0.10	10.00%
Casi siempre	30	0.27	27.27%
Siempre	62	0.56	56.36%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 2:** Entusiasmo en la atención al cliente

**Elaboración Propia.**

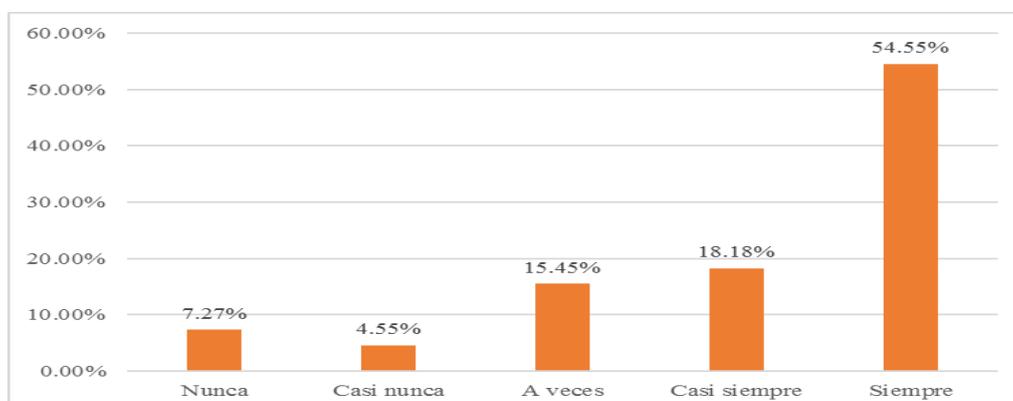
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly muestra entusiasmo a sus clientes se obtuvo que, el 56.36% (62 encuestados) afirman que siempre muestran entusiasmo al cliente, el 27.27% (30 encuestados) afirman que casi siempre muestra entusiasmo, el 10% (11 encuestados) afirman que a veces muestra entusiasmo, el 3.64% (4 encuestados) afirman que casi nunca muestra entusiasmo y un 2.73% (3 encuestados) afirman que nunca muestra entusiasmo.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 56.36% (62 encuestados) afirman que la pollería Moly muestra entusiasmo en la atención al cliente.

**Tabla N° 3: Integridad de la pollería Moly**

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	8	0.07	7.27%
Casi nunca	5	0.05	4.55%
A veces	17	0.15	15.45%
Casi siempre	20	0.18	18.18%
Siempre	60	0.55	54.55%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 3: Integridad de la pollería Moly**

**Elaboración Propia.**

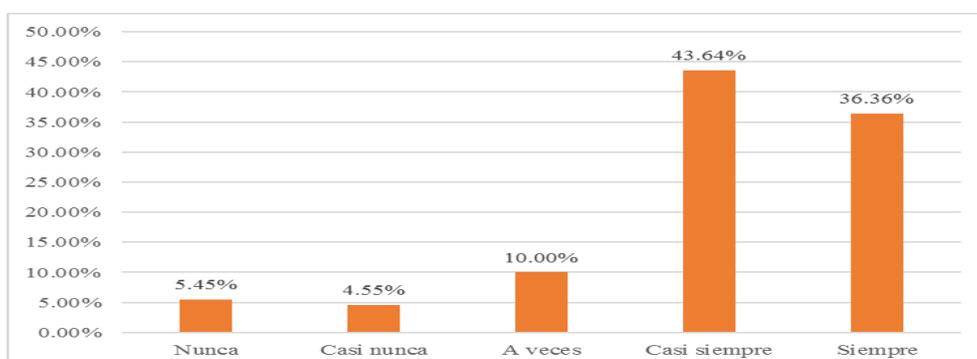
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly muestra integridad a sus consumidores se obtuvo que, el 54.55% (60 encuestados) afirman que siempre muestran integridad, el 18.18% (20 encuestados) afirman que casi siempre muestra integridad, el 15.45% (17 encuestados) afirman que a veces muestra integridad, el 4.55% (5 encuestados) afirman que casi nunca muestra integridad y un 7.27% (8 encuestados) afirman que nunca muestra integridad.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 54.55% (60 encuestados), afirman que la pollería Moly si muestra integridad a los consumidores.

**Tabla N° 4:** Fortaleza competitiva de la pollería Moly

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	6	0.05	5.45%
Casi nunca	5	0.05	4.55%
A veces	11	0.10	10.00%
Casi siempre	48	0.44	43.64%
Siempre	40	0.36	36.36%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 4:** Fortaleza competitiva de la pollería Moly

**Elaboración Propia.**

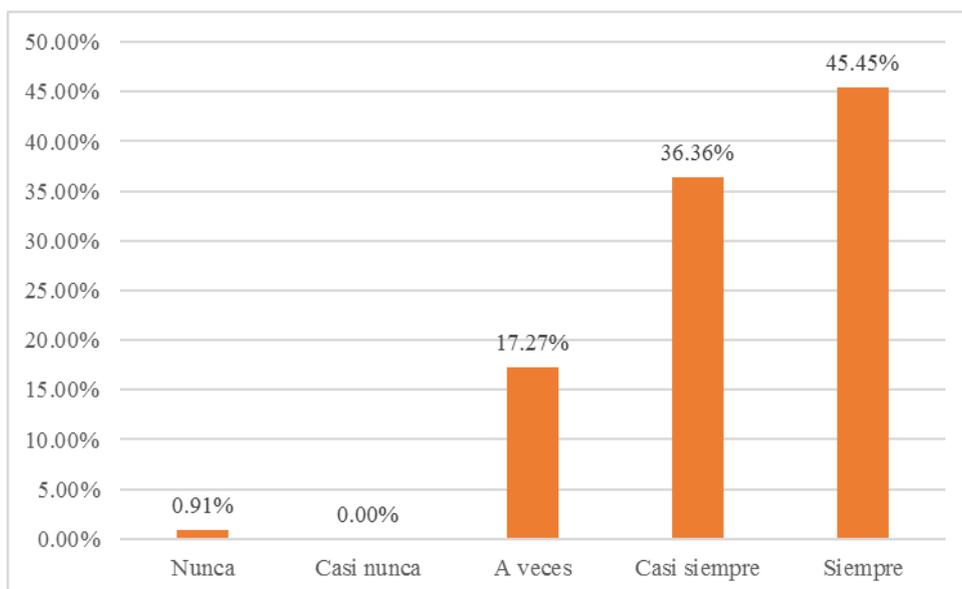
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly muestra fortaleza competitiva se obtuvo que, el 36.36% (40 encuestados) afirman que siempre muestran fortaleza, el 43.64% (48 encuestados) afirman que casi siempre muestran fortaleza, el 10% (11 encuestados) afirman que a veces muestran fortaleza, el 4.55% (5 encuestados) afirman que casi nunca muestran fortaleza y un 5.45% (6 encuestados) afirman que nunca muestran fortaleza.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 43.64% (48 encuestados) la pollería Moly casi siempre muestran fortaleza competitiva.

**Tabla N° 5:** Los anuncios en Facebook e Instagram como fortaleza de la pollería Moly

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	1	0.01	0.91%
Casi nunca	0	0.00	0.00%
A veces	19	0.17	17.27%
Casi siempre	40	0.36	36.36%
Siempre	50	0.45	45.45%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 5:** Los anuncios en Facebook e Instagram como fortaleza de la pollería Moly

**Elaboración Propia.**

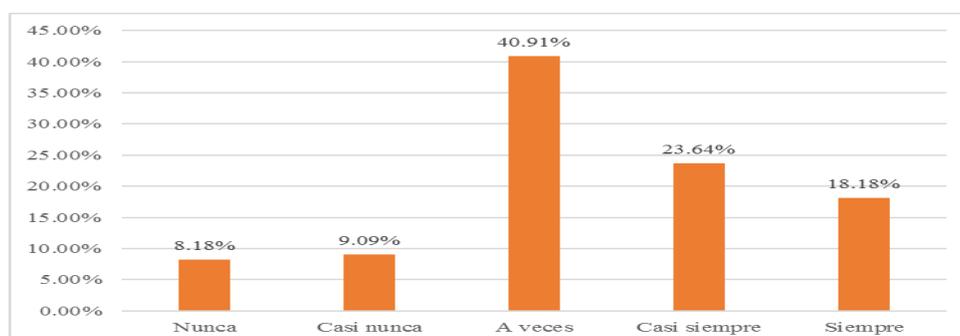
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly muestra fortaleza en sus anuncios a través de Facebook e Instagram, el 45.45% (50 encuestados) afirman que siempre muestran fortaleza en sus anuncios, el 36.36% (40 encuestados) afirman que casi siempre muestran fortaleza en sus anuncios, el 17.27% (19 encuestados) afirman que a veces muestran fortaleza en sus anuncios, el 0.00% (0 encuestados) afirman que casi nunca muestran fortaleza en sus anuncios y un 0.91% (1 encuestado) afirman que nunca muestran fortaleza en sus anuncios.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 45.45% (50 encuestados) afirman que la pollería Moly siempre muestran fortaleza en los anuncios de Facebook e Instagram.

**Tabla N° 6:** La destreza de la pollería Moly

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	9	0.08	8.18%
Casi nunca	10	0.09	9.09%
A veces	45	0.41	40.91%
Casi siempre	26	0.24	23.64%
Siempre	20	0.18	18.18%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 6:** La destreza de la pollería Moly?

**Elaboración Propia.**

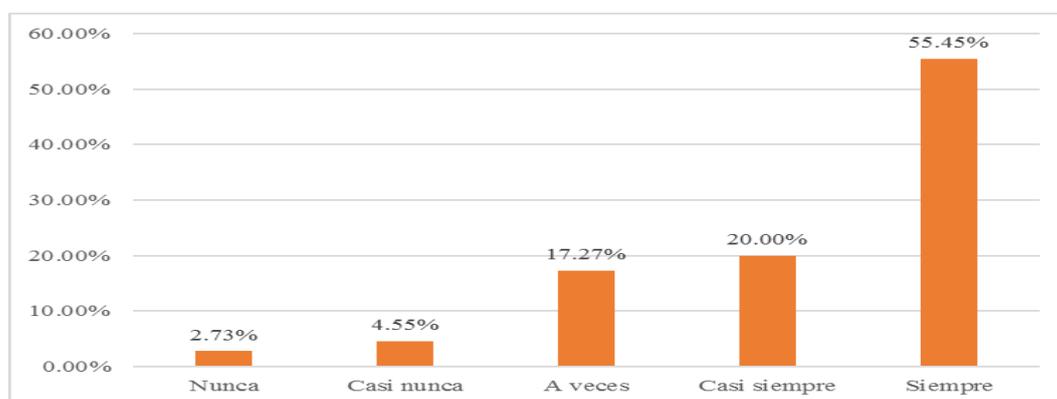
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly muestra destreza, el 18.18% (20 encuestados) afirman que siempre muestran destreza, el 23.64% (26 encuestados) afirman que casi siempre muestran destreza, el 40.91% (45 encuestados) afirman que a veces muestran destreza, el 9.09% (10 encuestados) afirman que casi nunca muestran destreza y un 8.18% (9 encuestados) afirman que nunca muestran destreza primordial hacia los consumidores.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 40.91% (45 encuestados) afirman que la pollería Moly a veces muestran destreza.

**Tabla N° 7:** La pollería Moly como líder en el mercado

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	3	0.03	2.73%
Casi nunca	5	0.05	4.55%
A veces	19	0.17	17.27%
Casi siempre	22	0.20	20.00%
Siempre	61	0.55	55.45%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 7:** La pollería Moly como líder en el mercado

**Elaboración Propia.**

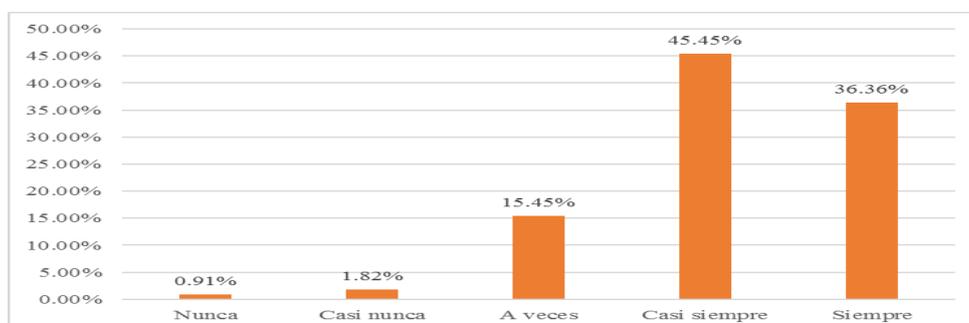
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly se inspira a ser líder, el 55.45% (61 encuestados) afirman que siempre se inspira en ser líder, el 20.00% (22 encuestados) afirman que casi siempre se inspira en ser líder, el 17.27% (19 encuestados) afirman que a veces se inspira en ser líder, el 4.55% (5 encuestados) afirman que casi nunca se inspira en ser líder y un 2.73% (3 encuestados) afirman que nunca aspira en ser líder en el mercado.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 55.45% (61 encuestados) afirman que la pollería Moly si se inspira en ser líder.

**Tabla N° 8:** muestra disciplina al momento de ofrecer sus productos

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	1	0.01	0.91%
Casi nunca	2	0.02	1.82%
A veces	17	0.15	15.45%
Casi siempre	50	0.45	45.45%
Siempre	40	0.36	36.36%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 8:** muestra disciplina al momento de ofrecer sus productos

**Elaboración Propia.**

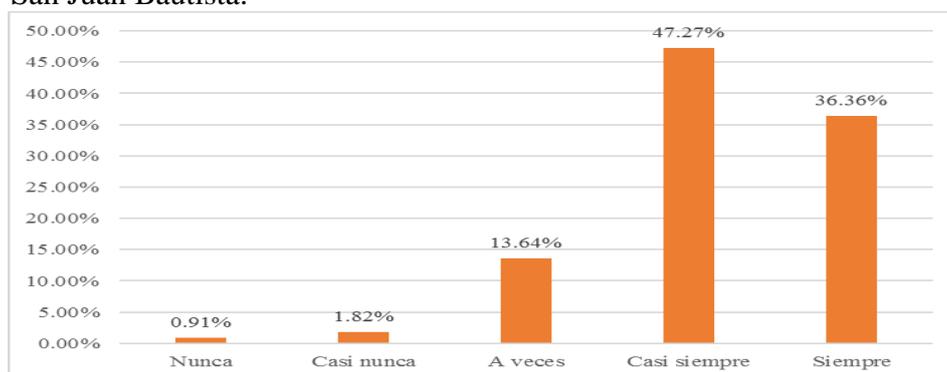
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly muestra disciplina se obtuvo que, el 36.36% (40 encuestados) afirman que siempre muestran disciplina, el 45.45% (50 encuestados) afirman que casi siempre muestran disciplina, el 15.45% (17 encuestados) afirman que a veces muestran disciplina, el 1.82% (2 encuestados) afirman que casi nunca muestran disciplina y un 0.91% (1 encuestados) afirman que nunca muestran disciplina.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 45.45% (50 encuestados) afirman que la pollería Moly casi siempre muestra disciplina al momento de ofrecer sus productos.

**Tabla N° 9:** Muestra la disciplina al momento de hacer el delivery

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	1	0.01	0.91%
Casi nunca	2	0.02	1.82%
A veces	15	0.14	13.64%
Casi siempre	52	0.47	47.27%
Siempre	40	0.36	36.36%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 9:** Muestra la disciplina al momento de hacer el delivery

**Elaboración Propia.**

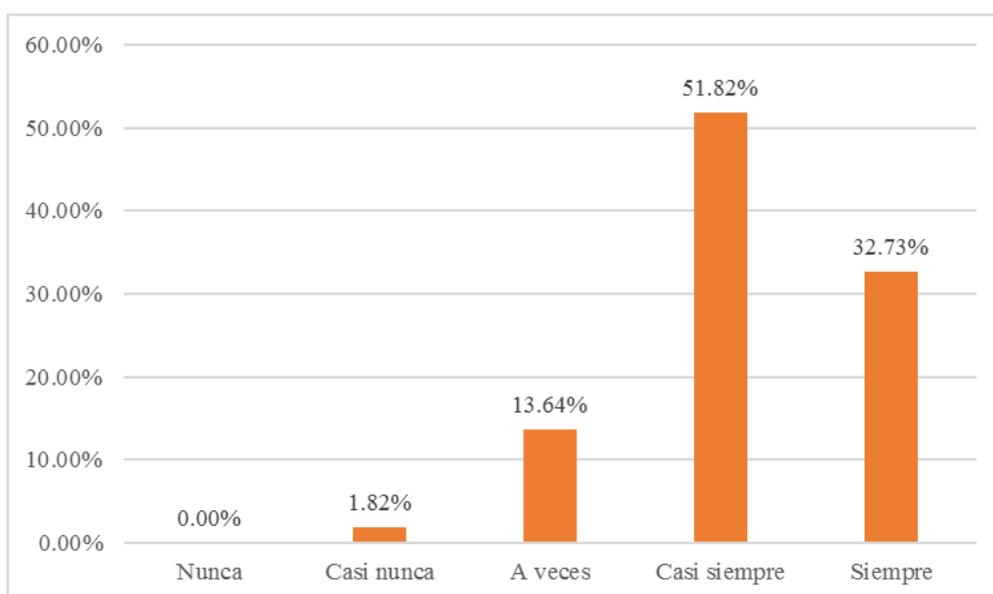
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly muestra disciplina al momento de hacer el delivery se obtuvo que, el 36.36% (40 encuestados) afirman que siempre muestran disciplina al hacer delivery, el 47.27% (52 encuestados) afirman que casi siempre muestran disciplina, el 13.64% (15 encuestados) afirman que a veces muestran disciplina, el 1.82% (2 encuestados) afirman que casi nunca muestran disciplina y un 0.91% (1 encuestados) afirman que nunca muestran disciplina al momento de hacer el delivery.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 47.27% (52 encuestados) afirman que la pollería Moly casi siempre muestra disciplina en hacer el delivery.

**Tabla N° 10:** El compromiso de la pollería Moly con los protocolos de bioseguridad

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00	0.00%
Casi nunca	2	0.02	1.82%
A veces	15	0.14	13.64%
Casi siempre	57	0.52	51.82%
Siempre	36	0.33	32.73%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 10:** El compromiso de la pollería Moly con los protocolos de bioseguridad

**Elaboración Propia.**

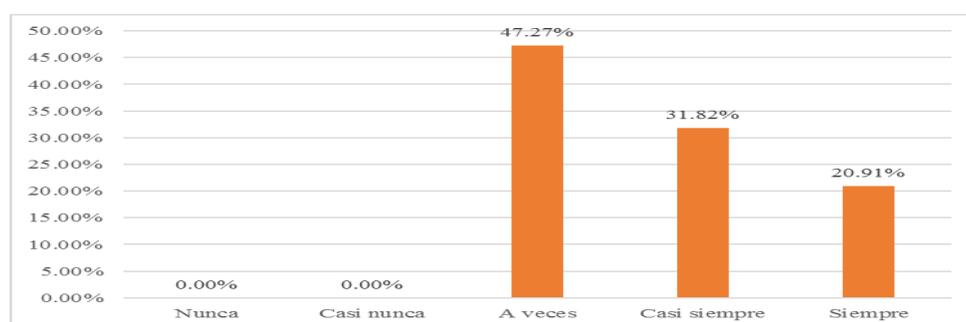
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly muestra compromiso con los protocolos de bioseguridad se obtuvo que, el 32.73% (36 encuestados) afirman que siempre muestra compromiso con los protocolos de bioseguridad, el 51.82% (57 encuestados) afirman que casi siempre muestra compromiso con los protocolos de bioseguridad, el 13.64% (15 encuestados) afirman que a veces muestra compromiso con los protocolos de bioseguridad, el 1.82% (2 encuestados) afirman que casi nunca muestra compromiso con los protocolos de bioseguridad y un 0.00% (0 encuestados) afirman que nunca muestra compromiso con los protocolos de bioseguridad.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 51.82% (57 encuestados) afirman que la pollería Moly casi siempre muestra compromiso con los protocolos de bioseguridad.

**Tabla N° 11:** Cooperación entre los colaboradores de la pollería Moly

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00	0.00%
Casi nunca	0	0.00	0.00%
A veces	52	0.47	47.27%
Casi siempre	35	0.32	31.82%
Siempre	23	0.21	20.91%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 11:** Cooperación entre los colaboradores de la pollería Moly

**Elaboración Propia.**

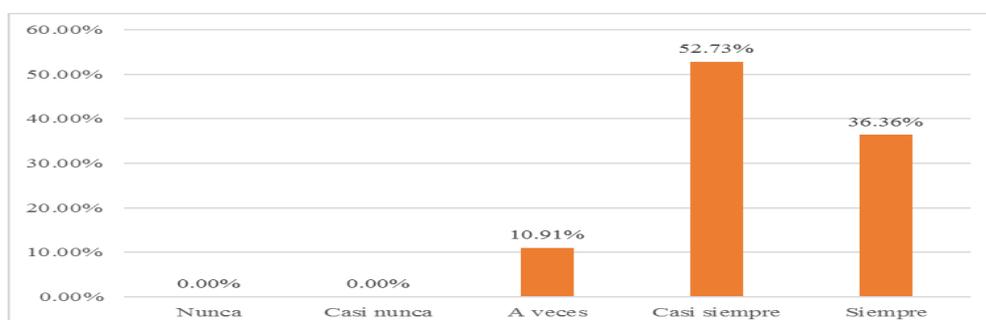
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly muestra cooperación entre los colaboradores se obtuvo que, el 20.91% (23 encuestados) afirman que siempre muestran cooperación entre los colaboradores, el 31.82% (35 encuestados) afirman que casi siempre muestra cooperación, el 47.27% (52 encuestados) afirman que a veces muestran cooperación, el 0.00% (0 encuestados) afirman que casi nunca muestran cooperación y un 0.00% (0 encuestados) afirman que nunca muestran cooperación entre los colaboradores de la pollería Moly.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 47.27% (52 encuestados) afirman que en la pollería Moly a veces muestran cooperación entre los colaboradores.

**Tabla N° 12:** Responsabilidad y puntualidad de la pollería Moly

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00	0.00%
Casi nunca	0	0.00	0.00%
A veces	12	0.11	10.91%
Casi siempre	58	0.53	52.73%
Siempre	40	0.36	36.36%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 12:** Responsabilidad y puntualidad de la pollería Moly  
**Elaboración Propia.**

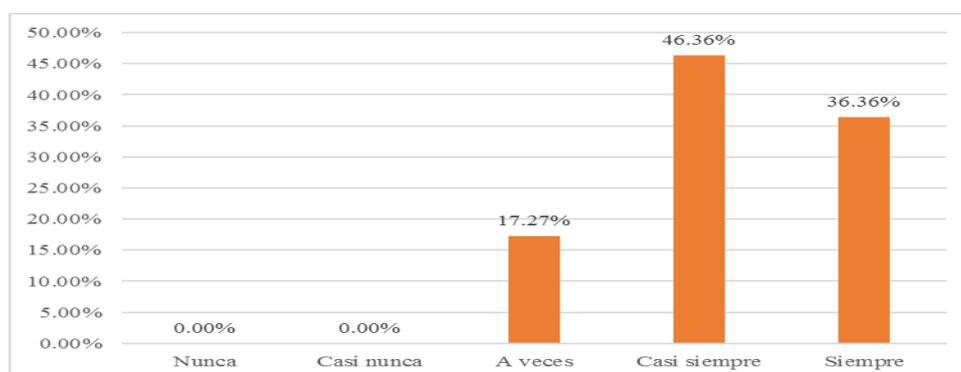
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly muestra responsabilidad y puntualidad se obtuvo que, el 36.36% (40 encuestados) afirman que siempre muestran responsabilidad y puntualidad, el 52.73% (58 encuestados) afirman que casi siempre muestran responsabilidad y puntualidad, el 10.91% (12 encuestados) afirman que a veces muestran responsabilidad y puntualidad, el 0.00% (0 encuestados) afirman que casi nunca muestran responsabilidad y puntualidad 0.00% (0 encuestados) afirman que nunca muestran responsabilidad y puntualidad.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 52.73% (58 encuestados) afirman que la pollería Moly casi siempre muestra responsabilidad y puntualidad.

**Tabla N° 13:** Valor e importancia de la pollería Moly por sus consumidores

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00	0.00%
Casi nunca	0	0.00	0.00%
A veces	19	0.17	17.27%
Casi siempre	51	0.46	46.36%
Siempre	40	0.36	36.36%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 13:** Valor e importancia de la pollería Moly por sus consumidores

**Elaboración Propia.**

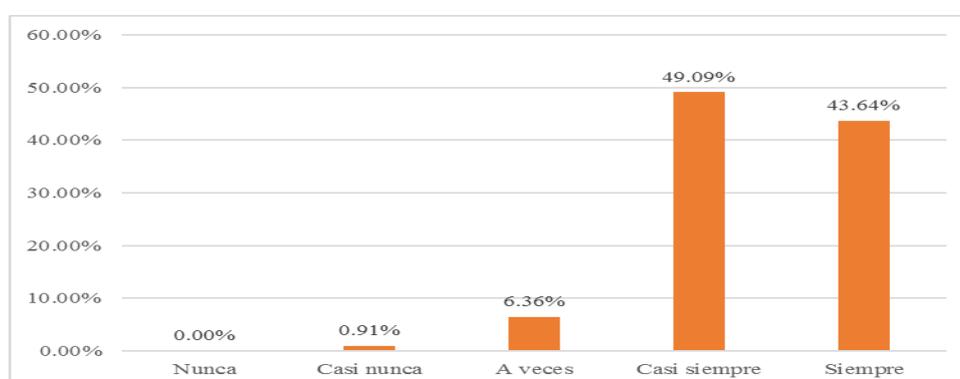
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly muestra valor e importancia por sus consumidores se obtuvo que, el 36.36% (40 encuestados) afirman que siempre muestra valor e importancia, el 46.36% (51 encuestados) afirman que casi siempre muestra valor e importancia, el 17.27% (19 encuestados) afirman que a veces muestra valor e importancia, el 0.00% (0 encuestados) afirman que casi nunca y el 0.00% (0 encuestados) afirman que nunca.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 46.36% (51 encuestados) afirman que la pollería Moly casi siempre muestra valor e importancia por sus consumidores.

**Tabla N° 14:** Buenas costumbres y normas de la pollería Moly

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00	0.00%
Casi nunca	1	0.01	0.91%
A veces	7	0.06	6.36%
Casi siempre	54	0.49	49.09%
Siempre	48	0.44	43.64%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 14:** Buenas costumbres y normas de la pollería Moly

**Elaboración Propia.**

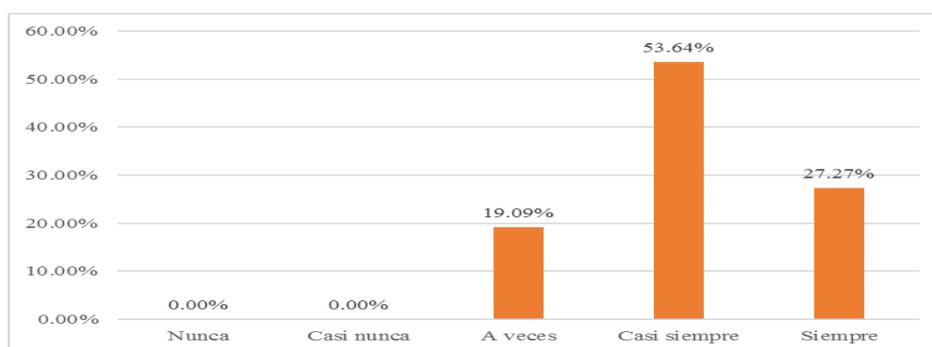
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly muestra buenas costumbres y normas se obtuvo que, el 43.64% (48 encuestados) afirman que siempre muestran buenas costumbres y normas, el 49.09% (54 encuestados) afirman que casi siempre muestra buenas costumbres y normas, el 6.36% (7 encuestados) afirman que a veces muestra buenas costumbres y normas, el 0.91% (1 encuestados) afirman que casi nunca y un 0.00% (0 encuestados) afirman que nunca muestran buenas costumbres y normas.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 49.09% (54 encuestados) afirman que la pollería Moly casi siempre muestra buenas costumbres y normas.

**Tabla N° 15:** Principio ético de la pollería Moly

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	
		DECIMALES	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00	0.00%
Casi nunca	0	0.00	0.00%
A veces	21	0.19	19.09%
Casi siempre	59	0.54	53.64%
Siempre	30	0.27	27.27%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la pollería Moly, en el distrito de San Juan Bautista.



**Figura N° 15:** Principio ético de la pollería Moly

**Elaboración Propia.**

**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100%, en relación a la interrogante, si la pollería Moly muestra principio ético se obtuvo que, el 27.27% (30 encuestados) afirman que siempre aplica principio ético, el 53.64% (59 encuestados) afirman que casi siempre aplica principio ético, el 19% (09 encuestados) afirman que a veces aplica principio ético, el 0.00% (0 encuestados) afirman que casi nunca muestra el principio ético, y un 0.00% (0 encuestados) afirman que nunca aplica principio ético.

**Conclusión:** Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 53.64% (59 encuestados) afirman que la pollería Moly casi siempre aplican principio ético en la Pollería Moly.

## 5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

De los resultados obtenidos a través de una encuesta a 110 clientes de la pollería Moly, el cual representa al 100% el 40.91% (45 encuestados) tienen entre 49 años a más, el 27.27% (30 encuestados) entre los 39 a 48 años, el 22.73% (25 encuestados) entre los 29 a 38 años, mientras que el 9.09% (10 encuestados) entre los 18 a 28. De la información obtenida se puede ver que la mayoría de consumidores están entre los 49 años a más.

**Según el objetivo específico 1. Describir las características del entusiasmo en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021**

### Tabla N° 02

Del resultado obtenido referente a la tabla N° 2 los encuestados en un 56.36% (62 encuestados) afirman que siempre muestran entusiasmo al cliente, el 27.27% (30 encuestados) afirman que casi siempre muestra entusiasmo, el 10% (11 encuestados) afirman que a veces muestra entusiasmo, el 3.64% (4 encuestados) afirman que casi nunca muestra entusiasmo y un 2.73% (3 encuestados) afirman que nunca muestra entusiasmo. Se encuentra una similitud según Hernández, (2017) en su investigación titulada *El Liderazgo carismático una aproximación al Entusiasmo y perspectiva*, en el que concluye lo siguiente: Los estudios realizados se puede notar que el 67% de las micro y pequeña empresa que los colaboradores ponen empeño en su negocio bajo la constante capacitación del líder y recompensar con un buen salario a sus trabajadores aplicando el buen trato. La tabla muestra un considerable porcentaje de que siempre se muestra entusiasmo en la atención al cliente.

### **Tabla N° 03**

Según la interrogante ¿Muestra integridad la pollería Moly frente a sus consumidores? Se obtuvo lo siguiente: el 54.55% (60 encuestados) afirman que siempre muestran integridad, el 18.18% (20 encuestados) afirman que casi siempre muestra integridad, el 15.45% (17 encuestados) afirman que a veces muestra integridad, el 4.55% (5 encuestados) afirman que casi nunca muestra integridad y un 7.27% (8 encuestados) afirman que nunca muestra interés.

### **Tabla N° 04**

Según la interrogante ¿Mostrará fortaleza competitiva la pollería Moly?, se obtuvo que, el 36.36% (40 encuestados) afirman que siempre muestran fortaleza, el 43.64% (48 encuestados) afirman que casi siempre muestran fortaleza, el 10% (11 encuestados) afirman que a veces muestran fortaleza, el 4.55% (5 encuestados) afirman que casi nunca muestran fortaleza y un 5.45% (6 encuestados) afirman que nunca muestran fortaleza.

### **Tabla N° 05**

Según la interrogante ¿Será una fortaleza los anuncios en Facebook e Instagram?, se obtuvo que, el 45.45% (50 encuestados) afirman que siempre muestran fortaleza en sus anuncios, el 36.36% (40 encuestados) afirman que casi siempre muestran fortaleza en sus anuncios, el 17.27% (19 encuestados) afirman que a veces muestran fortaleza en sus anuncios, el 0.00% (0 encuestados) afirman que casi nunca muestran fortaleza en sus anuncios y un 0.91% (1 encuestado) afirman que nunca muestran fortaleza en sus anuncios.

### **Tabla N° 06**

Según la interrogante ¿La destreza será primordial hacia los consumidores de la pollería Moly?, se obtuvo que, el 18.18% (20 encuestados) afirman que siempre muestran destreza, el 23.64% (26 encuestados) afirman que casi siempre muestran destreza, el 40.91% (45 encuestados) afirman que a veces muestran destreza, el 9.09% (10 encuestados) afirman que casi nunca muestran destreza y un 8.18% (9 encuestados) afirman que nunca muestran destreza primordial hacia los consumidores. Según Hernández, (2017) en su tesis titulado: *El liderazgo organizacional una aproximación desde la perspectiva*. Se concluye lo siguiente: Objetivo de la comunicación en una organización la comunicación en la empresa tiene como objetivo el desempeño y trabajo en equipo ya que es fundamental en toda organización es decir es un grupo de personas se transforma en equipo en la medida en que alcanza cohesión.

Según Chacin de Mujica, (2017) “Un equipo es un conjunto de personas que realiza una obra común, lo cual los vincula, los organiza y orienta hacia objetivos compartidos un equipo es un conjunto de personas que realiza una tarea para alcanzar resultados”.

### **Tabla N° 07**

Según la interrogante ¿La pollería Moly se inspira en ser líder en el mercado?, se obtuvo que, el 55.45% (61 encuestados) afirman que siempre se inspira en ser líder, el 20.00% (22 encuestados) afirman que casi siempre se inspira en ser líder, el 17.27% (19 encuestados) afirman que a veces se inspira en ser líder, el 4.55% (5 encuestados) afirman que casi nunca se inspira en ser líder y un 2.73% (3 encuestados) afirman que nunca aspira en ser líder en el mercado.

**Según el objetivo específico 2. Describir las características del trabajo en equipo en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021**

**Tabla N° 08**

Según la interrogante ¿Muestra disciplina la pollería Moly al momento de ofrecer sus productos?, se obtuvo que, el 36.36% (40 encuestados) afirman que siempre muestran disciplina, el 45.45% (50 encuestados) afirman que casi siempre muestran disciplina, el 15.45% (17 encuestados) afirman que a veces muestran disciplina, el 1.82% (2 encuestados) afirman que casi nunca muestran disciplina y un 0.91% (1 encuestados) afirman que nunca muestran disciplina. Se muestra un porcentaje considerable que en su mayoría de 45.45% (50 encuestados) afirman que la pollería Moly casi siempre muestra disciplina al momento de ofrecer sus productos.

**Tabla N° 09**

Según la interrogante ¿La pollería Moly aplica la disciplina al momento de hacer el delivery?, se obtuvo que, el 36.36% (40 encuestados) afirman que siempre muestran disciplina al hacer delivery, el 47.27% (52 encuestados) afirman que casi siempre muestran disciplina, el 13.64% (15 encuestados) afirman que a veces muestran disciplina, el 1.82% (2 encuestados) afirman que casi nunca muestran disciplina y un 0.91% (1 encuestados) afirman que nunca muestran disciplina al momento de hacer el delivery. Según Gonzales, (2001 - 2011), tiene como base la consideración, la honestidad y la responsabilidad cuyo valor es el respeto a los demás y la dignidad del ser humano.

Un líder es honesto cuando actúa de acuerdo con lo que dice y se compromete así como una de sus características del líder carismático según TRACK, (2018) existen ciertas actitudes o rasgos que nos ayudan a identificar a un líder carismático de otros tipos de líderes tiene gran capacidad de convicción, capaz de asumir rasgos, tiene buena capacidad de persuasión y es un buen motivador. La disciplina forma parte de la ética del líder.

#### **Tabla N° 10**

Según la interrogante La pollería Moly aplica el compromiso con los protocolos de bioseguridad?, se obtuvo que, el 51.82% (57 encuestados) afirman que casi siempre muestra compromiso con los protocolos de bioseguridad, el 13.64% (15 encuestados) afirman que a veces muestra compromiso con los protocolos de bioseguridad, el 1.82% (2 encuestados) afirman que casi nunca muestra compromiso con los protocolos de bioseguridad y un 0.00% (0 encuestados) afirman que nunca muestra compromiso con los protocolos de bioseguridad.

#### **Tabla N° 11**

Según la interrogante ¿Muestran cooperación entre los colaboradores de la pollería Moly?, se obtuvo que, el 20.91% (23 encuestados) afirman que siempre muestran cooperación entre los colaboradores, el 31.82% (35 encuestados) afirman que casi siempre muestra cooperación, el 47.27% (52 encuestados) afirman que a veces muestran cooperación, el 0.00% (0 encuestados) afirman que casi nunca muestran cooperación y un 0.00% (0 encuestados) afirman que nunca muestran cooperación entre los colaboradores de la pollería Moly.

### **Tabla N° 12**

Según la interrogante ¿La pollería Moly muestra responsabilidad y puntualidad?, se obtuvo que, el 36.36% (40 encuestados) afirman que siempre muestran responsabilidad y puntualidad, el 52.73% (58 encuestados) afirman que casi siempre muestran responsabilidad y puntualidad, el 10.91% (12 encuestados) afirman que a veces muestran responsabilidad y puntualidad, el 0.00% (0 encuestados) afirman que casi nunca muestran responsabilidad y puntualidad 0.00% (0 encuestados) afirman que nunca muestran responsabilidad y puntualidad.

**Según el objetivo específico 3. Describir las características de ética en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021**

### **Tabla N° 13**

Según la interrogante ¿Muestran valor e importancia por sus consumidores de la pollería Moly?, se obtuvo que, el 36.36% (40 encuestados) afirman que siempre muestra valor e importancia, el 46.36% (51 encuestados) afirman que casi siempre muestra valor e importancia, el 17.27% (19 encuestados) afirman que a veces muestra valor e importancia, el 0.00% (0 encuestados) afirman que casi nunca y el 0.00% (0 encuestados) afirman que nunca.

### **Tabla N°14**

Según la interrogante ¿La pollería Moly muestra buenas costumbres y normas?, se obtuvo que, el 43.64% (48 encuestados) afirman que siempre

muestran buenas costumbres y normas, el 49.09% (54 encuestados) afirman que casi siempre muestra buenas costumbres y normas, el 6.36% (7 encuestados) afirman que a veces muestra buenas costumbres y normas, el 0.91% (1 encuestados) afirman que casi nunca y un 0.00% (0 encuestados) afirman que nunca muestran buenas costumbres y normas.

### **Tabla N°15**

Según la interrogante ¿La pollería Moly aplica el principio ético?, se obtuvo que, el 27.27% (30 encuestados) afirman que siempre aplica principio ético, el 53.64% (59 encuestados) afirman que casi siempre aplica principio ético, el 19% (09 encuestados) afirman que a veces aplica principio ético, el 0.00% (0 encuestados) afirman que casi nunca muestra el principio ético, y un 0.00% (0 encuestados) afirman que nunca aplica principio ético. Según Reátegui, (2021) La confianza entre un líder y sus equipos de trabajo es también otro de los aspectos clave en un contexto como el que vivimos y se construye con el paso del tiempo y la ética es los valores, principios, deberes y derechos que orientan cada profesión con base en la responsabilidad. La ética profesional se concreta en el código de ética profesional.

**Según el objetivo específico 4. Elaborar el plan de mejora del Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021, se elabora el siguiente cuadro:**

<b>Problema encontrado</b>	<b>Causa</b>	<b>Propuesta de mejora</b>	<b>Responsable</b>
Si bien es cierto la pollería Moly obtuvo buenos resultados en relación a la dimensión del entusiasmo, se detectó que un 40.91% (45 encuestados), afirman que la pollería Moly, a veces muestra destreza hacia sus consumidores.	Provocando un ambiente tenso y un poco incómodo para los encuestados que mencionaron que a veces se muestra destreza.	Capacitar y promover la destreza al personal, antes del inicio de las labores.	Encargado
Falta de relación y mayor comunicación entre los colaboradores de la pollería Moly, ya que, el 47.27% (52 encuestados) afirman que solo a veces hay cooperación.	Menor comunicación y atención rápida y oportuna.	Delegar funciones a cada trabajador, asimismo promover la cooperación y compañerismo entre ellos.	Encargado
El 51.82 % y el 13.64%, afirman que la pollería Moly casi siempre y a veces respectivamente, muestra compromiso con los protocolos de bioseguridad, siendo la Covid-19, un problema a nivel mundial.	No logran distribuir personal suficiente para la desinfección continua de todas las mesas y ambientes, causando con ello posibles contagios.	Designar un personal fijo en la entrada de la pollería Moly, a fin de que este pueda desinfectar las manos y habilitar un recipiente con lejía y agua para la desinfección de	Encargado

		<p>calzados, y así reducir los posibles contagios.</p> <p>Asimismo, designar un personal para el ordenamiento adecuado de las filas.</p> <p>Finalmente, designar un personal que este constantemente desinfectando las mesas, pisos y demás ambientes.</p>	
--	--	--	--

## PLAN DE MEJORA

### 1. Datos generales

- 1.1 Razón social: Pollería Moly, fundada en el 2012.
- 1.2 Ubicación: Micaela Bastidas 595 - San Juan Bautista.
- 1.3 Representante: José Luis Cárdenas Aparicio.
- 1.4 Actividad económica: Venta de pollos a la brasa.
- 1.5 Teléfono: 066-313513
- 1.6 Horario de atención: 12:00p.m. a 10:00p.m.

### 2. Justificación

Desarrollar el plan de mejora es importante porque la pollería Moly, muestra pequeñas deficiencias que se irán mejorando, al aplicar el presente plan de mejora, así mejorar la interacción no solo entre los colaboradores sino también en los consumidores para que pueda existir mayor demanda.

## PLAN DE ACTIVIDADES

Actividades	Responsable	Tiempo
Capacitaciones en temas de liderazgo carismático.	Encargado	5 meses
Inducción al personal 20 minutos antes, sobre las habilidades que debería mejorar cada personal.	Encargado	2 meses
Talleres de capacitación para el encargado y/o representante de la pollería Moly.	Encargado	3 meses
Mejorar los protocolos de bioseguridad en la pollería Moly.	Colaboradores y Responsables	5 meses

### CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Acciones	2021				
		JUL	AGO	SET	OCT	NOV
Capacitaciones en temas de liderazgo carismático.	Capacitar al personal en temas relacionados a todo lo que interviene en el liderazgo carismático	X		X		
Inducción al personal 20 minutos antes, sobre las habilidades que debería mejorar cada personal.	Reunir al personal 20 minutos antes de empezar con las labores del día, indicando y fortaleciendo las habilidades de cada uno	X	X	X	X	X
Talleres de capacitación para el encargado y/o representante de la pollería Moly.	El encargado y/o representante, deberá inscribirse en talleres virtuales y/o físicos en temas de liderazgo carismático y relación con el personal y clientes.	X			X	
Mejorar los protocolos de bioseguridad en la pollería Moly.	Designar un personal fijo en la entrada de la pollería Moly, para que desinfecte las manos.	X	X	X	X	X
	Habilitar un recipiente con lejía y agua para	X	X	X	X	X

	la desinfección de calzados					
	Habilitar en la entrada u lavadero de manos.	X	X	X	X	X
	Designar un personal para el ordenamiento adecuado de las filas.	X	X	X	X	X
	Designar un personal que este constantemente desinfectando las mesas, pisos y demás ambientes.	X	X	X	X	X

**PRESUPUESTO**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Capacitador	1	Persona	S/ 950.00	S/ 950.00
Cursos en línea	3	Unidad	S/ 70.00	S/ 210.00
Cursos presenciales	1	Unidad	S/ 100.00	S/ 100.00
Lavadero de manos	2	Unidad	S/ 150.00	S/ 300.00
Recipientes para calzados	2	Unidad	S/ 20.00	S/ 40.00
Pegatinas que indiquen el distanciamiento obligatorio.	10	Unidad	S/ 5.00	S/ 50.00
Alcohol en gel	30	Unidad	S/ 25.00	S/ 750.00
Alcohol medicinal	60	Unidad	S/ 10.00	S/ 600.00
Lejía	30	Unidad	S/ 30.00	S/ 900.00
Guantes quirúrgicos	10	Cajas	S/ 50.00	S/ 500.00
Gorros cubre cabellos	10	Cajas	S/ 35.00	S/ 350.00
Mascarillas quirúrgicas	10	Cajas	S/ 35.00	S/ 350.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 5,100.00</b>

## **VI. CONCLUSIONES**

De acuerdo al objetivo general: Describir las Características del Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021, se concluye que el liderazgo carismático se aplica en gran porcentaje en la pollería Moly, ya que, los clientes encuestados en su gran mayoría manifiestan que casi siempre muestran buenas costumbres y normas, asimismo muestran práctica de los principios éticos.

De acuerdo al primer objetivo específico: Describir las características del entusiasmo en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021; los clientes señalan en un 56.36% que un ambiente positivo en el lugar de trabajo crea una atmósfera de entusiasmo y motivación eso hace que exista mayor rendimiento en la pollería Moly, pese a ello se demuestra deficiencia en la destreza de algunos de los colaboradores.

De acuerdo al segundo objetivo específico: Describir las características del trabajo en equipo en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021. Referido al trabajo en equipo se concluyó que la pollería Moly muestra disciplina tanto en el momento de ofrecer sus productos y realizar el delivery, también muestra responsabilidad y puntualidad, pero se muestra una deficiencia en el compromiso con los protocolos de bioseguridad, asimismo en la cooperación entre los colaboradores.

De acuerdo al tercer objetivo específico: Describir las características de ética en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021”; se concluyó que, la pollería Moly muestra valor e importancia por sus consumidores, también muestra buenas

costumbres y normas esto desarrollado a lo largo de su historia, asimismo sus clientes destacan la aplicación del principio ético de su pollería preferida, denominada Moly.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **RECOMENDACIONES**

Con la realización del presente trabajo de investigación se identificaron algunas deficiencias y para mejorarlas se recomienda lo siguiente:

1. Capacitaciones y talleres en temas de liderazgo carismático y todo lo que implica en él.
2. Inducción al personal 20 minutos antes de empezar con las labores, sobre las habilidades que debería mejorar cada personal.
3. Delegar funciones a cada trabajador, asimismo promover la cooperación y compañerismo entre ellos.
4. Designar un personal fijo en la entrada de la pollería Moly, a fin de que este pueda desinfectar las manos y habilitar un recipiente con lejía y agua para la desinfección de calzados, también para que pueda verificar la temperatura del consumidor el cual no debe superar los 38 grados centígrados y de esta manera reducir los posibles contagios. Asimismo, designar un personal para el ordenamiento adecuado de las filas. Finalmente, designar un personal que este constantemente desinfectando las mesas, pisos y demás ambientes.
5. Dar cumplimiento y hacer respetar distancia social obligatoria, ya que entre las 7:00 p.m. y 8:30 p.m. suele aglomerarse en la entrada del local, por la demanda de la pollería Moly.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias Odón, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas: Episteme.
- Arias Odón, F. (2018). *El proyecto de investigación*. Caracas: Episteme.
- BLANCHARD, K. (2000). *lider*. peru.
- BURGULA. (2012). LA ETICA. En BURBULA, *LA ETICA* (pág. PG 43).
- Chacin de Mujica, M. (11 de 02 de 2017). *TRABAJO EN EQUIPO*. Obtenido de TRABAJO EN EQUIPO: <https://pide.wordpress.com/2010/04/03/trabajo-en-equipo/>
- Comité Institucional de Ética en Investigación. (2019). *Código de Ética para la Investigación, versión 002*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Daniel Goleman, R. (2017). *el lider razonante*.
- FISCHMAN, D. (2017). *tipos de liderazgo*. lima - peru.
- Fishman, D. (2004). EL CAMINO DEL LIDER: SABIDURIA ANCESTRAL APLICADA AL LIDERAZGO. En D. Fishman, *EL CAMINO DEL LIDER: SABIDURIA ANCESTRAL APLICADA AL LIDERAZGO* (pág. 180 paginas). madrid.
- Giraldo, K. (2011). *importancia del lider*.
- Gonzales, N. C. (2001 - 2011). *problematica en las artesanias*.
- GROUP, P. y. (2019 de JULIO de 2018). *EL LIDERAZGO CARISMÁTICO: 6 ENFOQUES PARA INSPIRAR Y MOTIVAR*. Obtenido de EL LIDERAZGO CARISMÁTICO: 6 ENFOQUES PARA INSPIRAR Y MOTIVAR: <https://blog.grupo-pya.com/liderazgo-carismatico-6-enfoques-inspirar-motivar/>
- Kotler, P. (22 de 04 de 2017). *Liderazgo Carismatico*. Obtenido de Liderazgo Carismatico: <https://www.gestiopolis.com/calidad-y-gestion-del-servicio-al->

cliente/

Maxwell, J. (12 de 05 de 2017). *Liderazgo Carismatico*. Obtenido de Liderazgo

Carismatico: <https://emprendedoresnews.com/liderazgo/liderazgo-carismatico.html>

Reátegui, A. (febrero de 8 de 2021). *Liderazgo y comunicación en tiempos de pandemia*.

Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2021/02/08/liderazgo-y-comunicacion-en-tiempos-de-pandemia/>

School, B. (16 de abril de 2020). *Liderazgo carismático, ventajas y desventajas*. Obtenido

de Liderazgo carismático, ventajas y desventajas: <https://retos-directivos.eae.es/ventajas-y-desventajas-del-liderazgo-carismatico/>

School, B. (11 de 01 de 2020). *Liderazgo carismático: desventajas y cuándo no aplicarlo*.

Obtenido de Liderazgo carismático: desventajas y cuándo no aplicarlo: <https://retos-directivos.eae.es/ventajas-y-desventajas-del-liderazgo-carismatico/>

TRACK, 1. M. (11 de 09 de 2018). *Liderazgo Carismatico definido por maz bewer*.

Obtenido de Liderazgo Carismatico definido por maz bewer: [https://www.12manage.com/methods\\_weber\\_charismatic\\_leadership\\_es.html](https://www.12manage.com/methods_weber_charismatic_leadership_es.html)

TUCKER, R. (22 de 02 de 2017). *estilosdeliderazgo.org*. Obtenido de

[estilosdeliderazgo.org](https://www.estilosdeliderazgo.org): <https://www.estilosdeliderazgo.org/liderazgo-carismatico/>

Virginia, L. P. (11 de 02 de 2018). *Robert Tucker, Liderazgo carismatico y la confianza*.

Obtenido de Robert Tucker, Liderazgo carismatico y la confianza: <http://www.knowsquare.es/o2/item/el-liderazgo-carismatico-segun-robert-tucker-articulo>

## ANEXOS

### ANEXO 01: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
N°	Actividades	Año 2021														
		I Unidad				II Unidad			III Unidad							
		Semana				Semana			Semana							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
01	Socialización del SPA/ Aprobación del tema de tesis	x														
02	Planteamiento de la investigación		x													
03	Metodología de la investigación			x												
04	Evaluación del Proyecto de Investigación por el Asesor de Tesis - JI				x											
05	Ejecución y validación del instrumento de recolección de datos					x										
06	Avances en la recolección de datos						x	x								
07	Interpretación de resultados								x							
08	Análisis de resultados									x						
09	Conclusiones y recomendaciones										x					
10	Presentación de la propuesta de informe final y artículo científico para calificación por el AT y JI.											x				
11	Continúa revisión de informe final, artículo científico y ejecutan la prebanca												x	x		
12	Levantamiento de observaciones – Empastado														x	
13	Sustentación y elaboración del acta respectiva															x
14	Segunda sustentación y cierre de taller															x

## ANEXO 02: Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros</b>			
Impresiones	S/ 0.30	300	S/ 90.00
Fotocopias	S/ 0.20	10	S/ 2.00
Empastado	S/ 30.00	2	S/ 60.00
Papel bond A-4	S/ 15.00	3	S/ 45.00
USB 16 Gb	S/ 35.00	1	S/ 45.00
Lapiceros	S/ 1.00	5	S/ 5.00
<b>Servicios</b>			
Internet	S/ 75.00	4	S/ 300.00
Taller de Tesis	S/ 675.00	4	S/ 2,700.00
Uso de turnitin	S/ 100.00	1	S/ 100.00
<b>Sub total</b>			<b>S/ 3,347.00</b>
<b>Gastos de viaje</b>			
Pasajes para recolectar información	S/ 5.00	10	S/ 50.00
<b>Sub total</b>			<b>S/ 50.00</b>
<b>Total del presupuesto desembolsable</b>			<b>S/ 3,397.00</b>
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	S/ 30.00	4	S/ 120.00
Búsqueda de información en base de datos	S/ 35.00	2	S/ 70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	S/ 40.00	4	S/ 160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	S/ 50.00	1	S/ 50.00
<b>Sub total</b>			<b>S/ 400.00</b>
<b>Recurso humano</b>			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	S/ 63.00	4	S/ 252.00
<b>Sub total</b>			<b>S/ 252.00</b>
<b>Total del presupuesto no desembolsable</b>			<b>S/ 652.00</b>
<b>Total (S/.)</b>			<b>S/ 4,049.00</b>

### ANEXO 03: Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

#### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Administración)

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

La presente investigación se titula “**LIDERAZGO CARISMÁTICO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO POLLERÍAS: CASO POLLERÍA MOLY, DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2021**” y es dirigido por **Norman Mathnosi Mallqui Tanta**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Describir las características del Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías: Caso Pollería Moly, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará **10** minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de **una llamada telefónica**. Si desea, también podrá escribir al correo [normanmathnosimallquitanta@gmail.com](mailto:normanmathnosimallquitanta@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: \_\_\_\_\_

Firma del investigador (o encargado de recoger información): \_\_\_\_\_

## ANEXO 04: Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

#### ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

#### CUESTIONARIO APLICADO A LOS CLIENTES DE LA POLLERÍA MOLY

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las micros y pequeñas empresas del rubro pollería: Caso Pollería Moly, la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

**“LIDERAZGO CARISMÁTICO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS,**

**RUBRO POLLERÍAS: CASO POLLERÍA MOLY, DISTRITO DE SAN JUAN**

**BAUTISTA, AYACUCHO, 2021”**

La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

#### I. DATOS GENERALES

##### 1.1. RANGO DE EDAD

- a. De 18 a años
- b. De 29 a 38 años
- c. De 39 a 48 años
- d. De 49 años a más

#### II. INSTRUCCIONES: Marque con una (x) la respuesta que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a las siguientes alternativas:

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

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
<b>DIMENSIÓN 1: Entusiasmo</b>						
1	¿Muestra entusiasmo en la atención al cliente?					
2	¿Muestra integridad la pollería Moly frente a sus consumidores?					
3	¿Mostrará fortaleza competitiva la pollería Moly?					
4	¿Será una fortaleza los anuncios en Facebook e Instagram?					
5	¿La destreza será primordial hacia los consumidores de la pollería Moly?					
6	¿La pollería Moly se inspira en ser líder en el mercado?					

<b>DIMENSIÓN 2: Trabajo en equipo</b>						
7	¿Muestra disciplina la pollería Moly al momento de ofrecer sus productos?					
8	¿La pollería Moly aplica la disciplina al momento de hacer el delivery?					
9	¿La pollería Moly aplica el compromiso con los protocolos de bioseguridad?					
10	¿Muestran cooperación entre los colaboradores de la pollería Moly?					
11	¿La pollería Moly muestra responsabilidad y puntualidad?					
<b>DIMENSIÓN 3: Ética</b>						
12	¿Muestran valor e importancia por sus consumidores de la pollería Moly?					
13	¿La pollería Moly muestra buenas costumbres y normas?					
14	¿La pollería Moly aplica el principio ético?					

**¡Gracias por su aporte y participación!**

## ANEXO 05: Validación de expertos

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *Hany Elibel Romero Jorda*  
 1.2. Grado Académico: *Lic. Adm.*  
 1.3. Profesión: *Adm.*  
 1.4. Institución donde labora: *Municipalidad Distrital Andrés Bello C.D.*  
 1.5. Cargo que desempeña: *Especialista en Logística SBASA*  
 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario  
 1.7. Autor del instrumento: MALLQUI TANTA, Norman Mathnosi  
 1.8. Carrera: Administración

#### II. VALIDACIÓN:

##### Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Entusiasmo</b>							
1	¿Muestran entusiasmo en la atención al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	¿Muestra integridad la pollería Moly frente a sus consumidores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	¿Mostrará fortaleza competitiva la pollería Moly?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	¿La destreza será primordial hacia los consumidores de la pollería Moly?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	¿La pollería Moly se inspira en ser líder en el mercado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Dimensión 2: Trabajo en equipo</b>							
6	¿Muestra disciplina la pollería Moly al momento de ofrecer sus productos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	¿La pollería Moly aplica el compromiso con los protocolos de bioseguridad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8 ¿Muestran cooperación entre los colaboradores de la pollería Moly?	/	/	/	/	/
9 ¿La pollería Moly muestra responsabilidad y puntualidad?	/	/	/	/	/
<b>Dimensión 3: Ética</b>					
10 ¿Muestran valor e importancia por sus consumidores de la pollería Moly?	/	/	/	/	/
11 ¿La pollería Moly muestra buenas costumbres y normas?	/	/	/	/	/
12 ¿La pollería Moly aplica el principio ético?	/	/	/	/	/

Otras observaciones generales:



*Hans Eliezer Romero Gueda*

Firma

Apellidos y Nombres del experto

DNI N° 43032475

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *Mayari Palomino Lara*  
 1.2. Grado Académico: *Lic.*  
 1.3. Profesión: *Administración*  
 1.4. Institución donde labora: *Municipalidad Distrital Andes ACD*  
 1.5. Cargo que desempeña: *Especialista en RR.HH.*  
 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario  
 1.7. Autor del instrumento: MALLQUI TANTA, Norman Mathnosi  
 1.8. Carrera: Administración

**II. VALIDACIÓN:**

**Ítems correspondientes al Instrumento 1**

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Entusiasmo</b>							
1	✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 2: Trabajo en equipo</b>							
6	✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		

8 ¿Muestran cooperación entre los colaboradores de la pollería Moly?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 ¿La pollería Moly muestra responsabilidad y puntualidad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Dimensión 3: Ética</b>						
10 ¿Muestran valor e importancia por sus consumidores de la pollería Moly?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 ¿La pollería Moly muestra buenas costumbres y normas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 ¿La pollería Moly aplica el principio ético?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Otras observaciones generales:


 MUNICIPALIDAD DISTRITAL  
 ANDRÉS B. CÁCERES DORREGARAY  
 Lio. Adm. Mayor T. Palomino Lara  
 ESPECIALISTA ADMINISTRATIVO  
 DE LA SUP. DEPENDENCIA RR. HH.

Firma

Apellidos y Nombres del experto

DNI N° 70455603

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *Joel Ruiz Borrocal*
- 1.2. Grado Académico: *Sic. Adm.*
- 1.3. Profesión: *Adm.*
- 1.4. Institución donde labora: *SINASSC 728*
- 1.5. Cargo que desempeña: *Administrador*
- 1.6. Denominación del instrumento: *Cuestionario*
- 1.7. Autor del instrumento: *MALLQUI TANTA, Norman Mathnosi*
- 1.8. Carrera: *Administración*

**II. VALIDACIÓN:**

**Ítems correspondientes al Instrumento 1**

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Entusiasmo</b>							
1	✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 2: Trabajo en equipo</b>							
6	✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		

8 ¿Muestran cooperación entre los colaboradores de la pollería Moly?	/		/		/	
9 ¿La pollería Moly muestra responsabilidad y puntualidad?	/		/		/	
<b>Dimensión 3: Ética</b>						
10 ¿Muestran valor e importancia por sus consumidores de la pollería Moly?	/		/		-	
11 ¿La pollería Moly muestra buenas costumbres y normas?	/		/		/	
12 ¿La pollería Moly aplica el principio ético?	/		/		/	

**Otras observaciones generales:**

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma

**Apellidos y Nombres del experto**

**DNI N°**  
 Paul Joel Ruiz Berrocal  
 DNI: 41902942

**Nota:** se adjunta el proyecto de investigación

## ANEXO 06: Solicitud presentada



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta N° 001-2021-ULADECH CATÓLICA

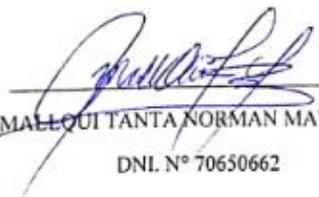
Sr. José Luis Cárdenas Aparicio  
Representante de la "Pollería Moly"  
Presente.-

De mi mayor consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy Bachiller en Ciencias Administrativas de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, mi nombre es MALLQUI TANTA Norman Mathnosi, con código de matrícula N° 3111151017, de la Carrera Profesional de Administración, bachiller en Ciencias Administrativas, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado "LIDERAZGO CARISMÁTICO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO POLLERÍAS: CASO POLLERÍA MOLY, DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2021". durante el presente año.

Por este motivo, agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,



MALLQUI TANTA NORMAN MATHNOSI  
DNI. N° 70650662

## ANEXO 07: Ficha RUC

Resultado de la Búsqueda			
Número de RUC:	10437612515 - CARDENAS APARICIO JOSE LUIS		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 43761251 - CARDENAS APARICIO, JOSE LUIS		
Nombre Comercial:	- Afecto al Nuevo RUS: SI		
Fecha de Inscripción:	06/01/2014	Fecha de Inicio de Actividades:	06/01/2014
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Domicilio Fiscal:	-		
Sistema Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 55205 - RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones:	NINGUNO		
Fecha consulta: 12/05/2021 19:58			

## ANEXO 08: Evidencias fotográficas



## INFORME FINAL

---

### INFORME DE ORIGINALIDAD

---

<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

### FUENTES PRIMARIAS

---

<b>1</b>	<b>repositorio.uladech.edu.pe</b>	<b>5%</b>
	Fuente de Internet	

---

---

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 4%
Excluir bibliografía	Activo		