

**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 VENTA DE
COMBUSTIBLE: CASO MULTISERVICIOS EL OSO,
DISTRITO DE QUEROBAMBA, AYACUCHO, 2021**

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

AUTORA

BR. MARTINEZ ALLCCA, VANESSA

ORCID: 0000-0001-5121-4744

ASESOR

MGTR. QUISPE MEDINA, WILBER

ORCID: 0000-0002-4052-5018

AYACUCHO – PERÚ

2021

2. EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Br. Martínez Allcca, Vanessa

ORCID: 0000-0001-5121-4744

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de
Pregrado, Ayacucho, Perú

ASESOR

Mgtr. Quispe Medina, Wilber

ORCID: 0000-0002-4052-5018

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera 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

3. 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

4. AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso por darme oportunidad de existir y poner en mi vida a aquellas personas maravillosas, por iluminar mi camino, mi mente y por fortalecer mi corazón para ser cada día una persona con valores humanístico.

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote por abrir este espacio de formación académico de relevancia y útil para el país.

A mis padres por darme la vida, por su apoyo incondicional tanto en lo personal y en la formación profesional, por darme tanto amor, gracias queridos padres por darme la carrera para mi futuro.

5. RESUMEN Y ABSTRACT

RESUMEN

Las Mypes del rubro de venta de combustibles son agentes fundamentales en la estabilidad económica y generación del empleo del país, por ello se ha planteado el siguiente objetivo general: Describir las características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, ya que las personas que están gerenciando son personas no idóneas para el puesto debido a que hay ausencia del liderazgo carismático, lo cual afecta el rendimiento de los colaboradores y como consecuencia la rentabilidad empresarial. Esta investigación es de tipo aplicada con enfoque cuantitativo, es del nivel descriptivo de tipo no experimental en forma transversal y la población de estudio consta de 6 colaboradores. Teniendo como resultados principales: el 100% de los colaboradores manifiestan que casi nunca el gerente emite un comunicado claros y concisos, el 67% de los colaboradores consideran que el gerente casi nunca demuestra entusiasmo e instinto en la empresa y el 83% de los colaboradores afirman que a veces el gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa. Y una de las conclusiones principales es el gerente casi nunca tiene la capacidad de convencer, no realiza orientaciones laborales ni personales, tampoco ofrece una retroalimentación positiva y constructiva después de una supervisión, no es una persona empática y no emplea la inteligencia emocional.

Palabras clave: liderazgo carismático, venta combustible

ABSTRACT

The Mypes of the fuel sales category are fundamental agents in the economic stability and generation of employment in the country, for this reason the following general objective has been proposed: Describe the characteristics of charismatic leadership in micro and small companies, fuel sales category: Multiservicios El Oso case, district of Querobamba, Ayacucho, since the people who are managing are people not suitable for the position due to the absence of charismatic leadership, which affects the performance of the workers and as a consequence the business profitability. This research is of an applied type with a quantitative approach, it is of a non-experimental descriptive level in a transversal way and the study population consists of 6 workers. Having as main results: 100% of the workers state that the manager almost never issues a clear and concise statement, 67% of the workers consider that the manager almost never shows enthusiasm and instinct in the company and 83% of the workers They claim that sometimes the manager uses logical and transparent arguments in the company. And one of the main conclusions is that the manager almost never has the ability to convince, does not carry out work or personal orientations, does not offer positive and constructive feedback after supervision, is not an empathic person and does not use emotional intelligence.

Keywords: charismatic leadership, fuel sales

6. CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS	i
2. EQUIPO DE TRABAJO	ii
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
4. AGRADECIMIENTO	iv
5. RESUMEN Y ABSTRACT	v
6. CONTENIDO	vii
7. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	ix
I. INTRODUCCIÓN	13
II. REVISIÓN DE LITERATURA	17
2.1. Antecedentes	17
2.2. Bases teóricas de la investigación	21
III. HIPÓTESIS	34
IV. METODOLOGÍA	34
4.1. Diseño de la investigación	34
4.2. Población y muestra	35
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	36
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	37
4.5. Plan de análisis	37
4.6. Matriz de consistencia	38

4.7. Principios éticos.....	39
V. RESULTADOS	41
5.1 Resultados.....	41
5.2 Análisis de resultados	62
VI. CONCLUSIONES	73
Aspectos complementarios.....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
ANEXOS	79
Anexo 01: Cronograma de actividades.....	79
Anexo 02: Presupuesto de la investigación	80
Anexo 03: Validación de expertos.....	82
Validación de experto N° 03.....	86
Anexo 04: Solicitud presentada	88
Anexo 05: consentimiento informado	89
Anexo 06: Cuestionario	90
Anexo 07: Ficha SUNAT	93
Anexo 08: Evidencias fotográficas.....	94
Anexo 09: Resultado de turnitin.....	96

7. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Genero de los colaboradores	41
Tabla 2. Edades de los colaboradores.....	42
Tabla 3. Grado de instrucción de los colaboradores.....	43
Tabla 4. Considera que el gerente de la empresa tiene la capacidad de convencer.....	44
Tabla 5. El gerente realiza orientaciones laborales y personales en la empresa	45
Tabla 6. Cuándo el gerente emite un comunicado son claros y concisos.....	46
Tabla 7. El gerente al momento de comunicarse con los colaboradores usa un lenguaje corporal positivo	47
Tabla 8. El gerente demuestra entusiasmo e instinto en la empresa.....	48
Tabla 9. El gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa	49
Tabla 10. En la empresa el gerente delega funciones a cada colaborador.....	50
Tabla 11. El gerente Supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva.....	51
Tabla 12. El gerente tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa	52
Tabla 13. El gerente es empático con los colaboradores de la empresa.....	53
Tabla 14. El gerente toma decisiones asertivas dentro de la empresa.....	54
Tabla 15. El gerente identifica y analiza el problema de la empresa antes de tomar una decisión.....	55

Tabla 16. Usted, confía en la honradez de su jefe	556
Tabla 17. Usted considera que el gerente es leal a la empresa.....	57
Tabla 18. El gerente practica la puntualidad en la empresa	58
Tabla 19. El gerente es respetuoso con los colaboradores	59
Tabla 20. Usted confía y considera transparentes los documentos que presenta el gerente	60
Tabla 21. El gerente actúa de manera ético	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sexo de los colaboradores	41
Figura 2. Edades de los colaboradores	42
Figura 3. Grado de instrucción de los colaboradores	43
Figura 4. Considera que el gerente de la empresa tiene la capacidad de convencer	44
Figura 5. El gerente realiza orientaciones laborales y personales en la empresa	445
Figura 6. Cuando el gerente emite un comunicado son claros y concisos	46
Figura 7. El gerente al momento de comunicarse con los colaboradores usa un lenguaje corporal positivo	47
Figura 8. El gerente demuestra entusiasmo e instinto en la empresa	48
Figura 9. El gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa.....	49
Figura 10. En la empresa el gerente delega funciones a cada colaborador	50
Figura 11. El gerente Supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva.....	51
Figura 12. El gerente tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa	52
Figura 13. El gerente es empático con los colaboradores de la empresa.....	53
Figura 14. El gerente toma decisiones asertivas dentro de la empresa.....	54
Figura 15. El gerente identifica y analiza el problema de la empresa antes de tomar una decisión.....	55
Figura 16. Usted, confía en la honradez de su jefe.....	56

Figura 17. Usted considera que el gerente es leal a la empresa.....	57
Figura 18. El gerente practica la puntualidad en la empresa	58
Figura 19. El gerente es respetuoso con los colaboradores	59
Figura 20. Usted confía y considera transparentes los documentos que presenta el gerente	60
Figura 21. El gerente actúa de manera ético.....	61

I. INTRODUCCIÓN

El presente investigación tiene como título: liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021, tiene su origen en la línea de investigación otorgada por la universidad Católica los Ángeles de Chimbote, asignadas a la escuela profesional de Administración “la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas” comprendida en el campo disciplinar de promoción de las micros y pequeñas empresas.

Las micro y pequeñas empresas de presente estudio está dentro del rubro de venta de combustible, específicamente el Multiservicios El Oso, está ubicado en el distrito de Querobamba, provincia de Sucre y departamento de Ayacucho, la 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. Así mismo en la actualidad existe un alza en precios de combustibles, sin embargo, la demanda sigue en subiendo de manera exponencial, por ello es de necesidad que el equipo de trabajo sean líderes carismáticos, lo cual generara un beneficio a la empresa porque cuando los clientes perciben una atención eficiente, con respeto y entusiasmo va generar confianza al momento de la compra.

Los líderes carismáticos inspiran mucho entusiasmo en sus equipos y los lideran con mucha energía. Según los expertos, el carisma es una de las formas más poderosas de liderazgo. Un líder carismático posee un magnetismo que inspira a otros a seguirlos ciegamente. Se ha visto que cuando un equipo de trabajo está dirigido por un líder carismático, los subordinados se sienten más seguros de sí mismos, trabajan más horas extras,

encuentran su trabajo más significativo, muestran más confianza en sus líderes y se desempeñan mejor. (Bonifaz, 2012)

Las MYPES pueden estar constituidas por personas naturales o jurídicas (empresas) bajo cualquier forma de organización empresarial, según la ley para acogerse a los beneficios de los que gozan las Mypes en el Perú, estas deben cumplir con ciertos requisitos concernientes a su número de trabajadores y sus volúmenes de ventas anuales. (Agencia de Promoción de la Inversión Privada, 2011, pág. 25).

La economía de nuestro país se encuentra en una fase de incertidumbre debido a la nueva pandemia de coronavirus. Las micro y pequeñas empresas son particularmente vulnerables a este nuevo escenario. Debido a su menor tamaño, estas unidades de producción tienen serias dificultades para mantener sus operaciones y cumplir con sus obligaciones. El estado de emergencia y el aislamiento obligatorio han reducido notoriamente la demanda de sus productos. (El Peruano, 2020)

Las Mypes del distrito de Querosambamba no están ajenas a la coyuntura actual que se está viviendo ya que muchos de ellos cerraron y otros se están reactivando a paso lento debido a que no cuentan con el apoyo del estado ya que cada banco evalúa la solicitud de las Mypes en base a las políticas internas y vigentes de cada banco lo cual no aprobaron. La gran problemática de la Mypes que viene suscitando antes de la declaratoria de emergencia hasta la actualidad es la atención inadecuada al cliente, improvisación en el manejo gerencial debido a que estas Mypes no están a cargo de personas idóneas, así mismo estos gerentes de las Mypes no son líderes carismáticos por ello la marcha el cambio es a paso lento y la desmotivación de sus colaboradores es otro factor que acota a este problemática, y el Multiservicios El Oso está dentro de estas Mypes con la problemática mencionada.

La empresa Multiservicios el Oso del distrito de Querobamba de Ayacucho, en la que específica tiene 3 actividades económicas: la Principal es la venta al por menor de combustibles para vehículos automotores en comercios especializados, la secundaria 1 es el transporte de carga por carretera y secundaria 2 es la venta al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en comercios especializados, viene prestando sus servicios desde el año 2000 y de manera formal desde el año 2017, durante ese tiempo se ha evidenciado diversos conflictos internos y externos, trabajo desarticulados. ya que las personas que están gerenciando son personas no idóneas para el puesto debido a que hay ausencia del liderazgo carismático, lo cual afecta el rendimiento de los colaboradores y como consecuencia la rentabilidad empresarial. Por ello se presenta el siguiente problema de investigación ¿Cuáles son las características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso del distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021?

En el presente trabajo de investigación se ha planteado el siguiente objetivo general: Describir las características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021. Para poder obtener el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Describir características de la influencia en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021. Describir las características de las cualidades en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021. Describir las características de la confianza en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021.

También se ha considerado elaborar un plan de mejora del Liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso.

La presente investigación se justifica teóricamente porque va lograr sintetizar los antecedentes internacionales, nacionales y locales, también se va investigar un conjunto de saberes sobre el liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, debido a que considero que el liderazgo carismático ha pasado desapercibido por los gerentes y dueños de las mypes, lo cual resulta importante para poder encaminar las mypes de manera visionario y con objetivos claros. Se justifica de manera práctica debido a que el estudio permite satisfacer la necesidad de mejorar el liderazgo carismático en las mypes, la finalidad es la elaboración de un plan de mejora del liderazgo carismático en la mype bajo estudio de acorde con los resultados obtenidos, lo cual generara un impacto positivo con su aplican del mencionado plan.

En esta investigación la metodología utilizada fue de tipo aplicada con enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo no experimental en forma trasversal y la población de estudio estuvo conformado por 6 colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso. Teniendo como resultados principales: el 100% de los colaboradores manifiestan que casi nunca el gerente emite un comunicado claros y concisos, el 67% de los colaboradores consideran que el gerente casi nunca demuestra entusiasmo e instinto en la empresa y el 83% de los colaboradores afirman que a veces el gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa. Y una de las conclusiones principales con relación al liderazgo carismático es que el gerente casi nunca tiene la capacidad de convencer, no realiza orientaciones laborales ni personales, tampoco ofrece una retroalimentación positiva y constructiva después de una supervisión, no es una persona empática y no emplea la inteligencia emocional.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Después de haber realizado la visita a los diferentes repositorios y bibliotecas virtuales, páginas webs, se encontró las investigaciones que realizaron con variable bajo estudio en el sector servicio con similares rubros, lo cual se detalla a continuación.

Antecedentes Internacionales

(Herrera, 2016) en su tesis titulado: *el liderazgo carismático en una muestra de trabajadores mexicanos*, estudio realizado para optar el título de Licenciado de Psicología en la Universidad de Nacional Autónoma de México, se ha planteado como objetivo general es describir la relación que existe entre el LC y las variables sociodemográficas en una muestra de trabajadores mexicanos que ejerzan el liderazgo (ej., supervisores, jefes, gerentes, directivos) por medio de la aplicación del instrumento psicológico “Escala Mexicana de Liderazgo Carismático” (EMLC) (Uribe-Prado, en prensa) y se eligió un estudio de tipo *descriptivo*. La investigación llegó a la conclusión de que los resultados muestran que sí existe relación entre el Liderazgo Carismático y las características sociodemográficas de una muestra de trabajadores mexicanos que ejercen puestos de mando en todos los niveles jerárquicos dentro de las organizaciones.

(García, 2020) en su Artículo Científico titulado: *Liderazgo carismático y su influencia en la satisfacción laboral docente. Estudio de caso*, estudio realizado con fines informativas, sin fines de lucro, se ha planteado como objetivo establecer la influencia del liderazgo carismático en la satisfacción laboral docente y la metodología utilizada fue en primer lugar una revisión teórica de los planteamientos relacionados con el liderazgo, liderazgo carismático y satisfacción laboral, para su posterior análisis teórico. La

investigación llegó a la conclusión de que el liderazgo carismático, debe estar relacionado con los estilos de personalidad, de aprendizaje, de vida y cognitivo y además estar consciente a las situaciones de cambio, facilitando el máximo desarrollo de su potencial para alcanzar logros en beneficio de la organización.

Antecedentes Nacionales

(Valdivia, 2018) en su tesis titulado: *gestión de calidad con liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del rubro extracción de piedra, arena y arcilla del distrito de Huaraz, 2017*, estudio realizado para optar el título de Licenciado en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, se ha planteado como objetivo general Determinar cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del rubro extracción de piedra, arena y arcilla del distrito de Huaraz, 2017 y la metodología utilizada fue del tipo descriptivo de nivel cuantitativo, con un diseño de investigación no experimental transeccional descriptivo, el cual tuvo como población de estudio a los empleados de todas las MYPES del rubro, la técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. La investigación llegó a la conclusión de que las principales características de la gestión de calidad con liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del rubro extracción de piedra, arena y arcilla del distrito de Huaraz, 2017 son los siguientes: los gerentes no muestran tener confianza en sus capacidades y convicciones, así como tener una expresión verbal cautivante, un fuerte sentido del deber y la responsabilidad, conocer las necesidades valores y esperanzas de sus seguidores, proponer metas y objetivos; esto conlleva a que los colaboradores no confíen en el gerente, el cual haría un entorno ideal para ofrecer un buen servicio o producto de calidad al cliente pues los colaboradores son el eje fundamental para

una buena gestión de calidad. Por lo que se observa que existe un deficiente liderazgo carismático en las MYPES estudiadas.

(Cordero, 2018) en su tesis titulado: *Liderazgo carismático y el compromiso de los trabajadores: un estudio de caso en una empresa municipal de Lima, año 2017*, estudio realizado para optar el título de Maestra en Gestión del Talento Humano en la Universidad Cesar Vallejo, se ha planteado como objetivo general es establecer la influencia del liderazgo carismático en el compromiso de los trabajadores de una empresa municipal de Lima y la metodología utilizada fue de enfoque cualitativo apoyado en el diseño de estudio de casos en la Empresa Municipal de Mercados S.A. aplicando el cuestionario a la muestra estuvo constituida por tres (03) gerentes y seis (06) trabajadores. La investigación llegó a la conclusión de que el liderazgo carismático influye en el compromiso de los trabajadores al comprobar una actitud positiva y proactiva hacia el líder, en la que se toma al trabajo como una responsabilidad, más que como una obligación, lo cual es incentivado por la personalidad, imagen y buen trato del líder. Asimismo, la confianza, el respeto mutuo y sobre todo la valoración que se otorga a cada uno de los colaboradores, les brinda a los colaboradores la libertad para desarrollarse e interactuar con la apertura necesaria para dar a conocer los problemas que puedan surgir, los aportes que logren ofrecer y el sentir de cada uno de ellos como integrantes de un equipo, resultando esto beneficioso también para la empresa en la que laboran, por lo logros que obtienen. Esta situación es respaldada por los autores especialistas en el tema orientados a la valoración del trabajador y contravine las teorías que se oponen a la presente afirmación, en las que consideran que el colaborador es un ser sin voluntad para el trabajo.

(Duarte, 2016) en su tesis titulado: *caracterización del estilo del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de artículos de joyería en el distrito de Huaraz, 2015*, estudio realizado para optar el título de Licenciado en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, se ha planteado como objetivo general describir y determinar las principales características del estilo del liderazgo carismático, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de artículos de joyería en el distrito de Huaraz, 2015 y la investigación fue cuantitativa descriptiva no experimental transversal. La investigación llegó a la conclusión de que las principales características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta al por menor de artículos de joyería en el distrito de Huaraz, son las siguientes: los gerentes no muestran su aptitudes y actitudes de ética, valor y carisma a los colaboradores; siendo así que los colaboradores no confían en el gerente. Por lo que se observa que existe un deficiente liderazgo visionario en las MYPE estudiadas debido a que prevalece gran preocupación por los colaboradores.

Antecedentes Locales

(Mallqui, 2021) en su tesis titulado: *Liderazgo Carismático En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Rubro Pollerías: Caso Pollería Moly, Distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021*, estudio realizado para optar el título de Licenciado en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, se ha planteado 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 y la investigación 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. La investigación llegó a la conclusión de 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.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Liderazgo carismático

Antes de conceptualizar al liderazgo carismático es fundamental estudiar al liderazgo y al carisma.

1. Liderazgo

No existe una definición única de liderazgo; debido a que es una expresión muy complicada debido a que ver con la personalidad de una persona. Actualmente según los autores que han contribuido sus propias teorías a los elementos de gestión. Entonces el liderazgo es la influencia de una persona sobre otra o sobre un grupo según una determinada situación y se aplica a través del proceso de comunicación humana con el fin de lograr objetivos específicos; es el proceso que se da entre un líder y sus seguidores a través de la influencia, para lograr los objetivos corporativos, inculcando el cambio; así mismo es el uso de influencia, en un entorno o situación organizacional, que produce efectos significativos en el logro de objetivos difíciles. Se puede afirmar que el liderazgo es la capacidad de influir e inspirar a otras personas para lograr metas empresariales o personales. Esta facilidad se define por la situación por la que se está atravesando. (Bonifaz, 2012)

El liderazgo está constantemente relacionado con conceptos como poder, autoridad y política, pero no debe confundirse; ya que, aunque estos términos están ligados por el grado

de influencia hacia las personas; el primero controla las decisiones, incluso si hay resistencia de por medio. De hecho; el liderazgo es un tipo de poder. La política aplica poder y autoridad para lograr lo que se desea. Este último está legalmente establecido, a diferencia de los anteriores, que surgen de las cualidades, habilidades y actitudes de las personas. (Bonifaz, 2012, pág. 11)

En concordancia con Bonifaz al liderazgo es la influencia que tiene el líder sobre sus liderados, este proceso de influencia se da dentro de un contexto ya sea en una empresa u otro tipo de organizaciones, entonces bajo estas premisas el líder tiene que ser la fuente de inspiración para sus seguidores para poder lograr las metas tanto personales como a nivel de la organización.

2. Carisma

Según (Ruiz, 2015) el carisma gira sobre dos ideas: Primero, lo extraordinario del líder carismático al referirse a cómo la masa amorfa lo sigue ciegamente, quien usa la demagogia y la democracia como instrumento para el control. Y, segundo, manifiesta la idea de la “dominación carismática” que apunta a la consagración de los sometidos a su guía, el acatamiento ciego por la identificación de sus cualidades poco comunes y asombrosas, es decir orientado a lo emocional y práctico de la gestión.

El carisma es un vínculo social diferente entre el líder y el simpatizante, en la cual el líder muestra un pensamiento innovador, una imagen significativa o perfecta que va más allá de lo inmediato o lo razonable mientras el simpatizante consiente este curso, no debido a su probabilidad racional de éxito, sino por una creencia real en las excepcionales habilidades del líder” (Ruiz, 2015)

El carisma está compuesto por una serie de características y cualidades atractivas y auténticas, que hacen único, excepcional y extraordinaria a una persona; es decir, se está hablando de condiciones que le posibilitan al sujeto generar atraktividad y magnetismo, posición que le permite cautivar de forma natural a sus seguidores.

3. Liderazgo Carismático

Para estudiar netamente al liderazgo carismático es fundamental mencionar a Max Weber como pionero en estudiar al liderazgo carismático quien utilizo por primera vez el termino carisma.

Cuando se conceptúa al liderazgo carismático se tiene que tener en cuenta a las habilidades personales que generan un efecto profundo y extraordinario entre los seguidores del líder. (Robbins & Judge, 2013) señalan que: “según la teoría del liderazgo carismático de House, los seguidores atribuyen habilidades de liderazgo heroicas o extraordinarias cuando observan ciertos comportamientos. Varios estudios han intentado identificar las características de los líderes carismáticos: son visionarios, están dispuestos a asumir riesgos”.

El liderazgo carismático permite al líder comunicarse a través de sus valores y la autoconfianza para motivar a sus seguidores a confiar en sí mismos. El mundo del trabajo se caracteriza por una creciente complejidad y un cambio constante debido al cambio social, demográfico y tecnológico.

Los líderes carismáticos inspiran mucho entusiasmo en sus equipos y los lideran con mucha energía. Según los expertos, el carisma es una de las formas más poderosas de liderazgo. Un líder carismático posee un magnetismo que inspira a otros a seguirlos ciegamente. Se ha visto que cuando un equipo de trabajo está dirigido por un líder carismático, los subordinados se sienten más seguros de sí mismos, trabajan más horas extras,

encuentran su trabajo más significativo, muestran más confianza en sus líderes y se desempeñan mejor. (Bonifaz, 2012)

El liderazgo en los tiempos cambiantes se ha vuelto más dinámico y el ejecutivo en la propia empresa tiene un papel especial que desempeñar: debe dirigir el cambio, acompañar a las personas, motivar y desarrollar. Ver los desafíos de la época como una oportunidad personal y hacerla activa es tarea del gerente. Esto construye puentes entre personas y organizaciones.

4. Efectos motivacionales del liderazgo carismático

a) El seguidor

- La confianza en la exactitud de creencias del líder.
- La similitud del seguidor con las creencias del líder.
- La aceptación incondicional del líder,

b) El líder

- Logando obediencia para el líder.
- El involucramiento emocional del seguidor en la misión.
- El aumento de las metas para el seguidor.
- El sentimiento de parte de seguidores que podrán lograr.
- Contribuir a la realización de la misión

3.2. Cualidades de líderes carismáticos

a) Sienten amor por la vida

“Aquellos líderes que generan seguidores son apasionados respecto de la vida. Son personas a quienes les gusta celebrar, no quejarse. Destacan por su alegría y empatía. Son energéticos y lo irradian de una forma contagiosa.” (Maxwell.J, 2011)

b) Valoran el potencial de las personas

“Para convertirte en un líder atractivo, has de esperar lo mejor de tu equipo. Los líderes ven a las personas no como son, sino como pueden llegar a ser. Desde su altura ayudan a los demás a construir puentes que les faciliten el paso desde el presente al futuro que desearían”. (Maxwell.J, 2011)

c) Dan esperanza

“Para los líderes carismáticos el futuro está lleno de maravillosas oportunidades y sueños por realizar. Aunque siempre están atentos a la realidad inmediata, no se resignan a gestionar exclusivamente las circunstancias del presente”. (Maxwell.J, 2011)

d) Comparten con los demás

Los líderes carismáticos añaden valor a las personas al compartir su sabiduría, recursos y tiempo. Consideran que el poder de la inclusión es esencial y por ello invitan a otros a unirse a él en el proceso de compartir y aprender de las experiencias, realizar tormentas de ideas o, sencillamente, para tomar una taza de café. Trabajan en equipo y valoran la compañía de una forma positiva. (Maxwell.J, 2011)

e) Piensan continuamente en los demás

“Para los líderes carismáticos, no existe mayor satisfacción que aquella de servir a los demás. Encuentran gran placer en las celebraciones de los éxitos de sus compañeros y de quienes les siguen. Lo que más les gusta es el triunfo de un equipo”. (Maxwell.J, 2011)

f) Descubren y utilizan su estilo propio, su voz

“Aquellos que en su camino encuentren su voz, aquella que les sirva para inspirar a otros a encontrar la suya, habrán encontrado el camino hacia el liderazgo carismático.” (Maxwell.J, 2011)

g) Utilizan su carisma como una forma de incrementar su influencia para hacer el bien

El carisma es una parte esencial de la capacidad de la influencia de un líder. Sin él, estos tienen dificultades para inspirar pasión y transmitir energía a sus equipos. Con él, los líderes son capaces de conseguir lo mejor de quienes les siguen, haciendo que estos rindan y se sientan plenos. El carisma no es una energía manipuladora o un regalo mágico dado a ciertas personalidades, sino una atractiva mezcla de cualidades que se puede aprender”. (Maxwell.J, 2011)

5. Dimensiones del liderazgo carismático

a) Influencia

La influencia corresponde a la fuerza que posee el líder sobre sus seguidores para inducir el cambio en ellos, incluyendo cambios en comportamientos, actitudes y valores (Munduate y Medina, 2004) citado por (Pichimata & Cicua, 2016) .

Dentro del análisis acerca de la influencia, se debe tener claridad acerca de la diferencia entre el ser verdaderamente influenciado y el ceder ante la presión social directa o indirecta que puede ejercer una persona sobre otra. Existen situaciones en las que el proceso de influencia es tan fuerte como para lograr un control sobre el comportamiento de los demás, sin importar si están convencidos totalmente. En otras ocasiones la influencia ejercida llega a cambiar actitudes, comportamientos u opiniones privadas, comprometiéndose con la petición o el objetivo a alcanzar (Munduate, Medina, 2004) citado por (Pichimata & Cicua, 2016)

La influencia interpersonal se manifiesta a través de diferentes tácticas. Yukl (2005) plantea que las tácticas de influencia tienen que ver con "el uso de determinados comportamientos que usa una persona para influir en las actitudes o comportamientos de otras personas. Las tácticas proactivas son aquellas destinadas a hacer que las otras personas realicen determinadas tareas". (Yukl et al., 2005, p.705). La influencia resulta particularmente importante en situaciones donde una persona tiene poca autoridad formal frente a otra (Yukl et al.2008). Akhtar y Mahmood (2009) también definen a la influencia como el proceso en el cual una persona persuade a otra para seguir su consejo, para aceptar una sugerencia o cumplir con sus órdenes. Puede ser utilizado con fines personales u organizacionales, y siempre se analiza en términos de la relación entre díadas. (Steizel, 2015)

b) Cualidades

Las cualidades son una forma genérica de características definitorias de algo o alguien. Desarrollar las cualidades no es tarea fácil debido a que el liderazgo afecta a la inteligencia emocional y la parte emocional del cerebro aprende con más lentitud. Dominar

una nueva habilidad requiere más que la lectura de un libro o la realización de un curso de formación. Exige un esfuerzo continuo de repetición y práctica. Pese a que en principio pudiera parecernos que todo líder "nace", en realidad, la mayoría se "hace". Nadie nace sabiendo cómo dirigir un equipo o desarrollar personas, sino que se aprende a hacerlo. Los grandes líderes se hacen según van adquiriendo las competencias que los hacen eficaces y copiando comportamientos de sus líderes de referencia. La inteligencia emocional no es innata, sino que se aprende. La adquisición de estas cualidades requiere del líder una gran motivación, un esfuerzo a largo plazo, un entrenamiento continuo y un fuerte compromiso emocional. El poder no lo da el cargo ni ser el que decide si te llevas o no el bonus, la autoridad te la dan las personas que componen tu equipo y hay que ganársela. La credibilidad es la base de la autoridad. (Steizel, 2015)

a) Confianza

La confianza tiene varios significados, aunque se piense que todos entendemos lo mismo por ella, cada autor la define de manera distinta, por ejemplo, para algunos autores es una creencia u opinión sobre una persona o grupo social; otros, piensan que es una hipótesis o probabilidad subjetiva del comportamiento futuro de alguien; y algunos, la ven como seguridad, esperanza o fe puesta en los demás. (Vives & Osorio, 2015)

La confianza como la creencia que se tiene sobre la conducta de reciprocidad del otro, es decir, se espera que una persona realice algo por otro, igual o similar a lo que ella ha realizado por el Petermann, 1999 citado por (Vives & Osorio, 2015). Algunos de los psicólogos relacionan la confianza con la conducta de cooperación, al plantear desde las teorías de la elección racional y los juegos del dilema del prisionero, la interacción entre la

evaluación del comportamiento del otro, la atribución de confianza y el comportamiento colaborativo.

La confianza se da dentro de un marco de interacción que está influenciado tanto por las personalidades de los que participan en la interacción, así como por el sistema social. Por eso, su comprensión de la confianza se basa tanto en teorías psicológicas como sociológicas (sistema, entorno, función y complejidad). (Vives & Osorio, 2015)

La confianza está relacionada con la familiaridad, la temporalidad, las leyes, las sanciones, los valores, la información que tenemos del otro o de lo otro, el aprendizaje, los complejos simbólicos, las expectativas y la autopresentación (confianza personal). Implica entregarse al otro, asumiendo el riesgo de equivocarse o ser engañado y una actitud que implica apertura al otro, al mismo tiempo que la posibilidad de asumir un riesgo (Vives & Osorio, 2015).

Por tanto, la confianza implica las expectativa como las certezas, es decir, en la expectativa se encuentra la esperanza de que el otro actuará según lo esperado (sea por las normas sociales y legales, por los códigos éticos), lo que es fundamental para el inicio o génesis de la confianza en las relaciones humanas; mientras que en las certezas, se tiene la seguridad o fiabilidad sobre el comportamiento del otro, al haber observado en otras oportunidades la coherencia entre lo que piensa y dice con sus acciones. Las certezas consolidan la confianza (Vives & Osorio, 2015). La confianza puede ser interpersonal e institucional, según diferentes autores, la interpersonal es la confianza que se da en las relaciones sociales, puede ser con personas cercanas o de relación esporádica; y la institucional, como su nombre lo dice, es la confianza en las instituciones sean estas

organizaciones civiles, empresas, partidos políticos, gremios, Estado, etc. La confianza es dinámica y no estática, lo que significa que puede ser variable, es decir, puedes desconfiar hoy de alguien en que siempre has confiado por algún comportamiento o comentario que realizó desconcertante, o, por el contrario, confiar en alguien en que siempre has desconfiado, por algún comportamiento que realizó que te pareció correcto y coherente. Además, puedes confiar en alguien en un aspecto de su personalidad, pero no en otro, por ejemplo, puedes confiar en que su trabajo será de calidad, pero desconfiar en que lo entregará cumplidamente (Vives & Osorio, 2015).

2.2.2. Gestión de la calidad

Existen muchas definiciones que ofrece la literatura sobre la gestión de calidad y los más importantes son lo siguiente:

Para entender mejor el tema se va conceptuar de manera independiente a la gestión y a la calidad.

Cuando se hace referencia a la gestión se está hablando acerca de un conjunto de acciones de administración y dirección de una organización, cuyo objetivo del acto es resolver un asunto o conseguir algo en bien común. En cuanto a la gestión empresarial se hace referencia en específico a la actividad empresarial cuyo objeto es la mejora de la empresa ya sea en su productividad o competitividad, la gestión empresarial es el más complejo debido a que implica el diseño, implementación, control de estándares y de estrategias relacionados con el proceso productivo y administrativo.

La calidad son un conjunto de características que tiene un producto o servicio, el fin fundamental es la satisfacción de los requerimientos del consumidor, para lo cual deberá

cumplir con las funciones y especificaciones que lo requiere el consumidor, para lo cual como la entrega del producto o servicio debe de ser rápido, con costo mínimo y debe de cumplir los estándares de la calidad.

La Gestión de la Calidad para Fayas, 1995 citado por (Camisón, Cruz, & Gonzáles, 2016), “es un constructo inobservable, en absoluto fácil de conceptualizar y medir si no es a través de otras variables directamente observables, aunque sólo sea a través de percepciones.” (pág. 210),

Según (Camisón, Cruz, & Gonzáles, 2016), el término enfoque de Gestión de la Calidad se utiliza para describir un sistema que relaciona un conjunto de variables relevantes para la puesta en práctica de una serie de principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad. Así pues, el contenido de los distintos enfoques de Gestión de la Calidad se distingue por tres dimensiones:

1. Los principios que asumen y que guían la acción organizativa.
2. Las prácticas y actividades que incorporan para llevar a la práctica estos principios
3. Las técnicas que intentan hacer efectivas estas prácticas.

En cuanto a la operativización de la Gestión de la Calidad, se plantean dos problemas: identificar los elementos que forman parte de las dimensiones, y precisar la forma en que se interrelacionan para formar el constructo. La identificación de los elementos que definen el contenido de la Gestión de la Calidad ha dado lugar a la construcción de instrumentos que permitan medir de forma global sus dimensiones, principalmente en forma de escalas multitud basadas en la percepción directiva³. Los trabajos académicos con este fin han buscando construir un patrón de los principios y las mejores prácticas y técnicas para la

implantación de la Gestión de la Calidad, testando su universalidad y la consistencia de sus interrelaciones, así como sus relaciones con el desempeño. (Camisón, Cruz, & Gonzáles, 2016)

Dentro de la gestión de la calidad también se desarrollan temas relacionados con el importante concepto de mejora continua, basada en el ciclo Deming, así como el brainstorming, los círculos de calidad, las siete herramientas básicas y las siete herramientas de gestión; asimismo se abandonarán diversas estrategias posibles dentro del marco de gestión como son el benchmarking y la reingeniería. La gestión de la calidad total representa el eje fundamental de la obra y de ella se derivan el resto de los aspectos de gestión, herramientas y técnicas actualmente desarrolladas y que se tratarán a continuación. (Cuatrecasas & González, 2017)

Entonces, la gestión de la calidad es un conjunto de herramientas y acciones que tienen como objetivo primordial evitar probables errores en el proceso de producción, es fundamental su aplicación dentro de una organización para poder garantizar la calidad de productos y servicios.

Cuando se hace referencia a la gestión de calidad nos referimos a un conjunto de acciones estratégicas para evitar posibles errores en proceso de producción de bienes o servicios. A mismo la gestión de calidad es una herramienta cuyo uso es para la revisión de operaciones, productos y servicio que una empresa, su objetivo fundamental es la identificación de áreas que podrían requerir mejoras de calidad.

2.2.3. Micro y pequeñas empresas

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. (Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, 2013, pág. 01)

Conuerdo con la citada ley acerca de la conceptualización de la Mypes ya que su composición es de persona natural o jurídica y son unidades económicas cuyo fin es la prestación de servicios, la comercialización o producción de beines y se categorizan de acuerdo a sus características y tamaño.

Las MYPES pueden estar constituidas por personas naturales o jurídicas (empresas) bajo cualquier forma de organización empresarial, según la ley para acogerse a los beneficios de los que gozan las Mypes en el Perú, estas deben cumplir con ciertos requisitos concernientes a su número de trabajadores y sus volúmenes de ventas anuales. (Agencia de Promoción de la Inversión Privada, 2011, pág. 25).

2.2.4.1. Características Mypes

Según la (Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, 2013, pág. 01) “las Mypes deben reunir las siguientes características concurrentes:”

b) El número total de trabajadores

- ✓ La microempresa abarca de uno (1) hasta 10 trabajadores inclusive
- ✓ La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta 50 trabajadores inclusive.

c) Niveles de ventas anuales

- ✓ La microempresa hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias – UIT.
- ✓ La pequeña empresa partir de monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

III. HIPÓTESIS

Este trabajo de investigación no se requiere formular la hipótesis debido a que el estudio es de nivel descriptivo. (Herandez, Fernández, & Baptista, 2014) “No en todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis. Depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo”.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Esta investigación es aplicada con enfoque cuantitativo no experimental.

Según las técnicas de obtención de datos y la finalidad de estudio esta investigación es de tipo aplicada de enfoque cuantitativo debido a que se recolecta datos o componentes sobre diferentes aspectos del personal de la organización a estudiar y se

realizara un análisis de las características, la investigación proyectiva promueve indirectamente cambios de actitudes. (Oré, 2015).

Es de nivel descriptivo, debido a que describe las características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021.

4.2. Población y muestra

Para los fines de esta presente investigación la población y muestra es la totalidad que estaba conformado de 6 colaboradores de la micro y pequeña empresa, rubro venta de combustible caso: Multiservicios el Oso, distrito de Querobamba Ayacucho 2021.

La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. La muestra suele ser definida como un subgrupo de la población. Para seleccionar la muestra deben delimitarse las características de la población. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2011)

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA VALORATIVA
Liderazgo carismático	Para Weber (2005), el liderazgo carismático es el proceso de influencia que surge del reconocimiento por parte de los seguidores de que el líder posee cualidades de personalidad extraordinarias, que no poseen otros y que al reconocerlo genera un vínculo que los conmina a la entrega, confianza y obediencia, siempre que el líder mantenga el reconocimiento a través de la reafirmación de sus cualidades.	Los líderes carismáticos inspiran mucho entusiasmo en sus equipos y los lideran con mucha energía. Así mismo poseen un magnetismo que inspira a otros a seguirlos ciegamente. Se ha visto que cuando un equipo de trabajo está dirigido por un líder carismático, los subordinados se sienten más seguros de sí mismos, trabajan más horas extras, encuentran su trabajo más significativo, muestran más confianza en sus líderes y se desempeñan mejor.	Influencia	Capacidad de convencer	1. ¿Considera que el gerente de la empresa tiene la capacidad de convencer?	Likert Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
					Comunicación	
				3. ¿Cuándo el gerente emite un comunicado son claros y concisos?		
				4. ¿El gerente al momento de comunicarse con los colaboradores usa un lenguaje corporal positivo?		
				5. ¿El gerente demuestra entusiasmo e instinto en la empresa?		
				Cualidades	Delegación de funciones	
			7. ¿En la empresa el gerente delega funciones a cada colaborador?			
			Inteligencia emocional		8. ¿El gerente Supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva?	
					9. ¿El gerente tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa?	
					10. ¿El gerente es empático con los colaboradores de la empresa?	
					11. ¿El gerente toma decisiones asertivas dentro de la empresa?	
			Confianza	Capacidad de decisión	12. ¿El gerente identifica y analiza el problema de la empresa antes de tomar una decisión?	
					13. ¿Usted, confía en la honradez de su jefe?	
				Integridad	14. ¿Usted considera que el gerente es leal a la empresa?	
					15. ¿El gerente practica la puntualidad en la empresa?	
				Valores	16. ¿El gerente es respetuoso con los colaboradores?	
					17. ¿Usted confía y considera transparentes los documentos que presenta el gerente?	
			Transparencia	18. ¿El gerente actúa de manera ético?		

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La presente investigación para la recopilación de informaciones se va utilizar como técnica la encuesta y como instrumento es el cuestionario que consta de 18 preguntas, lo cual está relacionado con el liderazgo carismático con sus respectivas variables, los cuales son la influencia, cualidades y confianza.

4.5. Plan de análisis

Para el desarrollo del análisis de los datos recopiladas con la técnica de encuesta y con instrumento de cuestionario, se va elaborar el análisis estadístico a través de la elaboración de tablas de frecuencias relativas y absolutas, en función a ello se va elaborar gráficos estadísticos de barra, para lo cual se va utilizar la hoja de cálculo de Microsoft Excel; los resultados obtenidos serán interpretados y comprados.

4.6. Matriz de consistencia

LIDERAZGO CARISMÁTICO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO VENTA DE COMBUSTIBLE: CASO MULTISERVICIOS EL OSO, DISTRITO DE QUEROBAMBA, AYACUCHO, 2021

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
<p>Problema general: ¿Cuáles son las características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021?</p>	<p>Objetivo general: Describir las características del Liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021</p>	<p>Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) “No en todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis. Depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo”.</p>	<p>Liderazgo carismático</p>	Influencia	Capacidad de convencer Comunicación Persuasión	<p>Tipo: cuantitativo Nivel: descriptivo Diseño: no experimental – transversal Población y muestra: 6 colaboradores Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario</p>
<p>Problemas específicos: 1. ¿Cuáles son las características de la influencia en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021? 2. ¿Cuáles son las características de las cualidades en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicio El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021? 3. ¿Cuáles son las características de la confianza en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021? 4. ¿Cuál es el plan de mejora del Liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, ¿2021?</p>	<p>Objetivos específicos: 1. Describir características de la influencia en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021 2. Describir las características de las cualidades en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021 3. Describir las características de la confianza en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021 4. Elaborar un plan de mejora del Liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021</p>			Cualidades	Delegación de funciones Inteligencia emocional Capacidad de decisión	
				Confianza	Integridad Valores Transparencia	

4.7. Principios éticos

La presente investigación se solidifica en los principios éticos consignados en el Código de Ética para la Investigación versión 002, Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH y se guiará por los siguientes principios:

✓ Protección a las personas

La presente investigación enfatiza al principio ético de protección a las personas, el hombre es un ser moral y autónomo, es decir libre de obrar, pero también responsable de sus actos, a su vez son dignos de respeto y protección, sin embargo, hay investigaciones que lo toman como objeto de estudio experimental, lo cual se rechaza en todos sus estereotipos en esta investigación. Así mismo se va respetar los Derechos Fundamentales de la persona, su integridad, interculturalidad, la confidencialidad y la privacidad.

✓ Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad

La presente investigación está encauzada con el principio ético del cuidado del medio ambiente y la biodiversidad debido a que no se va alterar o dañar el ecosistema, ni se va realizar sacrificio de los animales o de otros seres vivos. Así mismo no se va generar los residuos sólidos por qué se va utilizar hojas recicladas y como persona moral se busca la sostenibilidad de las generaciones futuras.

✓ Libre participación y derecho de estar informados

Los participantes de la investigación estarán bien informados sobre los fines y propósitos de la investigación, para su participación firmarán su consentimiento y una vez culminada la investigación se entregará un ejemplar de la tesis realizada.

✓ **Beneficencia no maleficencia**

Esta investigación no dañara a las personas que participaron, de lo contrario con los resultados obtenidos a través de la recomendación se buscara el beneficio de cada participante y también de la organización.

✓ **Justicia**

Durante la investigación se va tratar de manera igualitaria a todos los participantes, sin distinción ninguna, ya sea por religión, idioma, raza y nacionalidad, también se va garantizar el respeto de la integridad del participante.

✓ **Integridad científica**

En esta investigación se va enfatizar el respeto a la investigación de los autores con la citación, de esta manera se va reconocer su aporte. Así mismo durante el proceso de investigación se va realizar con do honestidad, transparencia, justicia y responsabilidad y a conciencia teniendo como base la moralidad.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

I. Información General

Tabla 1. Género de los colaboradores

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Femenino	2	33%
Masculino	4	67%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboración: propia

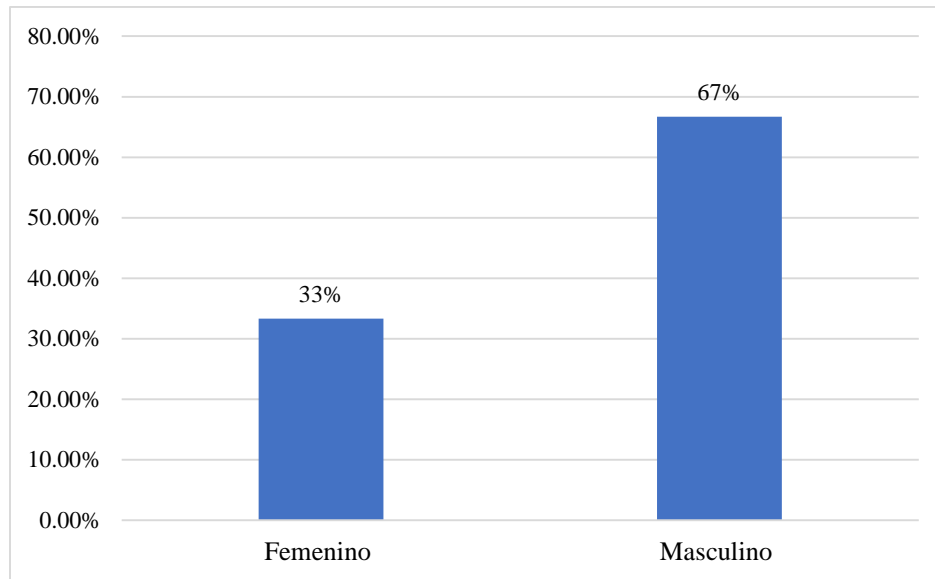


Figura 1. Género de los colaboradores

Fuente: Tabla 1.

Elaboración: propia

Interpretación: en la tabla 1 y figura 1, se observa que del 100% de los colaboradores, el 33% son de género femenino y el 67% son de género masculino. Entonces se concluye que la mayoría de los colaboradores de la empresa Multiservicios el Oso son de género masculino.

Tabla 2. Edades de los colaboradores

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
20 a 25	0	0%
26 a 30	3	50%
31 a 35	0	0%
36 a 40	3	50%
41 a mas	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboración: propia

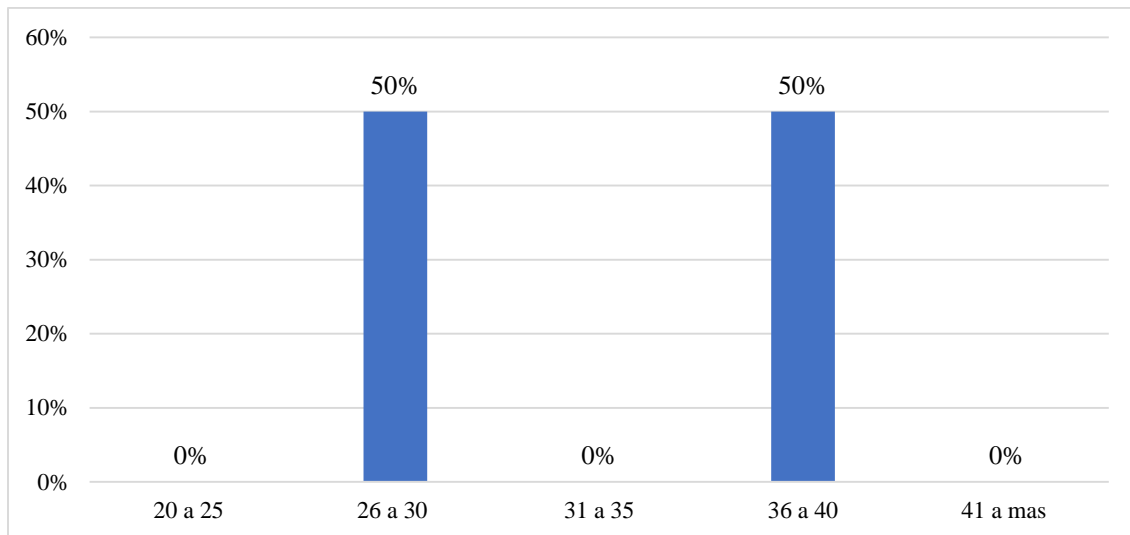


Figura 2. Edades de los colaboradores

Fuente: Tabla 2.
Elaboración: propia

Interpretación: en la tabla 2 y figura 2, se observa que del 100% de los colaboradores, el 50% tienen edades entre 26 a 30 años y el 50% entre 36 a 40 años. Entonces se concluye que la mayoría de los colaboradores de la empresa Multiservicios el Oso son relativamente jóvenes.

Tabla 3. Grado de instrucción de los colaboradores

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Primaria incompleta	0	0%
Primaria completa	1	16.%
Secundaria incompleta	0	0%
Secundaria complete	1	17%
Superior incompleta	3	50%
Superior complete	1	17%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboración propia

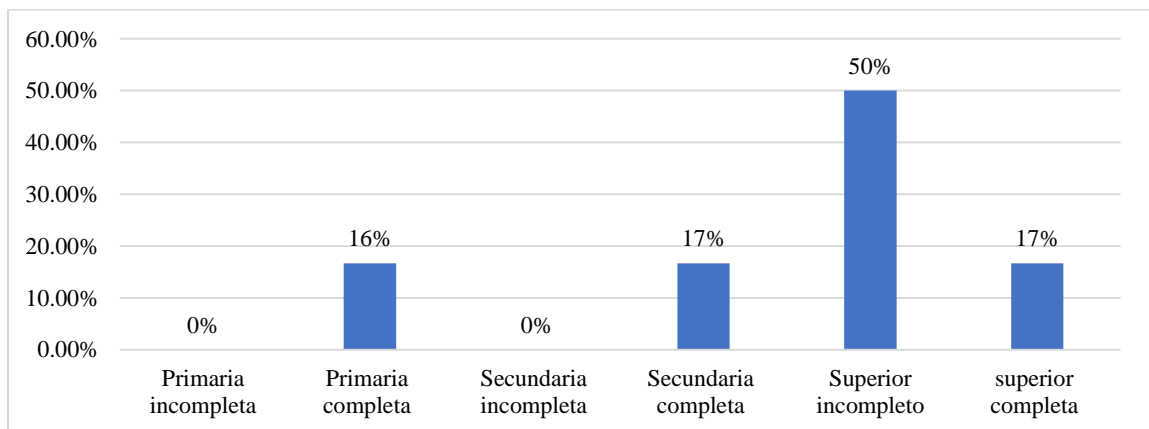


Figura 3. Grado de instrucción de los colaboradores

Fuente: Tabla 3.

Elaboración: propia

Interpretación: en la tabla 3 y figura 3, en lo referente al grado de instrucción se observa que del 100% de los colaboradores, el 16% tienen primaria completa, el 17% tienen secundaria completa, 50.00% superior incompleto y el 17% superior completa. Entonces se concluye que la mayoría de los colaboradores de la empresa Multiservicios el Oso tienen grado de instrucción superior incompleto.

Influencia

Tabla 4. Considera que el gerente de la empresa tiene la capacidad de convencer

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	5	83%
A veces	1	17%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboración: propia

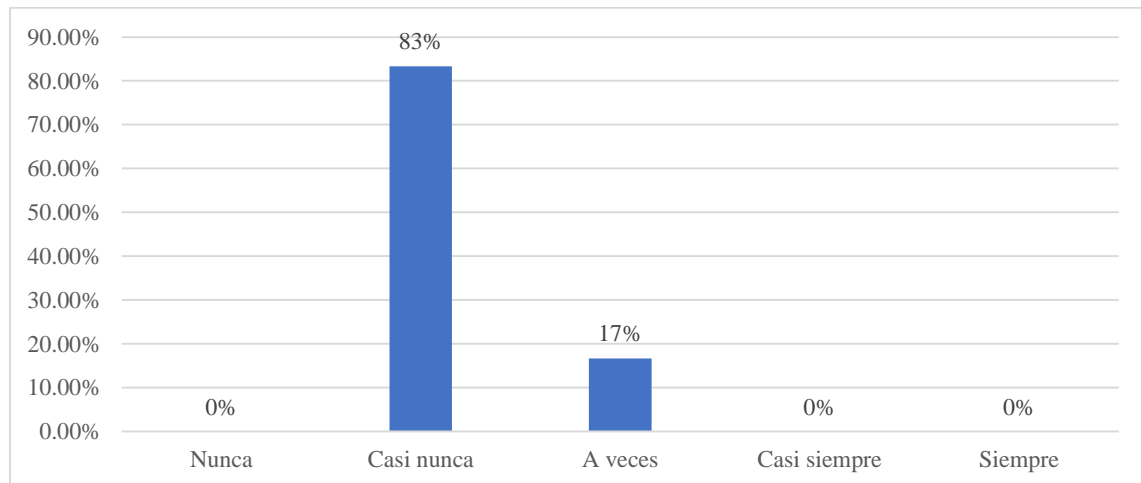


Figura 4. Considera que el gerente de la empresa tiene la capacidad de convencer

Fuente: Tabla 4.

Elaboración: propia

Interpretación: en la tabla 4 y figura 4, en lo referido a la capacidad de convencer del gerente, se observa que del 100% de los colaboradores, el 83% respondieron casi nunca y el 17% respondieron a veces. Entonces se concluye que la mayoría de los colaboradores de la organización Multiservicios el Oso respondieron que el gerente casi nunca tiene la capacidad de convencer.

Tabla 5. El gerente realiza orientaciones laborales y personales en la empresa

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	2	33%
Casi nunca	3	50%
A veces	1	17%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboración: propia

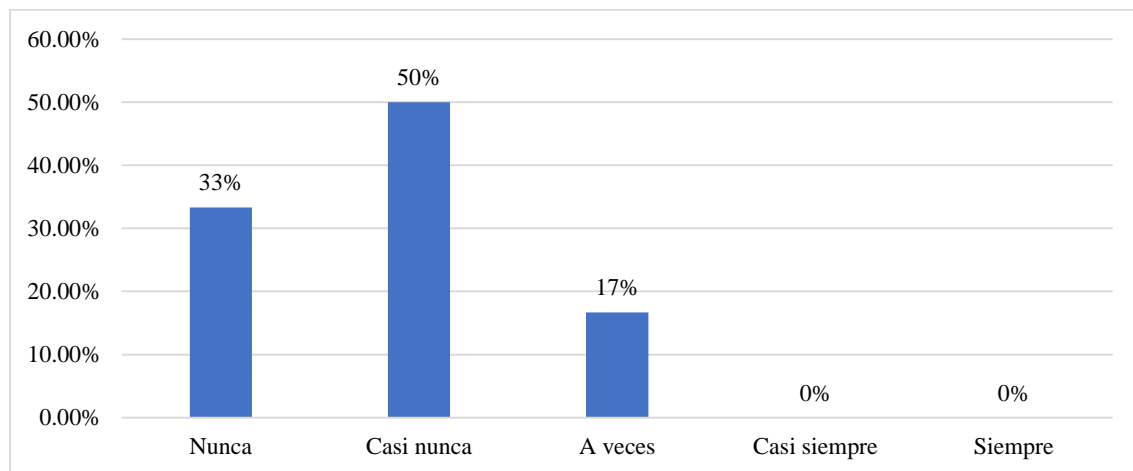


Figura 5. El gerente realiza orientaciones laborales y personales en la empresa

Fuente: Tabla 5.

Elaboración: propia

Interpretación: en la tabla 5 y figura 5, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: El gerente realiza orientaciones laborales y personales en la empresa, el 33% respondieron nunca, el 50 % casi nunca, y el 17 % respondieron a veces. Entonces se puede afirmar que el 50% de los colaboradores manifiestan que casi nunca el gerente realiza orientaciones laborales y personales en la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 6. Cuándo el gerente emite un comunicado son claros y concisos

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	6	100%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboración: propia

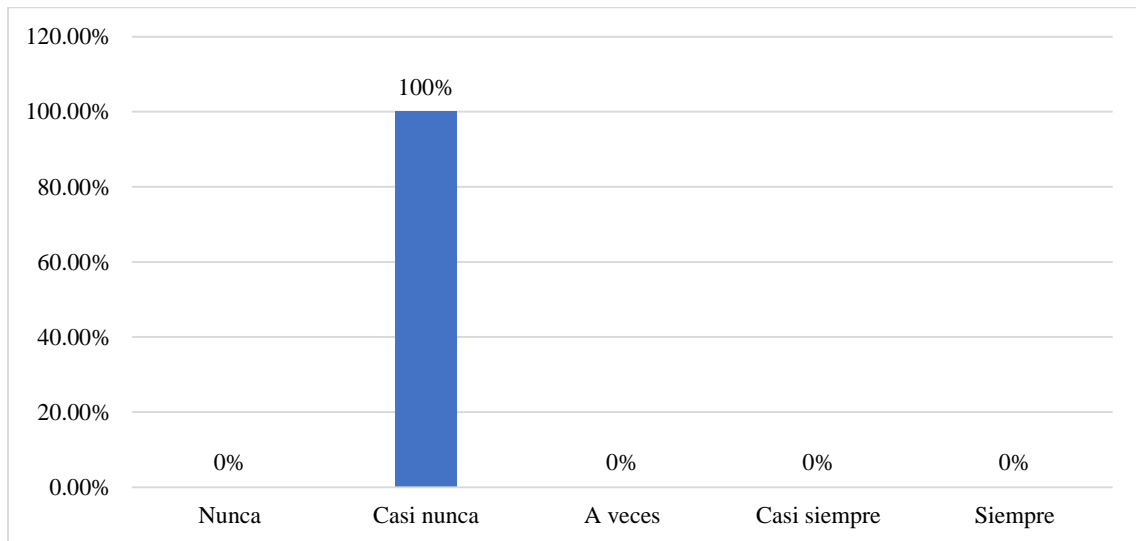


Figura 6. Cuando el gerente emite un comunicado son claros y concisos

Fuente: Tabla 6.
Elaboración: propia

Interpretación: en la tabla 6 y figura 6, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: Cuándo el gerente emite un comunicado son claros y concisos, el 100% respondieron casi nunca. Entonces se puede afirmar que todos los colaboradores manifiestan que casi nunca el gerente emite un comunicado claros y concisos en la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 7. El gerente al momento de comunicarse con los colaboradores usa un lenguaje corporal positivo

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	2	33%
A veces	4	67%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso elaboración propia

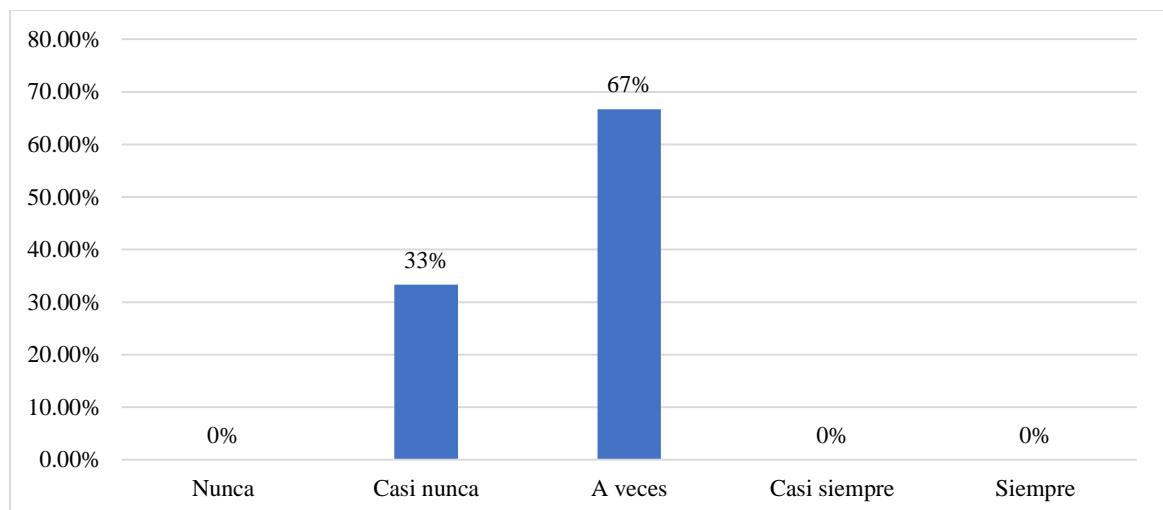


Figura 7. El gerente al momento de comunicarse con los colaboradores usa un lenguaje corporal positivo

Fuente: Tabla 7.

Elaboración: propia

Interpretación: en la tabla 7 y figura 7, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: El gerente al momento de comunicarse con los colaboradores usa un lenguaje corporal positivo, el 33% respondieron casi nunca y el 67 % respondieron a veces. Entonces se puede afirmar que el 67 % de los colaboradores manifiestan que a veces el gerente al momento de comunicarse con los trabajadores usa un lenguaje corporal positivo en la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 8. El gerente demuestra entusiasmo e instinto en la empresa

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	1	17%
Casi nunca	4	67%
A veces	1	16%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboración: propia

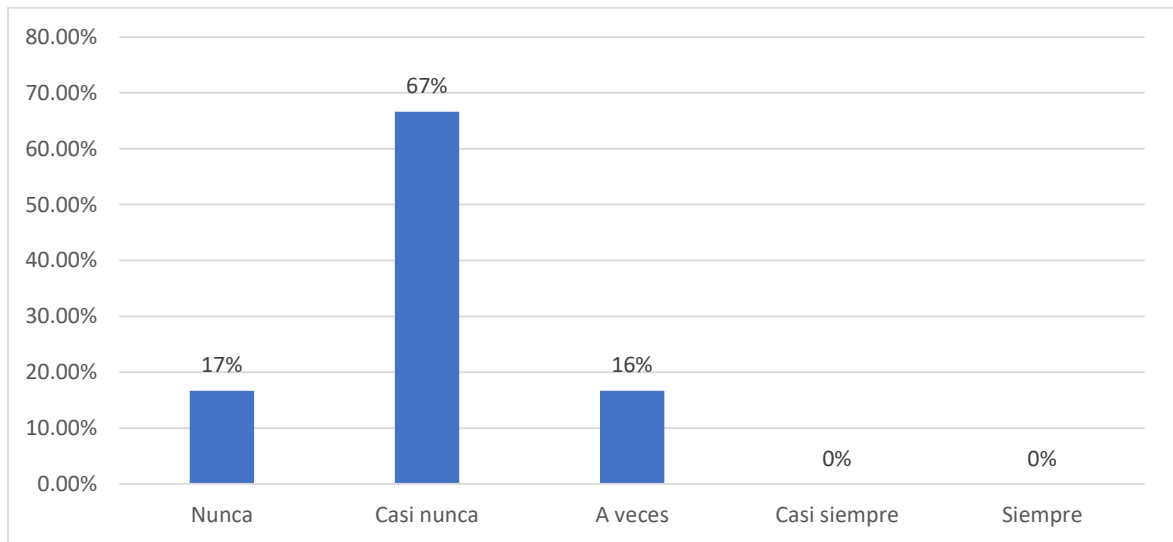


Figura 8. El gerente demuestra entusiasmo e instinto en la empresa

Fuente: Tabla 8
Elaboración: propia

Interpretación: en la tabla 8 y figura 8, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: El gerente demuestra entusiasmo e instinto en la empresa, el 17 % respondieron nunca, el 67 % respondieron casi nunca y el 16% respondieron a veces. Entonces se puede afirmar que el 67 % de los colaboradores manifiestan que casi nunca el gerente demuestra entusiasmo e instinto en la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 9. El gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	1	17%
A veces	5	83%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboración: propia

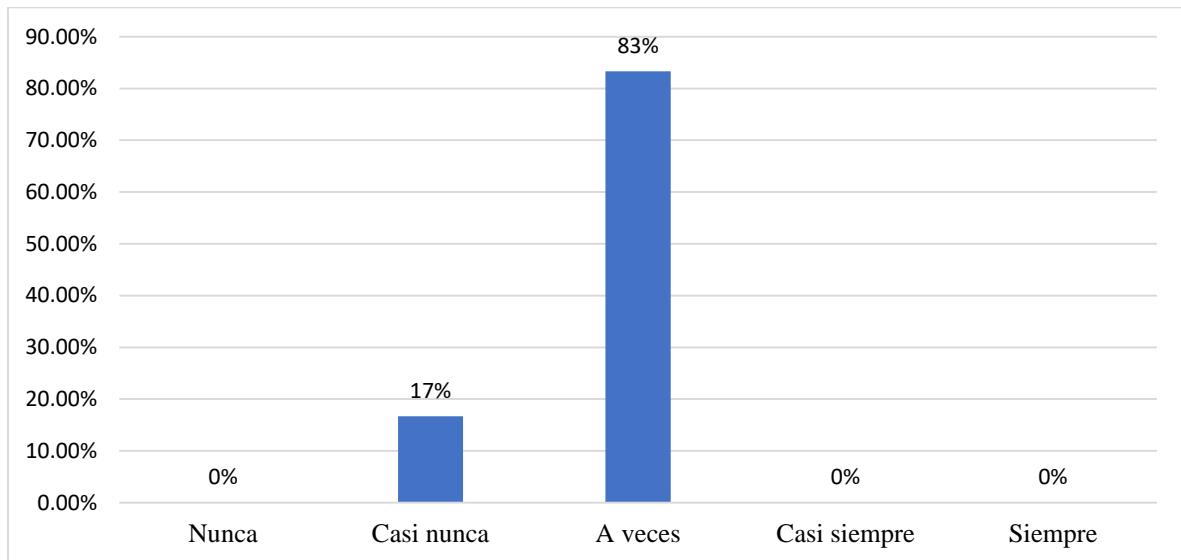


Figura 9. El gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa

Fuente: Tabla 9.
Elaboración: propia

Interpretación: en la tabla 9 y figura 9, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: El gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa, el 17% respondieron casi nunca y el 83 % respondieron a veces. Entonces se puede afirmar que el 83% de los colaboradores manifiestan que casi nunca el gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa Multiservicios el Oso.

Cualidades

Tabla 10. En la empresa el gerente delega funciones a cada trabajador

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	3	50%
A veces	3	50%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboración: propia

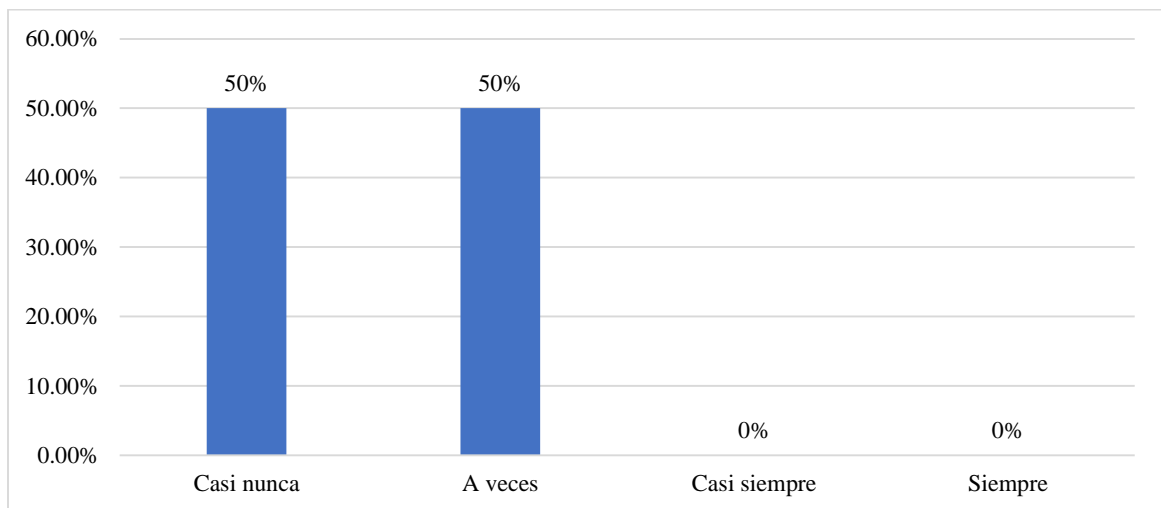


Figura 10. En la empresa el gerente delega funciones a cada trabajador

Fuente: Tabla 10.
Elaboración: propia

Interpretación: en la tabla 10 y figura 10, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: En la empresa el gerente delega funciones a cada trabajador, el 50% respondieron casi nunca y el 50% respondieron a veces. Entonces se puede afirmar que el 50% de los colaboradores manifiestan que casi nunca el gerente delega funciones a cada colaborador en la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 11. El gerente Supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	3	50%
Casi nunca	3	50%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboración: propia

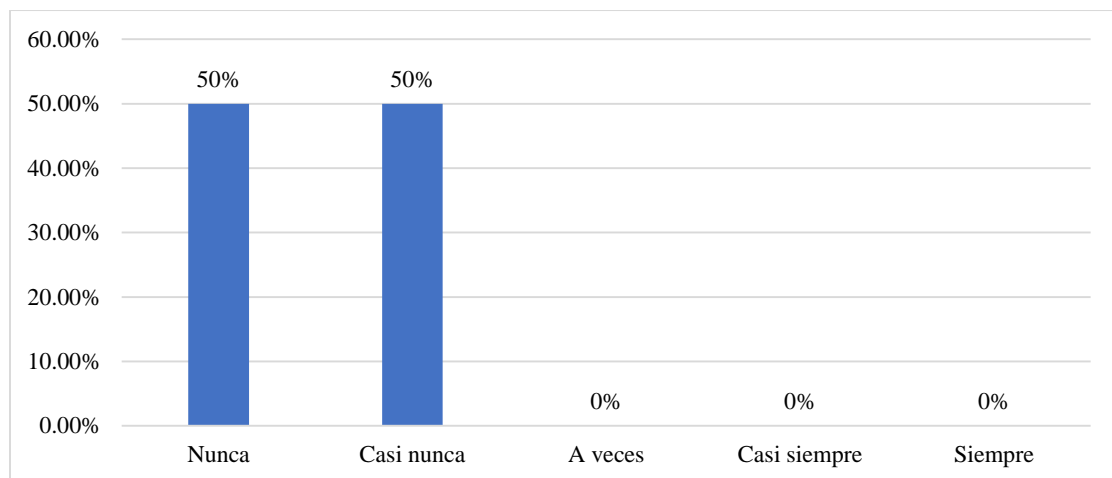


Figura 11. El gerente Supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva

Fuente: Tabla 11.
Elaboración: propia

Interpretación: en la tabla 11 y figura 11, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: El gerente Supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva, el 50% respondieron nunca y el 50% respondieron casi nunca. Entonces se puede afirmar que el 50% de los colaboradores manifiestan que casi nunca el gerente supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva en la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 12. El gerente tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	4	67%
A veces	2	33%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	6	100.00%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios el Oso
Elaboración propia

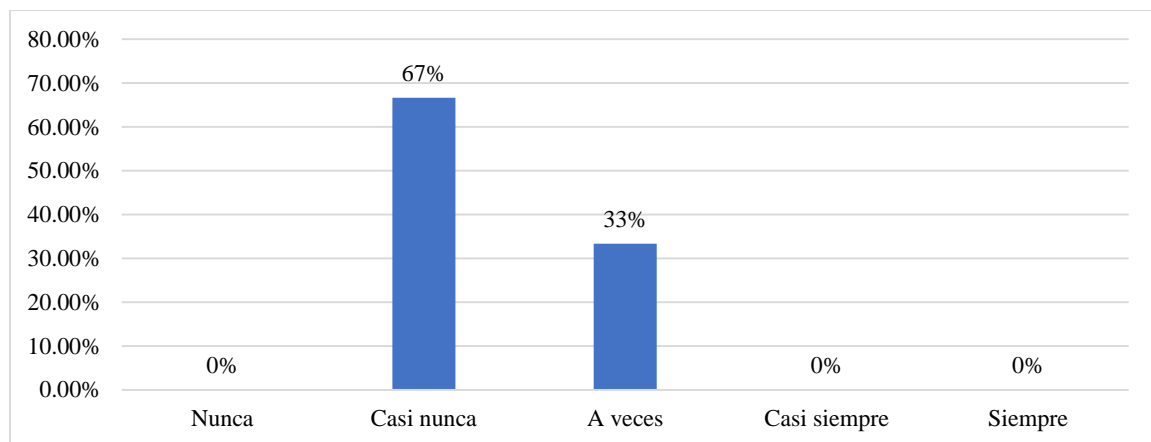


Figura 12. El gerente tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa

Fuente: Tabla 12.
Elaboración: propia

Interpretación: en la tabla 12 y figura 12, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: el gerente tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa, el 67 % respondieron casi nunca y el 33% respondieron a veces. Entonces se puede afirmar que la mayoría de los colaboradores manifiestan que casi nunca el gerente tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 13. El gerente es empático con los colaboradores de la empresa

CAATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	3	50%
A veces	3	50%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboracion: propia

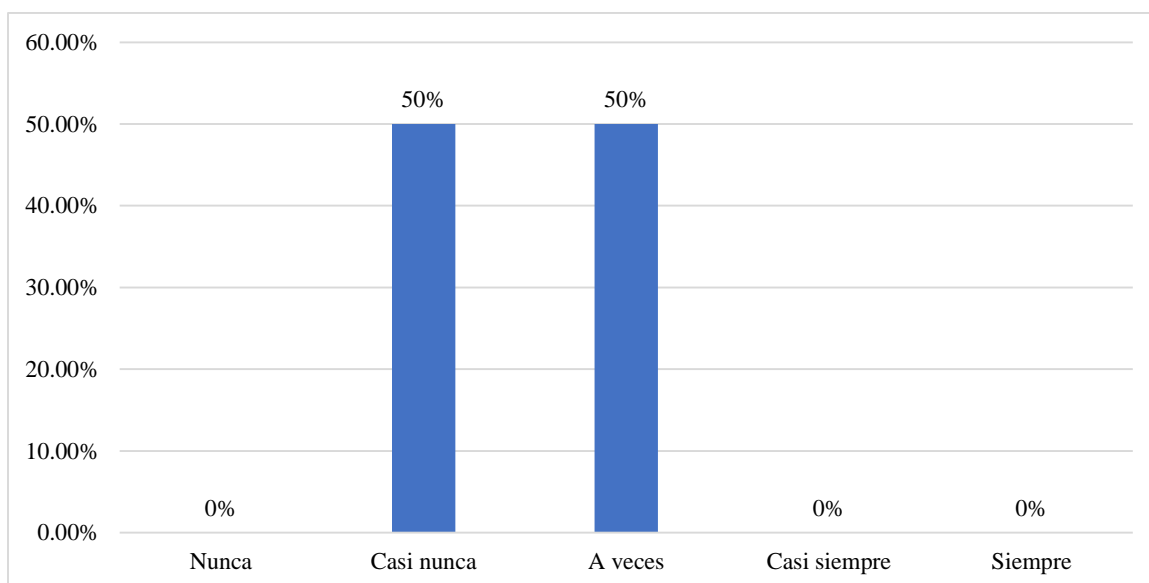


Figura 13. El gerente es empático con los colaboradores de la empresa

Fuente: Tabla 13.
Elaboracion: propia

Interpretación: en la tabla 13 y figura 13, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: El gerente es empático con los colaboradores de la empresa, el 50% respondieron casi nunca y el 50% respondieron a veces. Entonces se puede afirmar que el 50% de los colaboradores manifiestan que casi nunca el gerente es empático con los colaboradores en la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 14. El gerente toma decisiones asertivas dentro de la empresa

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	3	50%
A veces	3	50%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboracion: propia

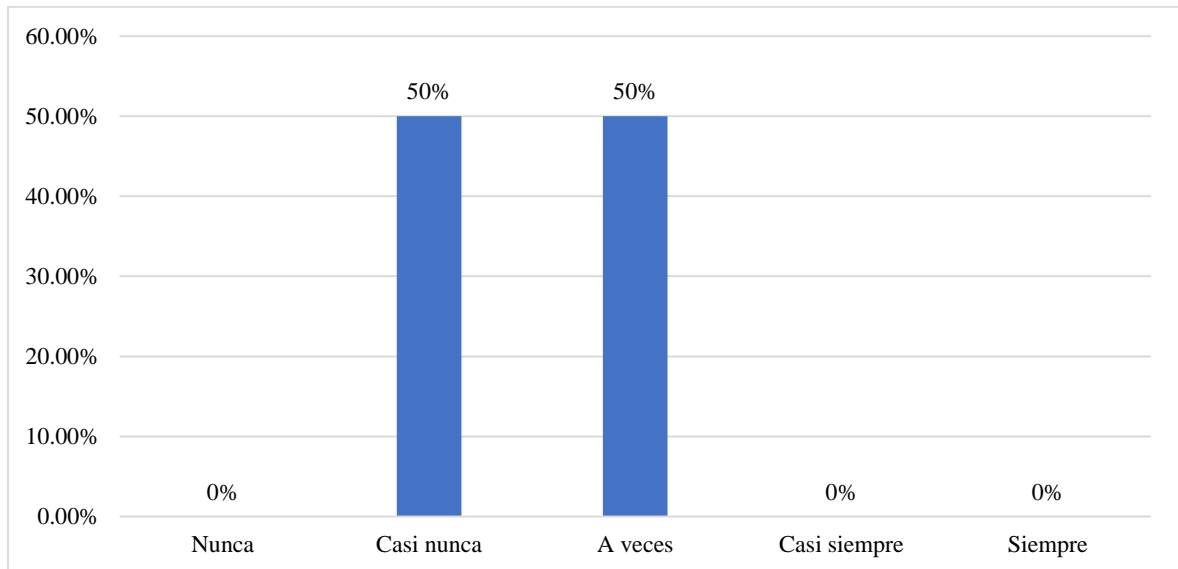


Figura 14. El gerente toma decisiones asertivas dentro de la empresa

Fuente: Tabla 14
Elaboracion:propia

Interpretación: en la tabla 14 y figura 14, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: El gerente toma decisiones asertivas dentro de la empresa, el 50% respondieron casi nunca y el 50% respondieron a veces. Entonces se puede afirmar que el 50% de los colaboradores manifiestan que casi nunca el gerente toma decisiones asertivas en la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 15. El gerente identifica y analiza el problema de la empresa antes de tomar una decisión

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	3	50%
Casi siempre	3	50%
Siempre	0	0%
Total	6	100.00%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboracion: propia

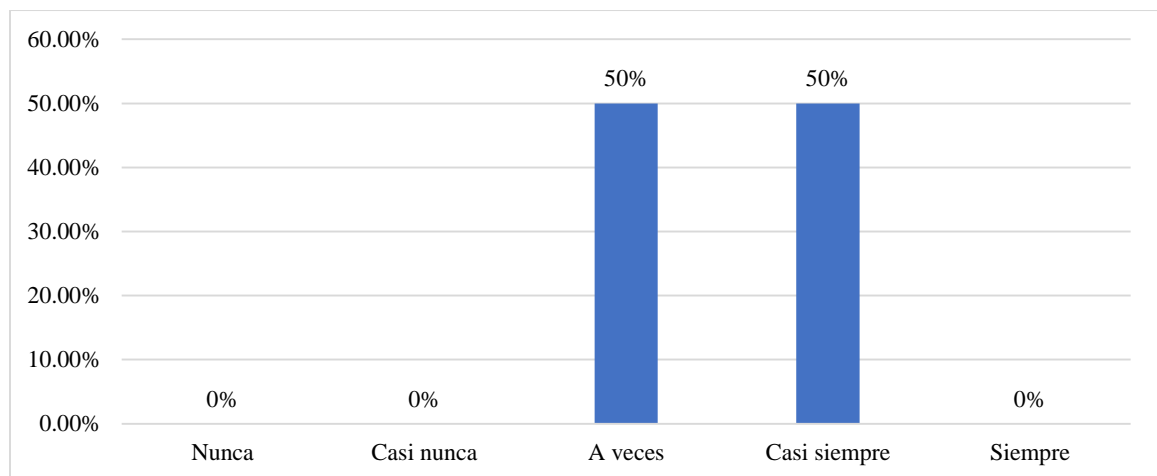


Figura 15. El gerente identifica y analiza el problema de la empresa antes de tomar una decisión

Fuente: Tabla 15
Elaboracion: propia

Interpretación: en la tabla 15 y figura 15, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: El gerente identifica y analiza el problema de la empresa antes de tomar una decisión, el 50% respondieron a veces y el 50% respondieron casi siempre. Entonces se puede afirmar que el 50% de los colaboradores manifiestan que a veces el gerente identifica y analiza el problema de la empresa antes de tomar una decisión en la empresa Multiservicios el Oso.

Confianza

Tabla 16. Usted, confía en la honradez de su jefe

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	1	16%
A veces	4	67%
Casi siempre	1	17%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboracion: propia

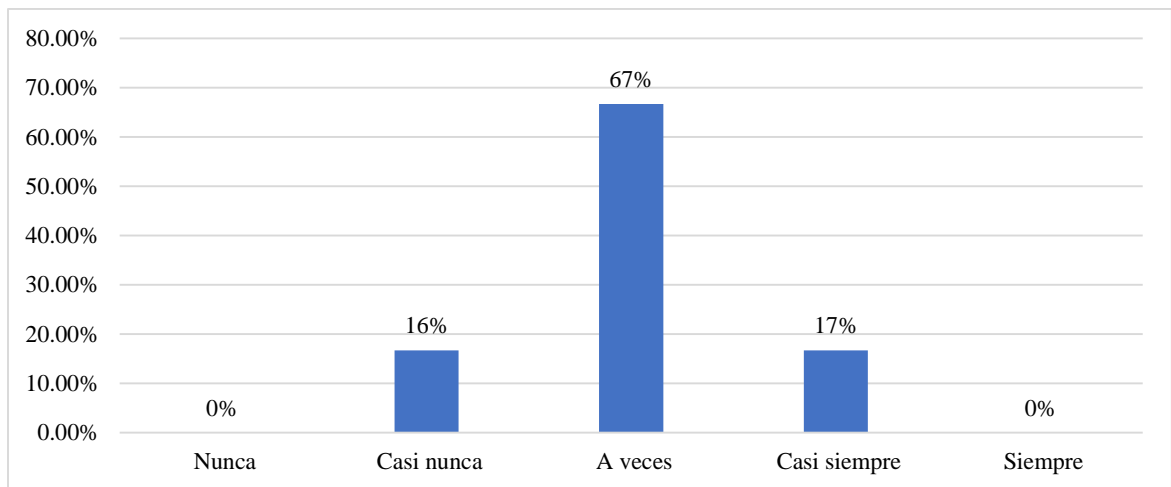


Figura 16. Usted, confía en la honradez de su jefe

Fuente: Tabla 16.
Elaboracion: propia

Interpretación: en la tabla 16 y figura 16, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: Usted, confía en la honradez de su jefe, el 16% respondieron casi nunca, el 67 % respondieron a veces y el 17 % casi siempre. Entonces se puede afirmar que el 67% de los colaboradores manifiestan que a veces confían en la honradez de su jefe en la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 17. Usted considera que el gerente es leal a la empresa

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	2	33%
Casi siempre	4	67%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboracion: propia

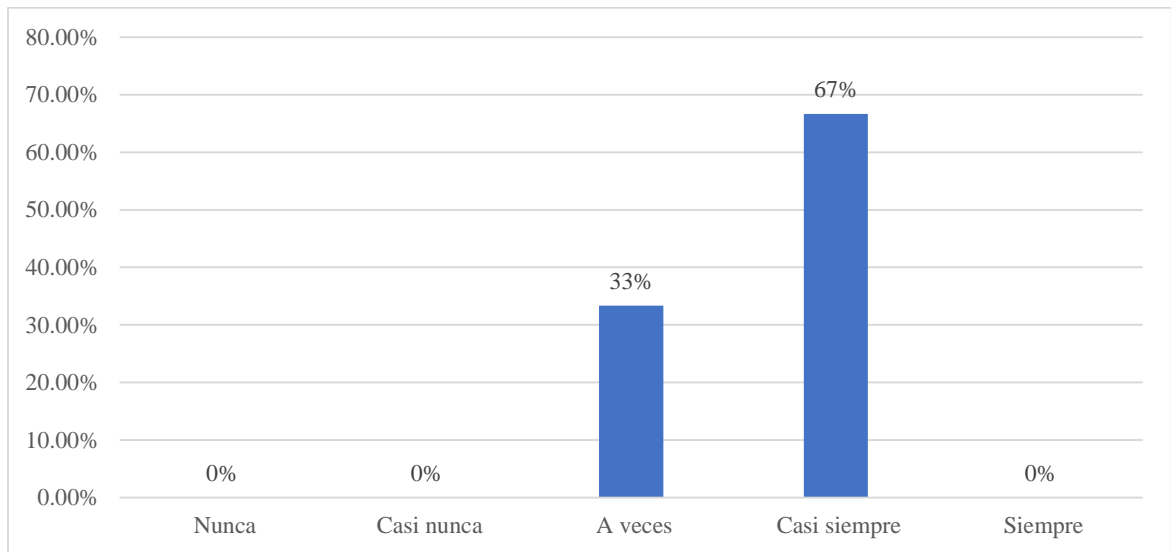


Figura 17. Usted considera que el gerente es leal a la empresa

Fuente: Tabla 17.
Elaboracion: propia

Interpretación: en la tabla 17 y figura 17, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: Usted considera que el gerente es leal a la empresa, el 33% respondieron a veces y el 67 % casi siempre. Entonces se puede afirmar que el 67% de los colaboradores manifiestan que casi siempre consideran que el gerente es leal a la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 18. El gerente practica la puntualidad en la empresa

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	1	17%
Casi nunca	5	83%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
 Elaboracion: propia

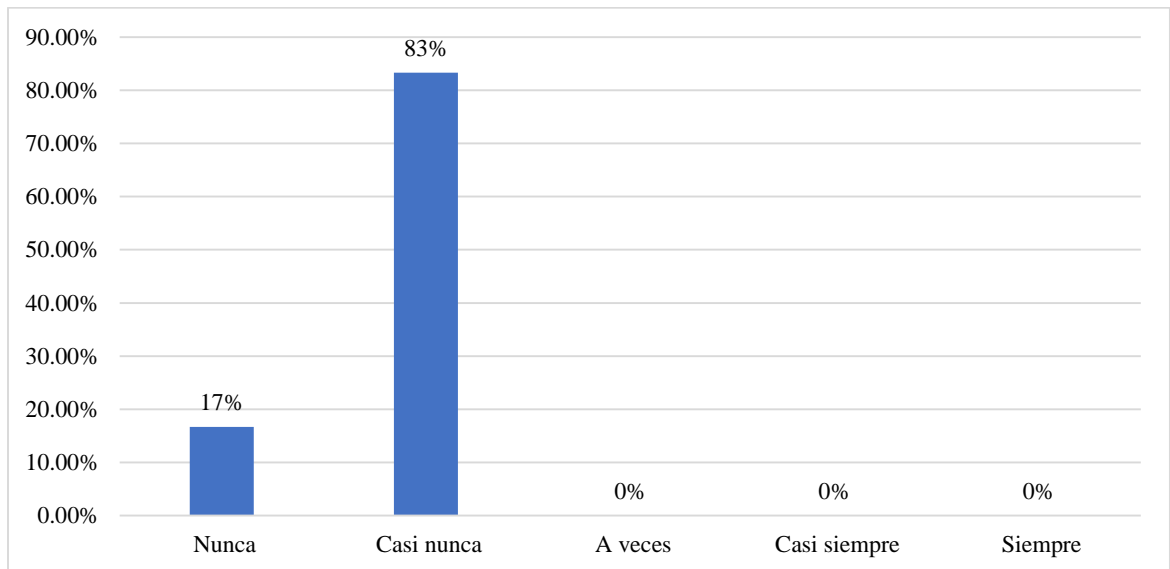


Figura 18. El gerente practica la puntualidad en la empresa

Fuente: Tabla 18.
 Elaboracion: propia

Interpretación: en la tabla 18 y figura 18, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: El gerente practica la puntualidad en la empresa, el 17% respondieron nunca y el 83% respondieron casi nunca. Entonces se puede afirmar que el 83% de los colaboradores manifiestan que casi nunca gerente practica la puntualidad en la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 19. El gerente es respetuoso con los colaboradores

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	1	17%
A veces	2	33%
Casi siempre	3	50%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboracion: propia

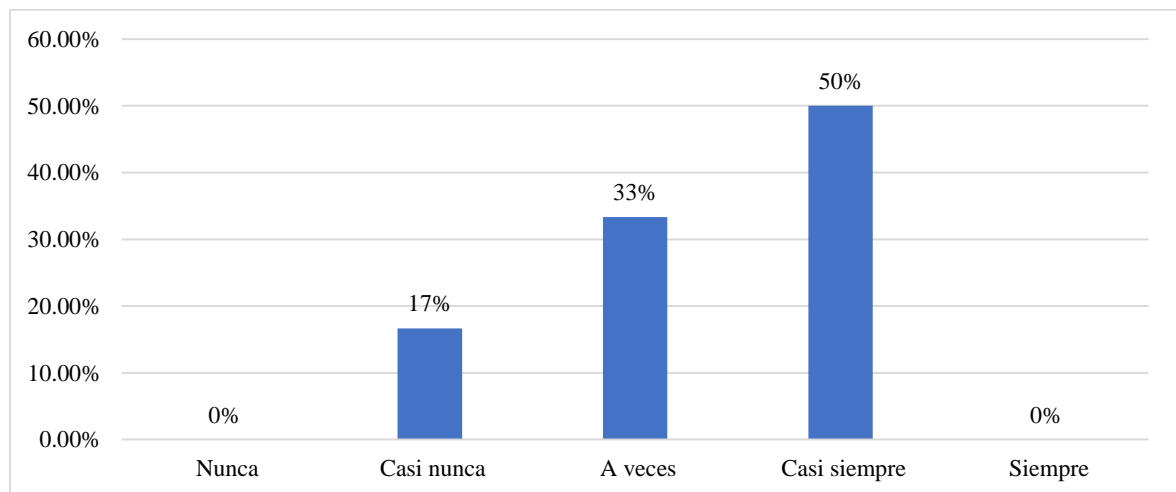


Figura 19. El gerente es respetuoso con los colaboradores

Fuente: Tabla 19
Elaboracion: propia

Interpretación: en la tabla 19 y figura 19, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: El gerente es respetuoso con los colaboradores, el 17% respondieron casi nunca, el 33% respondieron a veces y el 50% casi siempre. Entonces se puede afirmar que el 50% de los colaboradores manifiestan que casi siempre es respetuoso con los empleados en la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 20. Usted confía y considera transparentes los documentos que presenta el gerente

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	5	83%
Casi siempre	1	17%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboracion: propia

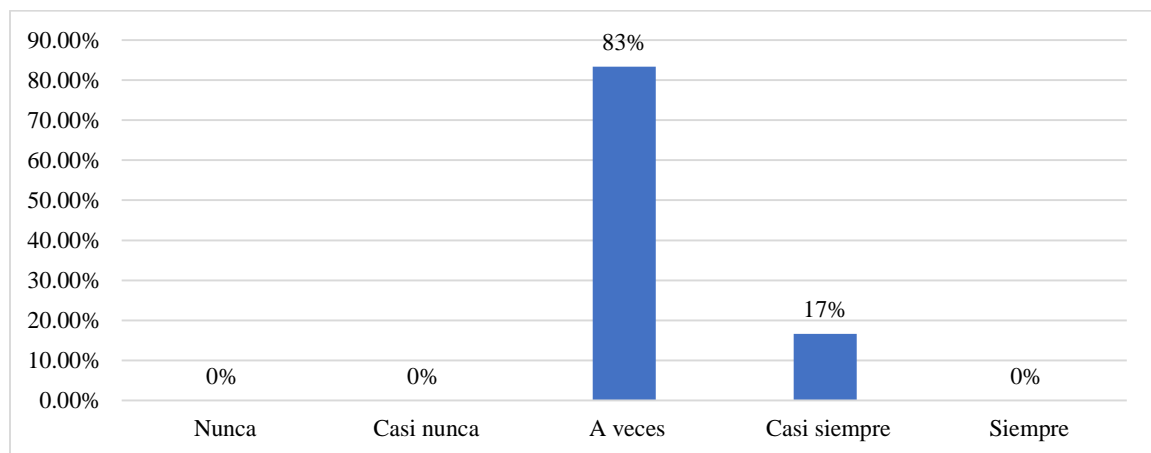


Figura 20. Usted confía y considera transparentes los documentos que presenta el gerente

Fuente: Tabla 20.
Elaboracion: propia

Interpretación: en la tabla 20 y figura 20, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: Usted confía y considera transparentes los documentos que presenta el gerente, el 83% respondieron a veces y el 17% casi siempre. Entonces se puede afirmar que el 83% de los colaboradores manifiestan que a veces confían y consideran transparentes los documentos que presenta el gerente de la empresa Multiservicios el Oso.

Tabla 21. El gerente actúa de manera ético

CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	5	83%
Casi siempre	1	17%
Siempre	0	0%
Total	6	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Multiservicios El Oso
Elaboracion: propia

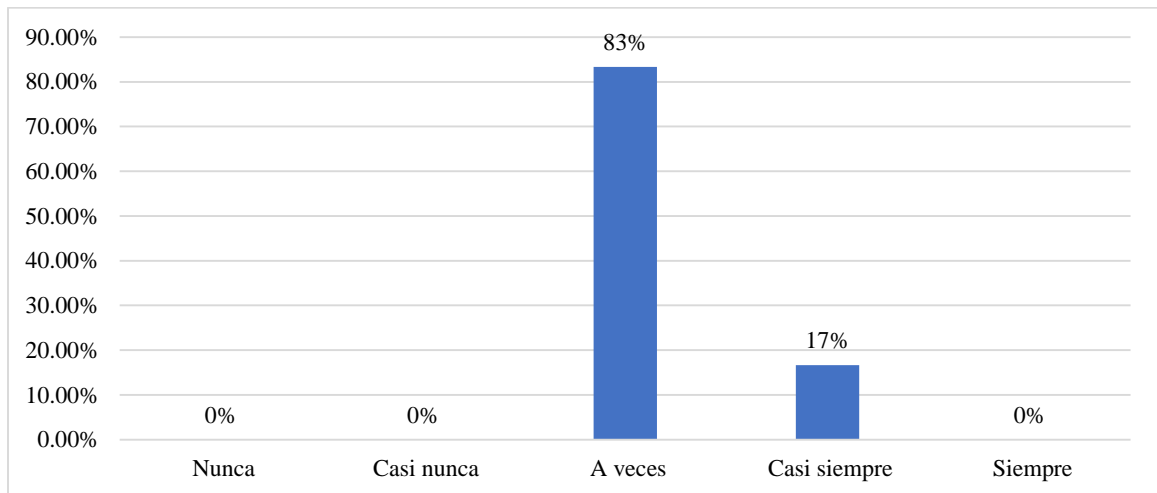


Figura 21. El gerente actúa de manera ético

Fuente: Tabla 21.
Elaboracion: propia

Interpretación: en la tabla 21 y figura 21, se observa que del 100% de los colaboradores, ante la pregunta: El gerente actúa de manera ético, el 83% respondieron a veces y el 17% casi siempre. Entonces se puede afirmar que el 83% de los colaboradores manifiestan que el gerente actúa de manera ético en la empresa Multiservicios el Oso.

5.2 Análisis de resultados

Respecto a las características generales de los colaboradores

Según la tabla 1, el 67% son de sexo masculino, cuyo resultado coincide con la investigación realizada por Duarte, (2016) donde el 55% de los colaboradores encuestados son de género masculino y con Valdivia, (2018) donde el 86.67% son varones. Así mismo en la tabla 2, se observa que el 50% tienen edades entre 26 a 30 años y el 50% entre 36 a 40 años, lo cual coincide con Duarte, (2016) donde el 45% de los encuestados manifiestan tener de 25 a 30 años de edad, también condice con la investigación de Herrera, (2016) donde el resultado es el 40% de los encuestados tienen entre los 36 y 45 años de edad. Y según la tabla 3, el 50% de los colaboradores tienen el grado de instrucción de superior incompleto, lo cual es coincidente con la investigación realizado por Duarte, (2016) donde el 80% de los colaboradores manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitario completo. Entonces se puede afirmar que la empresa cuenta, con mayor cantidad de colaboradores masculino, jóvenes y con grado de instrucción superior incompleto.

Respecto a objetivo específico 1: Describir características de la influencia en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021.

Según la tabla 4, el 83% de los colaboradores consideran que casi nunca el gerente tiene la capacidad de convencer. Así mismo en la tabla 5, se observa que el 50% de los colaboradores manifiestan que el gerente casi nunca realiza orientaciones laborales. Lo cual no guarda relación con Bonifaz, (2012) quien manifiesta que el liderazgo es la

capacidad de influir e inspirar a otras personas para lograr metas empresariales o personales. Entonces se concluye que el gerente casi nunca realiza orientaciones laborales y no tiene la capacidad de convencer.

De la tabla 6, se observa que el 100% de los colaboradores manifiestan que casi nunca el gerente emite un comunicado claros y concisos. Lo cual no tiene similitud con Valdivia, (2018) donde el 60% considera a menudo haber una comunicación entre empleador y colaborador para las coordinaciones sobre el trabajo diario. Entonces se concluye que el gerente no emite un comunicado claro y conciso. En la tabla 7, se observa que el 67% manifiestan que el gerente a veces al momento de comunicarse con los colaboradores usa un lenguaje corporal positivo, lo cual no tienen similitud con ninguno de los autores citados. Entonces se puede afirmar que a veces el gerente al momento de comunicarse con los colaboradores usa un lenguaje corporal positivo.

La tabla 8, muestra que 67% de los colaboradores consideran que el gerente casi nunca demuestra entusiasmo e instinto en la empresa, lo cual tiene una similitud con Mallqui, (2021) donde el 56.36% de los encuestados manifiestan que siempre muestran entusiasmo al cliente. Entonces se puede afirmar que el gerente casi nunca demuestra entusiasmo e instinto en la empresa.

La tabla 9, muestra que el 83% de los colaboradores afirman que a veces el gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa, lo cual no tienen ninguna similitud con los autores citados. Entonces se puede afirmar que el gerente casi nunca usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa.

Respecto a objetivo específico 2: Describir las características de las cualidades en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021

La tabla 10, muestra que el 50% de los colaboradores manifiestan que el gerente casi nunca delega funciones a cada colaborador, lo cual tiene una similitud con Duarte, (2016) donde el 40% de los encuestados afirman que a veces si el líder consigue que el colaborador realice más de lo que está estipulado en sus funciones. En la tabla 11, se muestra que el 100% de los colaboradores manifiestan que el gerente nunca o casi nunca supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva, lo cual no tiene similitud con los autores citados. Entonces se puede afirmar que el gerente casi nunca supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva en la empresa.

La tabla 12, muestra 67% de los colaboradores afirman que el gerente casi nunca tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa, lo cual no tiene ninguna similitud con los autores citados. En la tabla 13, se observa que el 50% de los colaboradores afirman que el gerente casi nunca es empático con los colaboradores de la empresa, lo cual no tiene similitud. Entonces se puede afirmar que casi nunca el gerente es empático con los colaboradores y que casi nunca el gerente tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa.

La tabla 14, muestra que el 50% de los colaboradores afirman que el gerente casi nunca toma decisiones asertivas dentro de la empresa, lo cual se asemeja con Valdivia, (2018) donde el 48.89% respondieron que el dueño de la empresa no demuestra capacidad en la toma de decisiones. Reforzado con la tabla 15, donde se muestra que el 50% de los trabajadores afirman que el gerente a veces identifica y analiza el problema de la empresa

antes de tomar una decisión. Entonces se concluye que el gerente casi nunca el gerente toma decisiones asertivas y a veces identifica y analiza el problema de la empresa antes de tomar una decisión.

Respecto a objetivo específico 3: Describir las características de la confianza en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021.

Según la tabla 16, se observa que 67% de los colaboradores manifiestan que a veces confían en la honradez de su jefe, lo cual tiene una similitud con Duarte, (2016) donde el 55% de los colaboradores encuestados señala que rara vez confían en el juicio y las decisiones que toman sus líderes. Sin embargo, en la tabla 17, se observa que del 67% de los colaboradores afirman que el gerente casi siempre es leal a la empresa. Entonces concluye que los colaboradores a veces confían en la honradez de su jefe, sin embargo, consideran que es leal a la empresa.

La tabla 18, muestra que el 83% de los colaboradores, manifiestan que el gerente casi nunca practica la puntualidad en la empresa, lo cual no concuerda con Mallqui (2021) donde se muestra un porcentaje considerable de 52.73% de los encuestados afirman que la pollería casi siempre muestra puntualidad. Sin embargo, de acorde con la tabla 19, donde se muestra que el 50% de los colaboradores afirman el gerente casi es respetuoso con los colaboradores, lo cual tiene una similitud con Valdivia (2018) donde del total de colaboradores encuestados se observa que el 33.33 % manifiesta que Rara vez tienen

respeto por su líder. Entonces se puede afirmar que casi nunca gerente practica la puntualidad, pero es casi siempre es respetuoso con los colaboradores de la empresa.

La tabla 20, muestra que el 83% afirman que a veces confían y consideran transparentes los documentos que presenta el gerente, reforzado con la tabla 21, donde muestra que el 83% consideran que a veces el gerente actúa de manera ético. Lo cual tiene una similitud con Mallqui (2021) donde se muestra un porcentaje de 53.64% de encuestados afirman que la empresa casi siempre aplica principio ético. Entonces se puede afirmar que los colaboradores a veces confían y consideran transparentes los documentos que presenta el gerente y a veces consideran que el gerente actúa de manera ético.

Respecto a objetivo específico 4: Elaborar un plan de mejora del Liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021.

Con los resultados obtenidos, se propone la propuesta de mejora de la siguiente manera:

Problemas encontrados	Causas	Propuesta de mejora	Responsable
Según la tabla 4, el 83% de los colaboradores consideran que casi nunca el gerente tiene la capacidad de convencer.	El líder es una persona que tiene un mal carácter y no le gusta recibir sugerencias.	Capacitaciones para todo el equipo de trabajo en temas de liderazgo carismático y técnicas de convencimiento	Coach en psicología humana
En la tabla 6, se observa que el 100% de los colaboradores manifiestan que casi nunca el gerente emite un comunicado claros y concisos.	El gerente es una persona cerrada, no se comunica de manera claro y conciso.	Capacitaciones para todo el equipo de trabajo en temas de comunicación eficaz	Coach en psicología humana

En la tabla 7, se observa que el 67% manifiestan que el gerente a veces al momento de comunicarse con los colaboradores usa un lenguaje corporal positivo.	El gerente cuando se comunica con los trabajadores siempre evade la mirada.	Capacitaciones para todo el equipo de trabajo en temas de manejo de expresión corporal	Coach en psicología humana
La tabla 8, muestra que 67% de los colaboradores consideran que el gerente casi nunca demuestra entusiasmo e instinto en la empresa.	El gerente durante su permanencia en la empresa esta aburrido y busca maneras de ausentarse.	Capacitaciones para todo el equipo de trabajo en temas de ensuciamos e instinto en el liderazgo	Coach en psicología humana
La tabla 9, muestra que el 83% de los colaboradores afirman que a veces el gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa,	El gerente es una persona que no practica una comunicación asertiva y fluida.	Ejecutar un taller de fortalecimiento de oratoria como: el arte de hablar en público, el liderazgo y técnicas de persecución.	Coach en psicología humana
En la tabla 11, se muestra que el 100% de los colaboradores manifiestan que el gerente nunca o casi nunca supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva	El gerente después de la supervisión no retroalimenta, de lo contrario se pone a gritar y criticar.	Capacitaciones para todo el equipo de trabajo en temas de retroalimentación positivo y constructiva.	Coach en psicología humana
La tabla 12, muestra 67% de los colaboradores afirman que el gerente casi nunca tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa.	El gerente es una persona que no maneja la inteligencia emocional y así mismo los trabajadores son poco tolerantes.	Talleres informativos para el representante sobre el impacto positivo en la empresa el manejo adecuado de la inteligencia emocional, la ética, la honradez y la puntualidad.	Coach en psicología humana
Según la tabla 16, se observa que 67 % de los colaboradores manifiestan que a veces	El gerente se comunica de manera pausada y en algunos casos suspende las reuniones alegando	Talleres informativos para el representante sobre el impacto positivo en la empresa el	Coach en psicología humana

confían en la honradez de su jefe.	que no tiene el documento sustentatorio.	manejo adecuado de la inteligencia emocional, la ética, la honradez y la puntualidad.	
La tabla 18, muestra que el 83% de los colaboradores, manifiestan que el gerente casi nunca practica la puntualidad en la empresa.	El gerente siempre llega tarde a la empresa y a las reuniones que se pactaron en una hora determinada.	Talleres informativos para el representante sobre el impacto positivo en la empresa el manejo adecuado de la inteligencia emocional, la transparencia, la ética, la honradez y la puntualidad.	Coach en psicología humana
La tabla 20, muestra que el 83% afirman que a veces confían y consideran transparentes los documentos que presenta el gerente.	La desconfianza de los trabajadores hacia el gerente es debido a que no está en constante comunicación.	Talleres informativos para el representante sobre el impacto positivo en la empresa el manejo adecuado de la inteligencia emocional, la transparencia, la ética, la honradez y la puntualidad.	Coach en psicología humana
En la tabla 21, donde muestra que el 83% consideran que a veces el gerente actúa de manera ética.	El gerente es considerado anti ético porque no transparenta el origen de los documentos y en ocasiones realiza un cambio.	Talleres informativos para el representante sobre el impacto positivo en la empresa el manejo adecuado de la inteligencia emocional, la transparencia, la ética, la honradez y la puntualidad.	Coach en psicología humana

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

1.1. Razon social: Multiservicios el Oso

1.2. Ubicación: Jr. Leoncio Prado S/N Barrio Chaupi, distrito de Querobamba

1.3. Representante: Yolanda Allcca Arca

1.4. Actividad económica: venta al por menor de combustibles para vehículos automotores en comercios especializados

1.5. Horario de atención: 24 horas.

2. Justificación

Desarrollar el presente plan de mejora permite a la empresa Multiservicio El Oso, el cual muestra falencias en la dirección, al aplicar este plan de mejora irán mejorando el liderazgo y la interrelación con los miembros de la empresa, lo cual tendrá impactos positivos en el rendimiento de todo el equipo de trabajo.

3. Objetivo

El objetivo del presente plan es permitir a la empresa Multiservicios El Oso mejorar la condición del clima organizacional y condiciones de vida de todos los colaboradores de la empresa, así mismo se va mejorar la atención a los clientes creando un clima favorable para la organización.

PLAN DE ACTIVIDADES

Actividades	Responsable	Tiempo
Capacitaciones para todo el equipo de trabajo en temas de liderazgo carismático y técnicas de convencimiento	Coach en psicología humana	4 meses
Taller de fortalecimiento de oratoria para el representante de la empresa en temas de: el arte de hablar en público, el liderazgo y técnicas de persecución.	Coach en psicología humana	3 meses
Talleres informativos para el representante sobre el impacto positivo en la empresa el manejo adecuado de la inteligencia emocional, la transparencia, la ética, la honradez y la puntualidad.	Coach en psicología humana	3 meses

Cronograma de actividades

Actividades	Acciones	Año 2021															
		Agosto				setiembre				Noviembre				Diciembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capacitaciones para todo el equipo de trabajo en temas de liderazgo carismático y técnicas de convencimiento	Capacitar a todo el equipo en temas de liderazgo carismático	2h	2h	2h	2h	2h	2h	2h	2h	2h	2h	2h	2h	2h	2h	2h	2h
Taller de fortalecimiento de oratoria para el representante de la empresa en temas de: el arte de hablar en público, el liderazgo y técnicas de persecución.	Realizar taller práctico de oratoria para el representante de la empresa en temas de: el arte de hablar en público, el liderazgo y técnicas de persecución.					3h	3h	3h	3h	3h	3h	3h	3h	3h	3h	3h	3h
Talleres informativos para el representante sobre el impacto positivo en la empresa el manejo adecuado de la inteligencia emocional, la transparencia, la ética, la honradez y la puntualidad.	Realizar taller informativo para el representante sobre el impacto positivo en la empresa el manejo adecuado de la inteligencia emocional, la transparencia, la ética, la honradez y la puntualidad.					3h	3h	3h	3h	3h	3h	3h	3h	3h	3h	3h	3h

Presupuesto

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Total
Coach en psicología humana en modalidad presencial	32	Horas	S/. 100.00	S/.3,200.00
Coach en psicología humana en modalidad virtual	192	Horas	S/. 50.00	S/. 9,600.00
Total				S/. 12,800.00

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo al Objetivo general: Describir las características del Liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021. Con relación al liderazgo carismático se concluye que el gerente casi nunca tiene la capacidad de convencer, no realiza orientaciones laborales ni personales, tampoco ofrece una retroalimentación positiva y constructiva después de una supervisión, no es una persona empática y no emplea la inteligencia emocional.

De acuerdo al primer objetivo específico: Describir características de la influencia en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021. Entonces referido a la influencia, se concluye que el 83% de los colaboradores de la empresa afirman que el gerente casi nunca tiene la capacidad de convencer, no realiza orientaciones laborales y personales, también casi nunca emite un comunicado claro y conciso, a veces al momento de comunicarse con los colaboradores usa un lenguaje corporal positivo y no demuestra entusiasmo e instinto, así mismo no hace uso de argumentos lógicos y transparentes.

De acuerdo al segundo objetivo específico: Describir las características de las cualidades en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021. Entonces con relación a las cualidades se concluye que el gerente casi nunca delega funciones a cada colaborador, no supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva, así mismo

el 667% de los colaboradores afirman que casi nunca el gerente tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa, no es empático con los colaboradores y casi nunca toma decisiones asertivas.

De acuerdo al tercer objetivo específico: Describir las características de la confianza en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021. Entonces con relación a la confianza se concluye que el 83 % de los colaboradores afirman que casi nunca gerente practica la puntualidad, a veces confían y consideran transparentes los documentos que presenta debido a que a veces actúa de manera ético, sin embargo, el 67% de los colaboradores afirman que casi siempre el gerente es leal a la empresa y respetuoso con los colaboradores.

Aspectos complementarios

Recomendaciones

En el presente trabajo de investigación se ha identificado algunas falencias y deficiencias, para mejorar se recomienda lo siguiente:

1. Para mejorar la capacidad de influencia del gerente se recomienda capacitar a todo el equipo en temas de liderazgo carismático y realizar taller práctico de oratoria para el representante de la empresa en temas de: el arte de hablar en público, el liderazgo y técnicas de persuasión.
2. Para mejorar las cualidades del gerente y de todos los colaboradores se recomienda realizar taller informativo sobre el impacto positivo en la empresa el manejo adecuado de la inteligencia emocional, la transparencia, la ética, la honradez y la puntualidad. Así mismo se recomienda al gerente que al momento de comunicarse con los colaboradores use un lenguaje corporal positivo demostrando entusiasmo haciendo el uso de argumentos lógicos y transparentes.
3. Para mejorar la confianza el gerente de la empresa debe de ser una persona que delega funciones, debe de actuar con empatía, también debe de retroalimentar de manera constructiva, así mismo debe de controlar sus emociones negativas que afectan a la empresa. y que practique la puntualidad, la transparencia, la ética, y que siga conservando los valores de respeto y lealtad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia de Promoción de la Inversión Privada. (2011). *MYPEqueña empresa Crece*. Lima: ESAN.
- Cámara de Comercio de Ayacucho . (19 de junio de 2020). En Ayacucho se registra más cinco mil Mypes en quiebra.
- Agudelo, M., Alveiro, C., Saavedra, B., & Ramiro, M. (2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Visión de Futuro*, 21.
- Bonifaz, C. (2012). *Liderazgo empresarial*. México: Red Tercer Milenio.
- Camisón, C., Cruz, S., & Gonzáles, T. (2016). *Gestión de la calidad* . Madrid: Pearson Educacion.
- Cordero, C. (2018). *Liderazgo carismático y el compromiso de los trabajadores: un estudio de caso en una empresa municipal de Lima, año 2017*. Lima: Universidad Cèsar Vallejo.
- Cuatrecasas, L., & González, J. (2017). *Gestion Integral de la Calidad* . Barcelona: Profit Editorial.
- Díaz, J., Deza, M., & Moreno, K. (2020). *Perú: Desafíos de desarrollo en tiempos de COVID - 19* . Lima: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Duarte, L. (2016). *caracterización del estilo del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de artículos de*

joyería en el distrito de Huaraz, 2015. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

El Peruano. (18 de abril de 2020). Apuntalando a las mypes.

Ferraro, F., & Rojo, S. (2018). *Las MIPYMES en América Latina y el Caribe: Una agenda integrada para promover la productividad y la formalización.* Santiago de Chile: Organización Internacional del Trabajo .

García, M. (2020). Liderazgo carismático y su influencia en la satisfacción laboral docente. Estudio de Caso. *Polo del Conocimiento* , 15.

Herandez, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación.* México: McGraw-Hill Interamericana.

Hernández, C., Fernández, C., & Baptista, P. (2011). *Metodologia de la Investicacion* . Mexico: MCGRAW-HILL .

Herrera, A. (2016). *el liderazgo carismático en una muestra de trabajadores mexicanos.* México : Universidad Nacional Autónoma de México .

Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. (03 de Julio de 2013). *EL PERUANO*, pág. 247377.

López, E. (2013). *La importancia del liderazgo en las organizaciones.* Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Mallqui, N. (2021). *Liderazgo Carismático En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Rubro Pollerías: Caso Pollería Moly, Distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2021.*, Ayacucho: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

- Maxwell, J. (2011). *Liderazgo carismático*. Executive Excellence.
- Noriega, M. (2008). *La importancia del liderazgo en las organizaciones*. Oaxaca: Universidad Tecnológica de la Mixteca.
- Ñaña, C. (2017). *Comportamiento organizacional: manual autoformativo interactivo*. Huancayo: Universidad Continental.
- Oré, E. (2015). *ABC de la Tesis*. Ayacucho : PUBLIGRAF.
- Pichimata, D., & Cicua, N. (2016). *Poder e influencia en el liderazgo transformacional*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.
- Steizel, S. (2015). *La influencia interpersonal hacia arriba en entornos virtuales de trabajo: una comparación entre trabajadores presenciales y virtuales*. Catalunya: Universitat Oberta de Catalunya.
- Trujillo, E., Gamba, M., & Arenas, L. (2016). *Las dificultades de las Pymes en América Latina y Colombia para lograr ser competitivas y sostenibles*. Bogotá : Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Valdivia, L. (2018). *gestión de calidad con liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del rubro extracción de piedra, arena y arcilla del distrito de Huaraz, 2017*. Huaráz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Vives, M., & Osorio, A. (2015). *Aproximaciones a la conceptualización de la confianza y sus aportes a la educación*. Colombia: Universidad La Gran Colombia.

ANEXOS

Anexo 01: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	AÑO 2021															
		Julio				Agosto				Setiembre				Octubre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de investigación			X	X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de investigación					X											
5	Mejora del marco teórico y metodología						X										
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de información							X	X								
7	Elaboración del consentimiento informado									X							
8	Recolección de datos										X						
9	Presentación de resultados											X					
10	Análisis e Interpretación de los resultados												X				
11	Redacción del informe preliminar												X				
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X			
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación														X		
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X	
15	Redacción de artículo científico															X	
16	Sustentación de la tesis																X

Anexo 02: Presupuesto de la investigación

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría			
Suministros	Base	% o numero	Total (S/.)
Impresiones	0.30	200 unidades	60.00
Fotocopias	0.10	180 unidades	18.00
Empastado	40.00	3	120.00
Papel Bond A-4 (500 Hojas)	25.00	2	50.00
Lapiceros	5.00	2	10.00
Anillados	10.00	12 unidades	120.00
Folder y faster	1.00	5 unidades	5.00
Otros	60.00	-	60.00
Sub total Suministros			443.00
Servicios			
Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub Total			100.00
Gasto de viaje			
Pasajes para recolectar información	3.00	30 días	90.00
Sub total			90.00
Total de presupuesto desembolsable			633.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			

Categoría	Base	% o numero	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Matricula en el curso de Taller de Investigación	240.00	1	240.00
Pensión del curso de taller de investigación	540.00	4	2,160.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional.	50.00	1	50.00
Sub total			2,370.00
Recursos Humanos			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			4,085.00

Anexo 03: Validación de expertos

Validación de experto N° 01

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *Alida Quispe Garibay*
- 1.2. Grado Académico: *Universitario*
- 1.3. Profesión: *Lic. Administración*
- 1.4. Institución donde labora: *UGEL Sucre*
- 1.5. Cargo que desempeña: *Especialista en Patrimonio*
- 1.6. Denominación del instrumento: **Cuestionario**
- 1.7. Autor del instrumento: **Martinez Allca, Vanessa**
- 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	
Dimensión 1: Influencia							
1. ¿Considera que el gerente de la empresa tiene la capacidad de convencer?	✓		✓		✓		
2. ¿El gerente realiza orientaciones laborales y personales en la empresa?	✓		✓		✓		
3. ¿Cuándo el jefe emite un comunicado son claros y concisos?	✓		✓		✓		
4. ¿El gerente al momento de comunicarse con los trabajadores usa un lenguaje corporal positivo?	✓		✓		✓		
5. ¿El gerente demuestra entusiasmo e instinto en la empresa?	✓		✓		✓		
6. ¿El gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa?	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Cualidades							

7. ¿En la empresa el gerente delega funciones a cada trabajador?	✓		✓		✓	
8. ¿El gerente Supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva?	✓		✓		✓	
9. ¿El gerente tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa?	✓		✓		✓	
10. ¿El gerente es empático con los trabajadores de la empresa?	✓		✓		✓	
11. ¿El gerente toma decisiones asertivas dentro de la empresa?	✓		✓		✓	
12. ¿El gerente identifica y analiza el problema de la empresa antes de tomar una decisión?	✓		✓		✓	
Dimensión 3: Confianza						
13. ¿Usted, confía en la honradez de su jefe?	✓		✓		✓	
14. ¿Usted considera que el gerente es leal a la empresa?	✓		✓		✓	
15. ¿El gerente practica la puntualidad en la empresa?	✓		✓		✓	
16. ¿El gerente es respetuoso con los trabajadores?	✓		✓		✓	
17. ¿Usted confía y considera transparentes los documentos que presenta el gerente?	✓		✓		✓	
18. ¿El gerente actúa de manera ético?	✓		✓		✓	

Otras observaciones generales:



Alicia Quispe Garibay
 Licenciada en Administración
 CLAD N° 30568

Firma

Apellidos y Nombres del experto

DNI N° 44074347

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

Validación de experto N° 02

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *LINDRES GARCERAN, JOHN GROVER*
 1.2. Grado Académico: *TITULADO*
 1.3. Profesión: *LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS*
 1.4. Institución donde labora: *UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA*
 1.5. Cargo que desempeña: *JEFE DEL ÓRGANO DE CONTROL INSTITUCIONAL*
 1.6. Denominación del instrumento: **Cuestionario**
 1.7. Autor del instrumento: *Martinez Alicca, Vanessa*
 1.8. Carrera: *Administración*

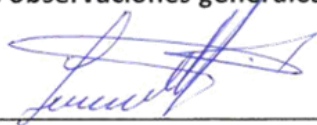
II. VALIDACIÓN:

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	
Dimensión 1: Influencia							
1. ¿Considera que el gerente de la empresa tiene la capacidad de convencer?	✓		✓		✓		
2. ¿El gerente realiza orientaciones laborales y personales en la empresa?	✓		✓		✓		
3. ¿Cuándo el jefe emite un comunicado son claros y concisos?	✓		✓		✓		
4. ¿El gerente al momento de comunicarse con los trabajadores usa un lenguaje corporal positivo?	✓		✓		✓		
5. ¿El gerente demuestra entusiasmo e instinto en la empresa?	✓		✓		✓		
6. ¿El gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa?	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Cualidades							

7.¿En la empresa el gerente delega funciones a cada trabajador?	✓		✓		✓		
8.¿El gerente Supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva?	✓		✓		✓		
9.¿El gerente tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa?	✓		✓		✓		
10.¿El gerente es empático con los trabajadores de la empresa?	✓		✓		✓		
11.¿El gerente toma decisiones asertivas dentro de la empresa?	✓		✓		✓		
12.¿El gerente identifica y analiza el problema de la empresa antes de tomar una decisión?	✓		✓		✓		
Dimensión 3: Confianza							
13.¿Usted, confía en la honradez de su jefe?	✓		✓		✓		
14.¿Usted considera que el gerente es leal a la empresa?	✓		✓		✓		
15.¿El gerente practica la puntualidad en la empresa?	✓		✓		✓		
16.¿El gerente es respetuoso con los trabajadores?	✓		✓		✓		
17.¿Usted confía y considera transparentes los documentos que presenta el gerente?	✓		✓		✓		
18.¿El gerente actúa de manera ético?	✓		✓		✓		

Otras observaciones generales:



Firma
Lic. Adm. John Grover Linares Gutierrez
Apellidos y Nombres del experto

DNI N° 45459278
CLAD = 26515

Validación de experto N° 03

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *Gutiérrez Corbojal, Katherine*
 1.2. Grado Académico: *Titulado*
 1.3. Profesión: *Licenciada en Administración*
 1.4. Institución donde labora: *Senati*
 1.5. Cargo que desempeña: *Asesor de Admisión*
 1.6. Denominación del instrumento: *Cuestionario*
 1.7. Autor del instrumento: *Martínez Allcca, Vanessa*
 1.8. Carrera: *Administración*

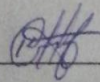
II. VALIDACIÓN:

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	
Dimensión 1: Influencia							
1. ¿Considera que el gerente de la empresa tiene la capacidad de convencer?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. ¿El gerente realiza orientaciones laborales y personales en la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. ¿Cuándo el jefe emite un comunicado son claros y concisos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. ¿El gerente al momento de comunicarse con los trabajadores usa un lenguaje corporal positivo?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5. ¿El gerente demuestra entusiasmo e instinto en la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6. ¿El gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Dimensión 2: Cualidades							

7. ¿En la empresa el gerente delega funciones a cada trabajador?	✓		✓		✓		
8. ¿El gerente Supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva?	✓		✓		✓		
9. ¿El gerente tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa?	✓		✓		✓		
10. ¿El gerente es empático con los trabajadores de la empresa?	✓		✓		✓		
11. ¿El gerente toma decisiones asertivas dentro de la empresa?	✓		✓		✓		
12. ¿El gerente identifica y analiza el problema de la empresa antes de tomar una decisión?	✓		✓		✓		
Dimensión 3: Confianza							
13. ¿Usted, confía en la honradez de su jefe?	✓		✓		✓		
14. ¿Usted considera que el gerente es leal a la empresa?	✓		✓		✓		
15. ¿El gerente practica la puntualidad en la empresa?	✓		✓		✓		
16. ¿El gerente es respetuoso con los trabajadores?	✓		✓		✓		
17. ¿Usted confía y considera transparentes los documentos que presenta el gerente?	✓		✓		✓		
18. ¿El gerente actúa de manera ético?	✓		✓		✓		

Otras observaciones generales:



Firma

Apellidos y Nombres del experto
Gutiérrez Carbajal, Katherine
DNI N° 70093362

Código: 33121 - CLAD

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

Anexo 04: Solicitud presentada


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta N°01-2021-ULADECH CATÓLICA

Sr(a).
Yolanda Allcca Arca
Propietaria de "Multiservicios el Oso"
Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, Br. Vanessa Martínez Allcca, con código de matrícula N° 3111131187, 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 Venta de Combustible: Caso Multiservicios el Oso**", durante los meses de Julio, Agosto ,Setiembre y Octubre del presente año.

Por este motivo, mucho 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,



Vanessa Martínez Allcca
DNI. N° :46927840


MULTISERVICIOS "EL OSO"
RUC: 10288327268
.....
YOLANDA ALLCCA ARCA
REPRESENTANTE LEGAL

Recibido
23-07-21
Hora 10:00 am.

Anexo 05: consentimiento informado

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 VENTA DE COMBUSTIBLE: CASO MULTISERVICIOS EL OSO, DISTRITO DE QUEROBAMBA, AYACUCHO, 2021**” y es dirigido por Vanessa Martínez Allcca, investigadora 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 venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, 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 vanessamarti.1791@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: _____

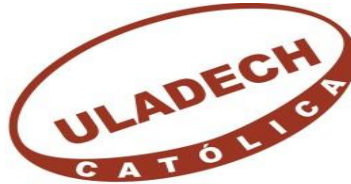
Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

Anexo 06: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA

Estimado colaborador, el presente cuestionario tiene por objetivo recoger información para la investigación denominada: liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de combustible: caso Multiservicios El Oso, distrito de Querobamba, Ayacucho, 2021. Por favor, lea detenidamente y responda con la sinceridad a cada ítem.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. Sexo

- a) Femenino
- b) Masculino

2. Edad

- a) 20 a 25
- b) 26 a 30
- c) 31 a 35
- d) 36 a 40
- e) 41 a mas

3. Grado de instrucción

- a) Primaria incompleta
- b) Primaria completa
- c) Secundaria incompleta

- d) Secundaria completa
- e) Superior incompleto
- f) superior completa

II. CUESTIONARIO

Estimado colaborador, no hay respuestas buenas ni malas. Marque con aspa (X) una sola alternativa por cada proposición. Cada enunciado contiene 05 opciones para responder de acuerdo a su punto de vista y criterio que describa mejor la situación actual de su centro de labor, conteste todas las preguntas, cuyos valores son:

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

LIDERAZGO CARISMÁTICO	VALORACIÓN				
Influencia	1	2	3	4	5
1. ¿Considera que el gerente de la empresa tiene la capacidad de convencer?					
2. ¿El gerente realiza orientaciones laborales y personales en la empresa?					
3. ¿Cuándo el gerente emite un comunicado son claros y concisos?					
4. ¿El gerente al momento de comunicarse con los colaboradores usa un lenguaje corporal positivo?					
5. ¿El gerente demuestra entusiasmo e instinto en la empresa?					
6. ¿El gerente usa argumentos lógicos y transparentes en la empresa?					
Cualidades	1	2	3	4	5

7. ¿En la empresa el gerente delega funciones a cada colaborador?					
8. ¿El gerente Supervisa el trabajo ofreciendo una retroalimentación positiva y constructiva?					
9. ¿El gerente tiene control de sus emociones durante su permanencia en la empresa?					
10. ¿El gerente es empático con los colaboradores de la empresa?					
11. ¿El gerente toma decisiones asertivas dentro de la empresa?					
12. ¿El gerente identifica y analiza el problema de la empresa antes de tomar una decisión?					
Confianza	1	2	3	4	5
13. ¿Usted, confía en la honradez de su jefe?					
14. ¿Usted considera que el gerente es leal a la empresa?					
15. ¿El gerente practica la puntualidad en la empresa?					
16. ¿El gerente es respetuoso con los colaboradores?					
17. ¿Usted confía y considera transparentes los documentos que presenta el gerente?					
18. ¿El gerente actúa de manera ético?					

¡Gracia por su colaboración!

Anexo 07: Ficha SUNAT

Número de RUC:	10288327268 - ALLCCA.ARCA.YOLANDA		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 28832726 - ALLOCAARCA, YOLANDA		
Nombre Comercial:	MULTISERVICIOS EL OBO		
Fecha de Inscripción:	22/09/1997	Fecha de Inicio de Actividades:	22/09/1997
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Domicilio Fiscal:	-		
Sistema Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema Contabilidad:	COMPUTARIZADO		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 4730 - VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA VEHICULOS AUTOMOTORES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS Secundaria 1 - 4523 - TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA Secundaria 2 - 4752 - VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE FERRETERIA, PINTURAS Y PRODUCTOS DE VIDRIO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA GUIA DE REMISION - REMITENTE GUIA DE REMISION - TRANSPORTISTA		
Sistema de Emisión Electrónica:	FACTURA PORTAL DESDE 04/01/2021 BOLETA PORTAL DESDE 19/06/2021		
Emisor electrónico desde:	04/01/2021		
Comprobantes Electrónicos:	FACTURA (desde 04/01/2021), GUIA (desde 03/03/2021), BOLETA (desde 19/06/2021)		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones:	NINGUNO		
Fecha consulta: 10/05/2021 11:10			

Anexo 08: Evidencias fotográficas

Reunión de coordinación en la representante legal



Aplicación de los cuestionarios a los colaboradores





Anexo 09: Resultado de turnitin

INFORME FINAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe
Fuente de Internet

7%

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 4%